

**مستقبل بيئة العمل الصحفي بالمواقع الاخبارية
المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي
دراسة استشرافية**

**أ.م.د. حنان عبد الوهاب عبد الحميد القاضي
الأستاذ المساعد بقسم الصحافة
المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بالسادس من أكتوبر**

ملخص الدراسة

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل آراء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية والخبراء الأكاديميين حول مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لهذه التطبيقات على بيئة المواقع الإخبارية المصرية، وذلك من خلال التطبيق على عينة قوامها ١٢٠ مفردة من المحررين بالمواقع الإخبارية المصرية بواقع عشر مفردات لكل من موقع القاهرة ٢٤، ومصر تايمز، وأوان مصر، ومصراوي، وفيتو، والبوابة نيوز، وأخبار اليوم، والأهرام المسائي، والوفد، والدستور، وبرلماني، وموقع Tourism daily news المتخصص في السياحة. كما تمثل عينة الخبراء المتخصصين الأكاديميين في عدد ٤٠ مفردة بجامعة القاهرة، وعين شمس، وسوهاج، وجنوب الوادي، ومصر للعلوم والتكنولوجيا، وأكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن تطبيق الترجمة الآلية للأخبار بلغات مختلفة، تتبع الأخبار العاجلة، الدردشة والرد الآلي على الجمهور"، وتحليل البيانات الضخمة جاء في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإخبارية المصرية، كما أظهرت النتائج أن تزايد فرص إنتاج المضامين بجودة عالية"، تطوير المهارات الإدارية والتحريرية عموما ، تقليص تكلفة الإنتاج والتشغيل، تقديم مضامين تتناسب مع احتياجات المستخدمين تصدرت مقدمة التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية، كما أظهرت النتائج أن خفض أعداد المحررين والعاملين والفنيين، عدم القدرة على تميز المعلومات الصحيحة والخاطئة جاءت في مقدمة التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية، كما كشفت نتائج الدراسة أن السيناريو التفاؤلي جاء في مقدمة سيناريوهات مستقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية، تلاه سيناريو الثبات ثم السيناريو التشاؤمي.

الكلمات المفتاحية: مستقبل المواقع الإخبارية-الذكاء الاصطناعي - بيئة العمل

الصحفي -

مقدمة:

شهدت البيئة الإعلامية المصرية خلال العقدين الماضيين تطورات تكنولوجية متلاحقة كان لها بالغ الأثر على كافة عناصر العملية الإعلامية، وأدى تسارع وتيرة هذه التطورات إلى توظيف وسائل الإعلام المختلفة للعديد من الأدوات التكنولوجية في العمل الإعلامي من ناحية أو من خلال تأهيل وتدريب القائمين بالاتصال على تلك التطورات التكنولوجية.

ونظراً لأن المواقع الإخبارية أحد أبرز وسائل الإعلام التي تعد نتاجاً أساسياً لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات بالإضافة إلى كونها أحد أبرز وسائل الإعلام التي تسعى لتوظيف التكنولوجيا الجديدة في العمل الصحفي سواء على مستوى تطوير المحتوى أو من خلال توظيف بعض الأدوات التكنولوجية الحديثة في العمل الصحفي، أو من خلال توظيف المنصات الاجتماعية في العمل الصحفي أو من خلال تأهيل القائم بالاتصال في هذه المواقع للتعامل مع هذه التطورات التكنولوجية المتعاقبة.

وقد قطعت المواقع الإخبارية شوطاً طويلاً من الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في العمل الصحفي سواء على مستوى غرف الأخبار أو حتى على مستوى الكتابة والتحرير أو حتى من خلال استحداث أشكال تحريرية جديدة تتناسب مع التطورات التكنولوجية ولعل تأثير التطورات التكنولوجية على البيئة الصحفية ظهر واضحاً من خلال إطلاق العديد من المسميات على أنواع من الصحف مستمدة من البيئة التكنولوجية فظهر ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي Journalism Artificial ” Intelligence”، وظهر ما يعرف باسم ”صحافة الروبوت Journalism R وغيرها من مصطلحات ومسميات صحفية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالبيئة التكنولوجية.

ويمثل الذكاء الاصطناعي حقبة جديدة من الإعلام تعتمد كلية على نتاج الثورة الصناعية الرابعة من تطور الذكاء الاصطناعي، واستخدام الروبوت، الطباعة ثلاثية الأبعاد، منصات البيانات المفتوحة وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، والسرعات الهائلة في شبكات الاتصال، والهواتف الذكية بسعتها الكبيرة جداً، علاوة على الأدوات الجديدة في التصوير والمونتاج، التي سوف تخلق كيانات إعلامية ومعلوماتية بعيدة عن المؤسسات الضخمة، ويلعب فيها الأفراد دوراً مهماً بدلاً عن تلك المؤسسات. وقد شهدت الفترة من ٢٠٢٠ م نمواً كبيراً في مجال إنتاج المعلومات وتحليل البيانات بأنواعها، وكانت البداية بتوظيف الذكاء الاصطناعي في تنفيذ مهام علمية محددة منها تعديل الجينات البشرية، والكشف عن الفيروسات والأمراض مبكراً، وإتمام العمليات الجراحية آلياً دون تدخل بشري، ثم تحرير الأخبار وكتابة المقالات وتقديم البرامج ومنصات الإعلام الرقمي وغيرها. (١)

ونظراً لما يتوقعه العديد من الممارسين والخبراء في مجال الاتصالات والإعلام من تأثير الذكاء الاصطناعي على البيئة الإعلامية بشكل عام والمواقع الإخبارية بشكل خاص، وعدم وضوح الرؤية لديهم، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل آراء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية والخبراء الأكاديميين حول مستقبل بيئة العمل بالمواقع الإخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لهذه التطبيقات على تلك البيئة، والتعرف على انعكاسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي عليها.

الإطار النظري للدراسة:

البناء الاجتماعي للتكنولوجيا:

يعدّ نموذج البناء الاجتماعي للتكنولوجيا أحد الأطروحات البارزة في علم الاجتماع، ويسعى هذا النموذج إلى فهم العوامل الاجتماعية المرتبطة باستخدام التكنولوجيا، ويعدّ توماس Thomas Hughes من رواد هذا النموذج وكذلك وببي بيجيكر وتريفور بنك Tervor Pinch.، Wiebebijker (٢)

وقد ظهر نموذج البناء الاجتماعي للتكنولوجيا ليصحح ويعدل نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism التي وضعها مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan والتي تنظر إلى التكنولوجيا كمفهوم مادي مطلق بحث دون النظر إلى العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي تميز استخدام التكنولوجيا من مجتمع لآخر. (٣)

فنظرية الحتمية التكنولوجية ترى أن التطور الاجتماعي والثقافي خاضع لإرادة التكنولوجيا بشكل مطلق وغير خاضع لإرادة البشر أو القيم الاجتماعية الخاصة بالمجتمع، أي أن التطور التكنولوجي هو الذي يؤدي إلى تطور المجتمعات وليس العكس بأن المجتمع هو الذي يفرض التطور التكنولوجي. (٤)

وفقاً لنظرية الحتمية التكنولوجية فإن الاختراعات التكنولوجية هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً في المجتمعات ومن ثم فإن أي تغيير اجتماعي هو نتاج لتغيير تقنيات الاتصال وأن التقنيات التكنولوجية الجديدة هي التي توجه المجتمع وتؤثر فيه ثقافياً واجتماعياً. (٥)

في حين أن نموذج البناء الاجتماعي للتكنولوجيا يوضح مدي تأثير المتغيرات الخاصة بالمجتمع في تطور التقنيات التكنولوجية وانتشارها وتطويرها لخدمة المجتمع على وفق احتياجاته وإمكاناته الثقافية والاقتصادية، وعلى سبيل المثال التطورات الأولية التي شهدتها

تكنولوجيا الراديو لم تتضمن فقط العناصر المادية المرتبطة بالتكنولوجيا في حد ذاتها وإنما تضمنت أيضاً تطور الاحتياجات التجارية المتمثلة في تطوير الأسواق المحتملة للمنتجات، وكذلك تضمنت التطورات التكنولوجية الخاصة بالراديو عوامل سياسية متمثلة في التشريعات الصادرة بشأن تخصيص الطيف الترددي للإذاعة أو تحصيل الإيرادات من خلال التراخيص، ومن دون هذه المتغيرات الاقتصادية والسياسية لم يكن الراديو ليتطور بهذه الصورة التي تطور بها، وكذلك بالنسبة للترانزستور والكمبيوتر والتلفزيون لم تتطور هذه الوسائل وفقاً للتطور التكنولوجي فقط وإنما أيضاً وفقاً للتأثيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع الذي يستخدم هذه التقنيات.^(١)

توظيف البناء الاجتماعي للتكنولوجيا في الدراسة الحالية:

تم الاعتماد على هذه النظرية للتعرف على مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على بيئة العمل الصحفي للعاملين بها.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين يغطي كل محور جانباً من جوانب دراستها، وقد جاء التقسيم على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات تتناول استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

المحور الثاني: دراسات ركزت على مستقبل وسائل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي.

المحور الأول: دراسات تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

١ . دراسة (أيمن خميس ربيع أبو نقيرة، أحمد عبد الحكيم عامر ٢٠٢٣)^(٧) والتي استهدفت التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد اعتمدت على أداة الاستبيان على عينة قوامها (١٠٣) مفردة من النخبة الإعلامية

الفلسطينية ، وخلصت إلى تعاضل تأثير استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ، كما ترى النخبة أنه يمكن الاستفادة من صحافة الذكاء الاصطناعي في التعامل مع البيانات الضخمة .

٢. دراسة (محمد عبدالحמיד ٢٠٢٢)^(٨) والتي رصدت معالجة الصحف الرقمية المصرية للموضوعات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، وبيان المجالات التي يتم توظيف الذكاء الاصطناعي فيها، والإفادة المجتمعية من هذه التطبيقات، والموضوعات التي جاءت ضمنها، وذلك بالاعتماد على منهج المسح، باستخدام أسلوب تحليل المضمون على عينة من الصحف الرقمية المصرية تمثلت في: «بوابة الأهرام اليوم»، «بوابة اليوم السابع»، «وموقع القاهرة ٢٤»، كما رصدت الدراسة الإشكالات التي تواجه الصحفيين في الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، عن طريق استبيان تم تطبيقه على ١٢٥ مفردة من الصحفيين المصريين، وتوصلت الدراسة إلى: - تعدد تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الباحثون في العمل الصحفي، منها: تقنيات التحقق من الصور والفيديوهات، وتقنيات إنتاج المحتوى الصحفي، وتقنيات التحقق الجغرافي من مواقع التقاط الصور، أدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب. - توصلت الدراسة إلى تعدد إشكالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، فمنها إشكالات مهنية، وتقنية، وقانونية، وإشكالات خاصة بالمصادقية.

٣. دراسة (جواد راغب الدلو وآخرين ٢٠٢٢)^(٩) والتي استهدفت التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (١٠٢) مفردة من خبراء الإعلام الفلسطينيين، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من ٢٠٢١/٨/٣٠ وحتى ٢٠٢١/١٠/١. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن معظم الخبراء

يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة ٨٠,٠٪، يليها "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة ٧٣,٥٪، ورأى الخبراء أن طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الفلسطينيين تكاملية تقوم على توظيف الصحفيين للتقنيات بما يخدم مهنة الصحافة بنسبة ٦١,٨٪، وأوصت الدراسة باهتمام المؤسسات الفلسطينية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوفير الإرادة العليا والبيئة والإمكانات اللازمة لعملها، وتدريب الصحفيين وإكسابهم مهارات التعامل معها، واستحداث مساقات جديدة في الجامعات الفلسطينية لتدريس التقنيات.

٤. دراسة (أحمد بن علي الزهراني ٢٠٢٢)^(١٠) والتي استهدفت التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية وإعلامية من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في العمل الصحفي ورصد أبرز معوقات تبني المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات. وتأتي أهمية هذه الدراسة من كون صحافة الذكاء الاصطناعي خلقت عهداً جديداً في صناعة الإعلام، مما جعل المؤسسات الإعلامية أمام العديد من التحديات مستوى البنية التحتية وتبني التقنيات في غرف الأخبار وفي كافة مجالات العمل الإعلامي وتقع هذه الدراسة ضمن نوعية الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للتوصل إلى إجابات تساؤلات وفروض الدراسة وإلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منظم. ومن أبرز نتائج الدراسة أن لدى الصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي.

لكن أيضا أظهرت النتائج أن لدى ٢٤,٦٪ فقط معرفة محدودة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثلت في كونه استخدام تطبيقات تحرير المحتوى التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، في حين أن ٤٣,٧٪ ترى أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم مثل استخدام الروبوت والدرون وعملية الكتابة للمحتوى بدون تدخل بشري بالإضافة إلى استخدام تطبيقات كتابة المحتوى المعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

٥. دراسة (هند يحيى عبد المعطي ٢٠٢١)^(١١) والتي استهدفت التعرف على إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين أثناء الأزمات والكوارث، وإرسال أخبار الكوارث والأزمات للقراء فوراً باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وابتكار طرق تقنية وتكنولوجية جديدة لتغطية أحداث الأزمات والكوارث بدون وجود الصحفي في موقع الكارثة أو الأزمة للحفاظ على حياته، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية والاستشرافية، ويتمثل مجتمع الدراسة الراهنة في المختصين بمجال الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المتعمقة. ومن أهم نتائج الدراسة: أنه يمكن للصحفي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات من خلال تعلم الآلة، ومن أهم إيجابيات استخدام الصحفي تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات والكوارث بالمؤسسات الصحفية: تأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن صعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جداً قبل حدوث أي خطر في أي مكان، كما يمكن للصحفي استخدام طائرات الدرون، فهي تستطيع إجراء حوار مع الضيوف.

٦. دراسة (Jeannette Paschen (2020)^(١٢) والتي رصدت كيف يمكن أن يكون للذكاء الاصطناعي القدرة على تحليل كميات هائلة من البيانات غير المنظمة،

وكيف له أن يساعدنا على التمييز بين محتوى الأخبار المزيفة والحقيقية، باستخدام تطبيق AI، كما بحثت هذه الدراسة في كيفية اختلاف الجاذبية العاطفية، أي تكافؤ المشاعر وقوة عواطف معينة، في المحتوى الإخباري المزيف عن المحتوى الإخباري الحقيقي. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن العناوين فارق قوي في العواطف بين الأخبار المزيفة والحقيقية، وأن عناوين الأخبار المزيفة أكثر سلبية بكثير من عناوين الأخبار الحقيقية، إضافة إلى ذلك، كشفت النتائج أن المحتوى النصي للأخبار المزيفة أعلى بكثير في عرض عواطف سلبية محددة، مثل الاشمئزاز والغضب، وأقل في إظهار العواطف الإيجابية، مثل الفرح.

٧. دراسة (عيسى عبد الباقي موسى & أحمد عادل عبد الفتاح ٢٠٢٠)^(١٣) والتي سعت إلى تحقيق هدفٍ لتصورات ومواقف الصحفيين رئيس يتمثل في: الرصد الكمي والتفسير الكيفي العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، وتحديد درجة جاهزيتها لتبني تلك التقنيات، والمهارات اللازمة للتكيف مع بيئة العمل الجديدة، وأبرز تحدياتها، وملامح مستقبلها، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية نشر لأفكار المستحدثة، ونموذج قبول التكنولوجيا، كما تم توظيف منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداتي الاستبيان، والمقابلة المتعمقة، على عينة قوامها ١٥٠ مفردة من الصحفيين المصر بين العاملين بغرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، بجانب إجراء مقابلات إلكترونية لعينة من القيادات الصحفية، والأكاديميين، وخبراء الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، منها: أن نسبة ٨٨% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة

بهم؛ إلا أنهم أشاروا في الوقت نفسه إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، بجانب عدم توافر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه التقنية .

٨. دراسة (2019 Tom Cassauwers)^(١٤) والتي استهدفت التعرف حول "هل يمكن أن يساعد الذكاء أولي الاصطناعي في إنهاء الأخبار المزيفة؟"، وصمم الباحث في الدراسة نموذجاً يستخدم التعلم الآلي القائم على الرسم البياني، وهو أسلوب الذكاء الاصطناعي، وتم تدريب النموذج الأولي على بيانات من Twitter، حيث يتتبع الباحثون القصص التي يدققها الصحفيون ويظهرون أنها غير صحيحة، وخلصت هذه الدراسة إلى أنه من السداجة توقع أن تحل التكنولوجيا مشكلة الأخبار المزيفة؛ فالأمر لا يتعلق فقط اكتشاف الأخبار المزيفة؛ مشكلة الثقة في التفكير النقدي ونقصه.

٩. دراسة (2019 Andreas Veglis & Theodora A. Maniou)^(١٥) والتي رصدت دور chatbots وخصائصها في مجال الصحافة، وخلصت الدراسة إلى أن: تطبيق chatbots أظهر أنه بإمكانه رفع العبء عن الإنسان الصحفي من العمل الروتيني اليومي بَعْدَهُ "ذكاء اصطناعي"، فقلل الضغط لإنتاج كمية من الأخبار، وبدلاً من ذلك، سمح لهم بالتركيز على الجودة، والقدرات الحرة للتحليل والإبلاغ المتعمق.

١٠. دراسة (عمرو عبد الحميد ٢٠٢٠)^(١٦) والتي استهدفت رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصادقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مبحوث من

متابعي الأخبار الاقتصادية، وأشارت النتائج إلى أن أبرز المجالات التي نجحت في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي هي: "الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي ٤,٠٣، يليه "التعامل مع البيانات الضخمة" بمتوسط حسابي ٤,٠١، ثم خاصية "التعرف على وجود الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي ٣,٩٩.

١١. دراسة (أمن بريك ٢٠٢٠) ^(١٧) والتي رصدت اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، حيث جاء مستوى هذه التقنيات بشكل منخفض بنسبة ٣٤,٢% يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة ٣٣,٦% بشكل مرتفع، وأخير بنسبة ٥,٦%، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات المؤسسات الصحفية التي تنتمي لها الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون بها تبع المؤسسة.

١٢. دراسة (Waled Alli & Mohamed Hassoun 2019) ^(١٨) والتي وصف الوضع الراهن للتكنولوجيا ودورها في تجديد الصحافة وتحديثها، والوقوف على الآثار المحتملة على مستقبل الصحفيين جراء توظيف الذكاء الاصطناعي، حيث توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي في العصر الرقمي، خاصة في ظل قدرتها على التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقاً لسياسة التحرير وكذلك تخصيص المحتوى.

١٣. دراسة (Jonathan Stray ٢٠١٩) ^(١٩) والتي استهدفت التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الاستقصائية، وذلك من

خلال التعرف على تقارير الصحافة الاستقصائية التي تمت باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأنواع مشكلات الصحافة الاستقصائية التي يمكن حلها بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي على المدى القريب، وتوصلت الدراسة إلى أنه لم تستخدم سوى عدد قليل، وأن تقنيات الذكاء من قصص التحقيق أساليب الذكاء الاصطناعي بطرق ضعيفة نسبي الاصطناعي يمكن أن تسهم في مهام إعداد البيانات، مثل استخراج البيانات من وثائق متنوعة وربط سجل قاعدة البيانات الاحتمالية.

١٤. دراسة (بسنت عطية ٢٠١٩)^(٢٠) والتي سعت إلى التعرف على مدى تقبل القائمين بالاتصال في مصر لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام والنية السلوكية ومجموعة من المتغيرات الأخرى والسمات الديموغرافية، مثل النوع والسن ومستوى الدخل، بالاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا.

١٥. دراسة (سحر عبدالمنعم محمود الخولي ٢٠٢٠)^(٢١) والتي سعت إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي في الفترة من ٠١ / ٠٦ / ٢٠٢٠ إلى ٣١ / ٠٧ / ٢٠٢٠، واعتمدت الباحثة على منهج المسح باستخدام استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات المصرية قوامها ٢٥٠ مفردة تم اختيارهم بطريقة عمدية من عدد ١٦ صحيفة مصرية وتنوعت من حيث ملكيتها (صحف قومية وحزبية وخاصة)، وخلصت الدراسة إلى أن الصحف المصرية تعتمد على التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة، وقد تمثلت أهم مجالات الاستخدام

في جمع المادة الصحفية وتحريرها وإنتاج الرسوم والجرافيك الخاص بها، والإخراج الصحفي استعداداً للطباعة والنشر. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية تقوم باستخدام التطبيقات المتطورة لأنظمة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كان معظمها في الصحف القومية والخاصة، وتعتمد عليها بشكل غير منتظم.

١٦ . دراسة (2020 Leavy Susan) ^(٢٢) والتي استهدفت التعرف على أسباب التحيز في الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين الإناث في دولة إيرلندا، وهل هناك تأثير سلبي على سلوكيات ووعي الجمهور فيما يتعلق بالمرشحين الإناث في إيرلندا، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بإجراء دراسة تحليلية طويلة قام من خلالها بتحليل عينة قوامها ٤٦٩ من أصل ٤٧٩٨١ مقالاً متعلقاً بالمرشحين السياسيين من عام ٢٠١٩ - ٢٠١١ والتي تم نشرها في صحيفتي Independent The & the Sunday، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج التي تتم الاستعانة بها في الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تعتمد على لغة اللوغاريتمات، حيث إنهما اعتمدت في تحليلها على المقالات والأخبار الصحفية السابقة والتي نشرت على المرشحات والتي كانت في الأغلب تتجه نحو التحيز ضدهن، لهذا كانت النتيجة منطقية في حدوث ذلك التحيز بناء على المدخلات التي أدت إلى وجود مخرجات متحيزة أيضاً .

١٧ . دراسة (Diakopoulos Nicholas 2019) ^(٢٣) والتي استهدفت التعرف على الدور الذي يقوم به الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، والتعرف على الوظائف التي يمكن أن يقوم بها من وجهة نظر الصحفيين، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي؛ حيث قام باختيار مجموعة من الصحفيين قوامها ٨٠ مفردة

بحثية من الصحفيين مستعينا باستمارة الاستقصاء. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، من خلال معالجة البيانات ووضعها في شكل تقرير صحفي، يمكن نشره إلى الجمهور، بل أيضاً إظهار استنتاج من الخبر أو المقال الصحفي، ولا تكتفي فقط بسرد المعلومات، إلا أنها توصلت إلى أنه على الرغم من قيام التكنولوجيا وبرامج الذكاء الاصطناعي بمعالجة البيانات وإظهارها في شكل تقارير وأخبار صحفية، إلا أن الأمر قد يتطلب في بعض الأحيان التدخل البشري في تعديل بعض الصياغات حتى يتسنى نشرها على الجمهور، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن من معالجة المعلومات والبيانات الصحفية في صورة ملائمة لأخلاقيات ومعايير ميثاق الشرف الصحفي.

١٨. دراسة (Santosh Kumar 2020)^(٢٤) والتي سعت إلى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي Intelligence Artificial في وكالة أنباء Xinhua الصينية على العمل الصحفي، وما هي التحديات التي تعيق توظيف تلك التكنولوجيا في الوكالة، وقد اعتمد أ الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عشوائية قوامها ٢٥ صحفي من وكالة أنباء Xinhua الصينية، ومن خلال استخدام المقابلات المتعمقة أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحرير المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونياً ودون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما وفر الكثير من الوقت والجهد اللازم في العمل الصحفي للوكالة، كذلك أكدت أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن الذكاء

الاصطناعي مكن وكالة Xinhua الصينية من تطوير أشكال جديدة من عرض القصص الخبرية، ومنها الاعتماد على ما يعرف بالواقع الافتراضي (VR) Reality Virtual حيث يتم عرض الأخبار في صورة تشبه الأفلام ثلاثية الأبعاد تجعل المشاهد يعيش تجربة الخبر كأنها واقع وهو عضو مشارك فيه، مما يساهم بشكل كبير في إقبال فئات الجمهور نحو مشاهدة تلك الأخبار التي تتم إذاعتها بطريقة فريدة تختلف عن الطرق التقليدية في عرض الأخبار.

١٩. دراسة (Marco ,Braghieri 2019) ^(٢٥) والتي استهدفت التعرف على

تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة والذكاء الاصطناعي Intelligence Artificial AI على العمل الصحفي وعلى أداء الصحفيين، إضافة إلى التعرف على أهمية الذكاء الاصطناعي في جمع ونشر المعلومات، وقد اعتمد الباحث على منهج دراسة الحالة؛ حيث قام باختيار مؤسسة صحفية Daily Express البريطانية ودراستها لمدة طويلة term-Long لمعرفة مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على أداء المهام الصحفية، واستخدم الباحث استمارة الاستقصاء للحصول على المعلومات من الصحفيين من المؤسسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى التأثير الكبير لتكنولوجيا الاتصال على العمل الصحفي بشقيه الفردي أو الجماعي بالنسبة كفريق عمل ووحدة متكاملة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في تدفق flux وتوزيع ونشر المعلومات التي تقوم المؤسسة الصحفية بإنتاجها، كذلك أكدت على أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في نشر الأخبار، من خلال التطبيق الذي تصدره صحيفة Express Daily عن طريق استخدام قارئ الأخبار الاصطناعي

Artificial Anchorman والذي يقوم بدور المذيع للأخبار إلى الجمهور

على غرار قارئ النشرة الموجودة في الراديو أو التلفزيون.

٢٠. دراسة (Matteo Monti ٢٠١٩) ^(٢٦) والتي استهدفت تحليل المشكلات

الأخلاقية والقضائية للصحافة الآلية المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة فيما يتعلق بحرية المعلومات، وذلك بالتطبيق على المفهوم الأوروبي لحرية المعلومات وتنظيم وسائل الإعلام، مع التركيز بشكل خاص على النظام القانوني الإيطالي. وقد توصلت الدراسة إلى أنه فيما يتعلق بنطاق النظم القانونية الأوروبية، فقد قام النظام الإيطالي بتطوير فكرة حرية المعلومات على نطاق أوسع، كما تم تطوير ابتكارات يمكن تنفيذها في فهم كيفية صياغة الموضوعات المتعلقة بالصحافة الآلية من وجهة نظر قانونية.

٢١. دراسة (Mico Tatalovic 2018) ^(٢٧) والتي سعت إلى الوقوف على مدى

الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة العلمية، من خلال تلخيص الدراسات والأبحاث العلمية ووضعها في شكل تقارير صحفية عن طريق استخدام تقنيات الأتمتة، كما حدث ذلك في بعض الصحف فيما يتعلم بالموضوعات الرياضية والسياسية والاقتصادية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الصحافة العلمية لم تستفد حتى الآن من تقنيات الذكاء الاصطناعي مثلما حدث في الصحافة الرياضية والسياسية والاقتصادية، وأن المحررين العاملين في مجال الصحافة العلمية ال يزالون غير مدركين لأهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعداد التقارير الخاصة بالصحافة العلمية.

٢٢. دراسة (Daewon Kima ٢٠١٨) ^(٢٨) والتي سعت إلى التعرف على

اتجاهات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، واعتمد الباحث على المنهج

المسحي، حيث قام باختيار عينة قوامها ٤٧ صحفياً من دولة كوريا الجنوبية، من خلال استخدام استمارة الاستقصاء، وخلصت الدراسة إلى أن اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل إلى ثلاثة مجموعات المجموعة الأولى والتي ترى أن الإمكانيات التي يتمتع بها الذكاء الاصطناعي قد أوصل الكثير من الصحف إلى مكانة أنها من الصحف الأولى أو النخبة الصحفية، أما المجموعة الثانية وهي على النقيض من المجموعة الأولى حتى إنه تم تصنيفها بأن لديهم عقدة فرانك شتاين وهو مصطلح تمت صياغته في الدلالة على الخوف من الأشياء الآلية؛ حيث أظهرت تلك المجموعة بعض المخاوف من استخدام ذلك الذكاء الاصطناعي مفسراً ذلك على بعض التجارب السلبية في استخدام ذلك الذكاء الاصطناعي مثل الاختراق الأمني أو حدوث بعض الأعطال الحاسوبية التي تؤثر على جودة العمل الصحفي، أما المجموعة الثالثة وهي صاحبة وجهة النظر الوردية أو الوسطية ، حيث إنها تقبل توظيف واستخدام الذكاء الاصطناعي؛ وذلك لما يتمتع به من إيجابيات تسهم في تسهيل ونشر العمل الصحفي، على الرغم من اعترافها بوجود بعض التهديدات الموجودة على تطبيق الذكاء الاصطناعي.

٢٣. دراسة (Galily Yair 2018)^(٢٩) والتي سعت إلى التعرف على دور وأهمية توظيف الذكاء الاصطناعي اللوغاريتمات في العمل الصحفي، إضافة التي التعرف على فاعلية تطبيق ذلك الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية، وأهمية ذلك في تيسير العمل الصحفي، وما هي اتجاهات الصحفيين نحو تلك التغيرات في العمل الصحفي هل تعتبر بمثابة تطور للعمل الصحفي evolutionary stage ، أم هو تغير شامل sweeping change لنظام العمل الصحفي، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي حيث قام الباحث باختيار عينة من العاملين في المجال

الرياضي قوامها ٤٥ مفردة ، وخلصت الدراسة إلى أن الصحفيين يرون أن استخدام الذكاء الاصطناعي يعتبر بمثابة تغيير شامل sweeping change في العمل الصحفي نتيجة المهام المتعددة والمتنوعة التي تقوم بها تلك التكنولوجيا في العمل الصحفي، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في معالجة الأخبار والمقالات الرياضية قد منح ذلك القسم من الصحافة السرعة والدقة في معالجة البيانات، مما سمح بسرعة نشر المعلومات إلى الجمهور، كما أشارت اتجاهات الصحفيين إلى أن استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي قد سمح بوجود ما يعرف بإنتاج المحتوى الإلكتروني أو صحافة الروبوت والذي تتم صياغته من قبل الحاسوب، الأمر الذي قد وفر الكثير من الوقت والجهد.

٢٤. دراسة (محمود رمضان أحمد عبد اللطيف ٢٠٢١) (٣٠) والتي استهدفت التعرف على مدى تبنى المؤسسات الصحفية المصرية تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية، وذلك من خلال إجراء الدراسة على عينة قوامها (٢٢٥) من القائمين بالاتصال، وخلصت الدراسة إلى أن هناك وعي من قبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية بأدوات تطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما أن هناك العديد من تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها في إنتاج وتحرير أو بث المحتوى الصحفي في الصحف المصرية.

المحور الثاني: دراسات ركزت على مستقبل وسائل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي.

٢٥. دراسة (أحمد حسن السمان ٢٠٢٢) (٣١) والتي سعت إلى الكشف اتجاهات الصحفيين والتقنيين والقيادات بوكالة أنباء الشرق الأوسط لواقع ومستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي الإخباري، مستخدمة منهج المسح ا، وأداة كيفية هي المقابلة شبة وأداتين لجمع البيانات الأولى كمية؛ وهي استبانة

بمشاركة ١٨ مبحوث المقننة مع ٥ من قيادات الوكالة. استندت الدراسة في بناء افتراضاتها وتساؤلاتها وتفسير نتائجها على نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية، حيث أكدت الدراسة على الانتقادات التي وجهت إلى نموذج تقبل التكنولوجيا في نسخته الأولى التي تفترض أن السهولة والفائدة المدركين أساسين محددتين لتبني التكنولوجيا الجديدة؛ حيث توصلت الدراسة إلى عدم وجود عالقة ذات دلالة إحصائية بين هاذين العاملين وتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بالوكالة. في المقابل أيدت الدراسة ما ذهب إليه نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية من أهمية دور المنظمة في استخدام التقنيات الجديدة عبر توفير بيئة مناسبة تشجع هذا التطبيق. ومن هنا أعادت الدراسة التأكيد على الإضافة المهمة التي حققها النموذج التفاعلي وخاصة بروز الدور المؤسسي في تقبل التكنولوجيا ولم ترصد الدراسة وجود مخاوف للمحررين على مستقبلهم الوظيفي، وجاء التخوف الوحيد الذي أيده الصحفيون تجاه قضايا أخلاقية كحقوق الملكية وانتهاك الخصوصية.

٢٦. دراسة (نسمة محمد خضر ٢٠٢٢) (٢٢) والتي رصدت تقييم النخبة الإعلامية والأكاديمية المصرية لواقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الإعلامية المصرية ومجالات استخدامها، وتحديد درجة جاهزيتها لتبني تلك التقنيات، والكشف عن العوامل المؤثرة في عملية التوظيف، وأبرز الفوائد والسلبيات، وأهم المعوقات وعوامل النجاح للتكيف مع بيئة العمل الجديدة، وأبرز تحدياتها وملامح مستقبلها وانعكاساتها على العملية الإعلامية (المحتوى، الممارسين، وسائل الإعلام التقليدي والجديد، الجمهور)، وقدرتها على توظيف المهارات المختلفة لإنتاج محتوى إبداعي والكشف عن أبرز التقنيات المتوقعة توظيفها في عمليات إنتاج المحتوى، وذلك في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ونموذج إدارة

الإبداع و الابتكار باستخدام أداة الاستبيان لعينة متاحة قوامها ١٢٠ مفردة من النخبة الإعلامية والأكاديمية، بالإضافة إلى المقابلات المتعمقة مع عدد ١٢ مفردة من القيادات الإعلامية، وخبراء الإعلام والذكاء الاصطناعي و خلص البحث لجاهزية المؤسسات الإعلامية المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة مع توقع المبحوثين لتطور عمليات التوظيف بدرجات متفاوتة،

٢٧. دراسة (أحمد عبد المجيد منصور ٢٠٢١)^(٣٣) والتي استهدفت تحقيق هدف رئيس يتمثل في الكشف عن مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (٢٠٣٠-٢٠٢١)، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على السيناريوهات المتوقعة لمستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدخل نظم المعلومات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداتي الاستبيان، والمقابلات المتعمقة، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٥٠ من الصحفيين والقيادات العاملين بالمؤسسات المصرية "عينة الدراسة"، بجانب إجراء مقابلات 50 صحفي إلكترونية لعينة من القيادات الصحفية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى صياغة السيناريوهات المستقبلية للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (٢٠٣٠-٢٠٢١)، وهي: السيناريو التفاؤلي، والسيناريو المرجعي، والسيناريو التشاؤمي، وأن دوافع استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في الصحف في المستقبل لمواجهة انخفاض قارئه الصحف، ورفع كفاءة العمل الصحفي للصحفيين، ومحاوله زيادة أرباح المؤسسات الصحفية، وتحقيق ترتيب متقدم بن الصحف والوسائل الإعلامية المنافسة،

٢٨. دراسة (أمل خطاب ٢٠٢١)^(٣٤) والتي استشرفت مستقبل غرف الأخبار المتطورة في إطار توظيف التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي من خلال آراء خبراء في مجالي الإعلام والذكاء الاصطناعي، وصحفيين وقائمين على العمل في عدة غرف أخبار مصرية، وتوصلت إلى حتمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار لتطوير دورة العمل والحصول على كفاءة أكبر للأداء، وتعزيز ولاء الجمهور، وقدمت سيناريوهين خلال خمس سنوات؛ يفترض أولهما تحول غرف الأخبار الكلي إلى الرقمنة واستخدام التقنيات الذكية، والثاني استخدام جزئي لهذه التقنيات.

٢٩. دراسة (A, Miroshnichenko 2020)^(٣٥) والتي سعت إلى الإجابة عن تساؤل: هل ستحل الروبوتات محل الصحفيين؟ بالاعتماد على مراجعة الحالة الراهنة للصحافة الآلية، وتحليل الحجج الشائعة حول عدم "قدرة الروبوتات" التغلب على البشر في الممارسات الإبداعية، وأشارت الدراسة إلى أن القراء في بعض الأحيان لا يستطيعون التمييز بين الأخبار المكتوبة بواسطة الروبوتات أو البشر، كما أن استخدام الروبوت أظهر نجاحا في التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها، وتوقعت الدراسة أن غرف الأخبار كبرى بالمؤسسات الإعلامية ستعتمد على الروبوت خلال العقد القادم لإنتاج أكبر قدر من المحتوى وبأسرع وقت ممكن، بما يتوافق مع اقتصاديات عمل تلك المؤسسات لزيادة عدد الزيارات والمشاهدات لمواقعها الإلكترونية.

٣٠. دراسة (Komal Khandelwal & Ashwani Kumar, 2019)^(٣٦) والتي رصدت تعلم القائم على الذكاء الاصطناعي من التطبيق، واستخداماته، ومستقبله، والتحديات التي تواجهه، فمع التطورات المتسارعة في التكنولوجيا، فإن

مستقبل العمل مهياً للتغير، فكثير من الناس فضوليون لمعرفة كيفية عمل الذكاء الاصطناعي، ويعتقد بعض الخبراء أن الذكاء الاصطناعي سيخلق خطأً طاً جديدة من الأعمال والوظائف والإدارة ومساعدة د الموظفين على القيام بعملهم بشكل أكثر كفاءة و ا من الوظائف الحالية، فعالية، وأن عدي مثل المساعدين القانونيين والصحفيين والعاملين في المكاتب ومبرمجي الكمبيوتر، تتعرض للتهديد بسب نمو الذكاء الاصطناعي، وأن المنظمات بدت تدرك الحاجة إلى إعادة المهارات وتدريب القوى العاملة الحالية.

٣١. دراسة (Future today institute, 2019) (٣٧) والتي استهدفت استشراف مستقبل الصحافة والإعلام، بالتطبيق على العاملين في غالبية المؤسسات والصحف الإعلامية في الولايات المتحدة، وتوصل في نتائجه إلى أن غالبية المحوثين يعتقدون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعد مدعاة للقلق؛ فرغم الاستثمارات الكبيرة التي تُضخ في هذا المجال، يظل الدور الذي تؤديه في غرف الأخبار ليس بواضح، ورأى بعض العاملين أنه يهدد وظائفهم، في حين رأى آخرون أن استخدامه يزيد من الفوائد والمكاسب؛ لكن ليس بشكل عام، كما توجد حالة من الارتباك بشأن تطبيقه في المجال الإخباري حتى الآن.

٣٢. دراسة (مي مصطفى عبد الرازق ٢٠٢٢) (٣٨) والتي سعت إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثير ذلك على واقع ممارستهم الإعلامية ومحاولة استقراء مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بالتطبيق على عينة قوامها (٤٥١) من القائمين بالاتصال مقسمة إلى عينة قوامها (٢٦٥) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية المصرية، و(١٨٦) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية،

وخلصت الدراسة إلى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية، كما أكد الباحثون أن المؤسسات الإعلامية ستقوم بإجراء بعض التغييرات والإصلاحات لتبني هذه التقنيات، كما كشفت النتائج أن الموضوعات الأكثر توظيفاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي تتمثل في الصحافة الخدمية كمعرفة أحوال الطقس وأسعار الذهب، ثم الصحافة الاقتصادية. ٣٣. دراسة (أسماء محمد مصطفى علي عرام ٢٠٢١) (٣٩) والتي استهدفت وضع تصور لمستقبل الصحفيين في عصر تقنية الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى سيطرة الروبوتات على العديد من المهن والصناعات الأخرى، من ضمنها المؤسسات الصحفية، كما أكدت الدراسة بأن يقوم الروبوت بنقل الحدث وتوقف المراسلين عن التغطية؛ لذلك يجب عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحف المصرية على أن يكون ذلك بنظام إجباري لكل العاملين بالمؤسسات الصحفية؛ لتطوير كفاءتهم لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لأن ذلك يمثل تحدياً حقيقياً للصحفيين يحتم عليهم العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- أظهرت نتائج الدراسات التي اعتمدت عليها الباحثة تأثير وفعالية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بصفة عامة وفي مجال إنتاج وتحرير المحتوى بصفة خاصة.
- ٢- ركزت الدراسات السابقة على توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية والصحفية، كما ركزت بعض الدراسات على العنصر الفاعل في العملية الإعلامية وهو القائم بالاتصال وتأثير الذكاء الاصطناعي علي.

- ٣- تنوعت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة ما بين - نظرية انتشار المستحدثات- النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا وغيرها من النظريات التي ساعدت الباحثة في اختيار النظرية التي تتناسب مع موضوع دراستها والتي تتمثل في (التشكيل الاجتماعي للتكنولوجيا).
- ٤- كشف مسح الدراسات السابقة تشابه العينات الميدانية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة والمتمثلة في القائم بالاتصال، وهي ذات العينة التي ستعتمد عليها الباحثة.
- ٥- أظهر مسح الدراسات السابقة تنوع الأدوات التي وظفتها كل دراسة تبعاً لأهداف البحث وتساؤلاته، فبعض الدراسات وظفت أداة الاستبانة فقط، والبعض الآخر جمع بين أداتي الاستبيان والمقابلة المقننة، وسوف توظف الباحثة في هذه الدراسة أداة الاستبيان الإلكتروني.
- ٦- أظهر مسح الدراسات السابقة عدم تناول إي دراسة عربية أو أجنبية - في حدود علم الباحثة- مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاسها على بيئة العمل الصحفي للعاملين فيه، وهو ما تركز عليه الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

من خلال نتائج الدراسات السابقة التي استرشدت بها الباحثة والتي أكدت على تأثير الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي سواء من خلال إنتاج وتطوير المحتوى، أو من خلال تأثيره على القائم بالاتصال من خلال التهديد بفقد الوظائف، فقد تحددت مشكلة الدراسة في رصد وتحليل آراء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية والخبراء الأكاديميين حول مستقبل بيئة العمل بالمواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات

الذكاء الاصطناعي ، والكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لهذه التطبيقات على تلك البيئة، والتعرف على انعكاسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي عليها.
أهمية الدراسة:

ترتكز أهمية الدراسة الحالية على مجموعة من الاعتبارات هي:

- ١ . تنبع أهمية الدراسة من الانقسام القائم بين خبراء الإعلام حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فمنهم من يرى أنه يمثل تهديداً لكثير من وظائف الإعلام وبخاصة في غرف الأخبار، ومنهم من يرى أنه يمثل إضافة إيجابية لبيئة الإعلام؛ مما يتطلب القيام بهذه الدراسة لتوضيح هذا الإشكال القائم، والوقوف على تأثير هذه التطبيقات على البيئة الصحفية.
- ٢ . تتركز أهمية هذه الدراسة باعتبارها من الدراسات المستقبلية التي تحاول أن تستقرأ مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل التغيرات التكنولوجية المتلاحقة، وتقديم رؤية أكاديمية ممزوجة بأراء الخبراء حول كيفية الاستفادة من هذه التطبيقات.
- ٣ . تنبع أهمية هذه الدراسة كونها تركز على الجانب المهني في العملية الإعلامية والمتمثل في تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على بيئة العمل الصحفي للعاملين بالمواقع الاخبارية؛ مما يضيف على الدراسة أهمية وقيمة خاصة مع تقديم الباحثة تصور مقترح للقائمين بالاتصال في المواقع الاخبارية حول الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملهم المهني.
- ٤ . تستمد الدراسة أهميتها من كونها- حسب علم الباحثة- من الدراسات القليلة التي تتناول مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على بيئة العمل الصحفي للعاملين بها.

أهداف الدراسة:

انطلاقاً من المشكلة البحثية، تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس والمتمثل في: مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على بيئة العمل الصحفي للعاملين بها، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية على النحو التالي:

- ١ . الكشف عن تقييم القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية لواقع الذكاء الاصطناعي في مواقعهم الإخبارية التي يعملون بها.
- ٢ . التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية.
- ٣ . الوقوف على تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على بيئة العمل الصحفي للعاملين بالمواقع الإخبارية المصرية.
- ٤ . التعرف على تصورات الخبراء المهنيين والأكاديميين حول مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- ٥ . تقديم رؤية استشرافية حول مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

تساؤلات الدراسة:

- ١ . ما الوضع الحالي لواقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الاخبارية المصرية؟
- ٢ . ما التأثيرات الإيجابية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على المواقع الاخبارية المصرية؟
- ٣ . كيف تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي سلبياً على المواقع الاخبارية المصرية؟

- ٤ . ما تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على بيئة العمل الصحفي للعاملين بالمواقع الإخبارية؟
- ٥ . ما تصورات الخبراء المهنيين والأكاديميين حول مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
- ٦ . كيف سيكون مستقبل المواقع الإخبارية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي كما يرى الخبراء والأكاديميين؟

نوع الدراسة:

تتمة هذه الدراسة إلى الدراسات المستقبلية التي تسعى إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل، وتساعد الدراسات المستقبلية في استطلاع النتائج والتداعيات على المسارات المستقبلية؛ فإذا كانت النتائج والتداعيات تسهم في تشكيل المستقبل المرغوب فيه، فهو بالأمر الجيد، وإذا لم تكن تسهم في ذلك، فإننا نسعى لتعديل هذه القرارات حتى تأتي نتائجها وتداعياتها متوافقة مع المستقبل الذي نريده^(٤٠)، والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية لدراستها تتمثل في مستقبل المواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على بيئة العمل الصحفي للعاملين بها.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على المنهجين التاليين:

- ١ . منهج الاستشراف أو التنبؤ المستقبلي، والذي يشير إلى القدرة البشرية على التنبؤ بالمستقبل، وذلك من خلال قراءة واقعية في الحاضر والماضي ومن ثم تصور ما يمكن أن تشهده الظاهرة أو المشكلة محل الدراسة من تطورات مستقبلية.^(٤١)، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى استشراف مستقبل المواقع الإخبارية في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

٢. منهج المسح: اعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من الممارسين والأكاديميين باعتباره من المناهج التي تسهم بتوصيف الظاهرة بعمق من جميع جوانبها من ناحية، وملاءمته للدراسات المستقبلية من ناحية أخرى باعتباره من المناهج التي تستهدف الإجابة على التساؤلات المطروحة للوصول إلى تصورات مستقبلية يمكن استخدامها لتحليل ووصف الظاهرة، وقد تم توظيف هذا المنهج في إطار استخدام أسلوب المسح بالعينة للخبراء والأكاديميين.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على أداة الاستبيان: بهدف استثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها^(٤٢)، وقد قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان تضم عدداً من الأسئلة التي تسعى إلى تحقيق أهداف الدراسة، كما قامت بإجراء اختبار قبلي Pre-Test للتحقق من صحتها وعرضها على الخبراء في مجال الدراسة^(٤٣)، ومن ثم تطبيقها على المبحوثين عينة الدراسة، وقد قامت الباحثة بجمع بيانات الدراسة من خلال استمارة الاستبيان الإلكتروني وتم توزيعها على عينة الخبراء في الفترة من ٢٠٢٣/٣/١ إلى ٢٠٢٣/٣/٣١ م.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من الممارسين بالمواقع الإخبارية المصرية و الخبراء والأكاديميين المهتمين بالمواقع الإخبارية في مصر.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان الإلكتروني على عينة عمدية من الصحفيين بالمواقع الإخبارية المصرية، والأكاديميين المتخصصين في الإعلام الجديد، والصحافة الرقمية، والحاسبات والمعلومات.

وتمثلت عينة الصحفيين في عدد (١٢٠) مفردة من المحررين بالمواقع الإخبارية المصرية بواقع عشر مفردات لكل من موقع القاهرة ٢٤، ومصر تايمز، وأوان مصر، ومصراوي، وفيتو، والبوابة نيوز، وأخبار اليوم، والأهرام المسائي، والوفد، والدستور، وبرلماني، وموقع Tourism daily news المتخصص في السياحة. كما تمثل عينة الخبراء المتخصصين الأكاديميين في عدد (٤٠) مفردة بجامعات القاهرة، وعين شمس، وسوهاج، وجنوب الوادي، ومصر للعلوم والتكنولوجيا، وأكتوبر للعلوم الحديثة والآداب. وتم تطبيق الاستبيان الإلكتروني على الصحفيين والأكاديميين في الفترة ٢٠٢٣/٣/١ إلى ٢٠٢٣/٣/٣١ م.

نتائج الدراسة

جدول رقم (١)

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع
الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون ن = ٤٠		الصحفيون ن = ١٤٠		استخدام التطبيقات
%	ك	%	ك	
٣٧,٥	١٥	٢٤,٢	٢٩	تستخدم بدرجة كبيرة
٣٢,٥	١٣	٢٩,١	٣٥	تستخدم الى حد ما
٣٠	١٢	٤٦,٧	٥٦	لا تستخدم
١٠٠	٤٠	١٠٠	١٢٠	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر فئة (لا تستخدم) مقدمة فئات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ٤٦,٧٪، بينما جاءت فئة "تستخدم إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٩,١٪، بينما حلت فئة "تستخدم بدرجة كبيرة" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٤,٢٪؛ في حين تصدرت فئة "تستخدم بدرجة كبيرة" مقدمة فئات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ٣٧,٥٪، بينما جاءت فئة "تستخدم إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٢,٥٪؛ في حين حلت فئة "لا تستخدم" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٣٠٪.

وتعكس النتائج السابقة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا تزال تحطو خطوات وئيدة في البيئة الصحفية المصرية سواء من خلال عينة الصحفيين أو الأكاديميين، وربما يرجع ذلك إلى تعدد التحديات التي تواجه المواقع الإخبارية في توظيف هذه التطبيقات

سواء التحديات الاقتصادية أو التكنولوجية أو المهنية أو غيرها من التحديات التي تعوق توظيف هذه التطبيقات.

جدول رقم (٢)

المواقع الإخبارية المصرية الأكثر استخداما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لكل من الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		المواقع الإخبارية
%	ك	%	ك	
١٢,٩	٢٦	١٣,٢	٤٨	القاهرة ٢٤
١٠,٤	٢١	٩,٦	٣٥	أوان مصر
٨,٤	١٧	٩	٣٣	Tourism daily News
١٠,٩	٢٢	٨,٨	٣٢	مصر تائمز
٦,٩	١٤	٨,٢	٣٠	مصرأوي
٦,٤	١٣	٨,٢	٣٠	الدستور
٦,٩	١٤	٦,٦	٢٤	برلماني
٥,٤	١١	٥,٥	٢٠	الوطن
٧,٤	١٥	٤,٧	١٧	فيتو
٥,٤	١١	٤,١	١٥	اليوم السابع
٥	١٠	٤,١	١٥	الاهرام المسائي
٢	٤	٤,١	١٥	الوفد
٢,٥	٥	٤,١	١٥	المصري اليوم
١,٥	٣	٢,٧	١٠	البوابة نيوز
٢,٥	٥	٢,٢	٨	المساء
٢	٤	١,٩	٧	الشروق
٢,٥	٥	١,٦	٦	الاهرام
١	٢	١,٤	٥	أخبار اليوم
١٠٠	٢٠٢	١٠٠	٣٦٥	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر موقع القاهرة ٢٤ مقدمة المواقع الإخبارية المصرية الأكثر استخداما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٣,٢٪، تلاها موقع أوأن مصر بنسبة بلغت ٩,٦٪، بينما حل موقع News Tourism daily في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٩,٠٪، بينما جاء موقع مصر تايمز في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨,٨٪؛ في حين موقع مصراوي في المرتبة الخامسة ضمن المواقع الإخبارية المصرية الأكثر استخداما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ٨,٢٪، بينما حل موقع الدستور في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٨,٢٪، بينما حلت باقي المواقع الإخبارية في مراتب متأخرة.

كما حل موقع "القاهرة ٢٤" في المرتبة الأولى ضمن المواقع الإخبارية المصرية الأكثر استخداما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٢,٩٪، بينما حل موقع "مصر تايمز" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٠,٩٪، بينما جاء موقع "أوأن مصر" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٠,٤٪؛ في حين حل موقع News Tourism daily في المرتبة الرابعة ضمن المواقع الإخبارية المصرية الأكثر استخداما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ٨,٤٪، بينما حل موقع فيتو في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٧,٤٪، في حين حل موقعي مصراوي وبرلماني في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦,٩٪، بينما حلت باقي المواقع في مراتب متأخرة.

جدول (٣)

تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في
المواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	الأكاديميين		الصحفيون		التطبيقات المستخدمة
		%	ك	%	ك	
.٠٠١	.٥٠٧	١١,٨	٢٣	١٥,٧	٦٠	الترجمة الآلية للأخبار بلغات مختلفة
		١١,٨	٢٣	١٤,٤	٥٥	تتبع الاخبار العاجلة
		١٢,٨	٢٥	١٢,٩	٤٩	تحليل البيانات الضخمة
		٩,٢	١٨	١٣,٧	٥٢	تخصيص المحتوى وفقا للجمهور وتفضيلاته
		٦,٧	١٣	٧,١	٢٧	التدقيق اللغوي وتنسيق الموضوعات
		٧,٧	١٥	٩,٧	٣٧	تحرير الاخبار والمقالات عبر الروبوت
		٨,٧	١٧	١٤,٤	٥٥	الدرشة الرد الآلي على الجمهور
		٩,٨	١٩	٤,٢	١٦	تحليل المشاعر نحو المضامين المقدمة
		٨,٧	١٧	٢,٩	١١	سرعة تحويل الصوت لنصوص وبيانات
		٨,٧	١٧	٢,٦	١٠	الكشف عن المضامين الزائفة
		٤,١	٨	٢,٤	٩	سرعة تحليل الصور ومقاطع الفيديو
		١٠٠	١٩٥	١٠٠	٣٨١	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن تطبيق الترجمة الآلية للأخبار بلغات مختلفة جاء في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٥,٧٪، تلاه التطبيقين الخاصين " بتتبع الأخبار العاجلة، الدرشة والرد الآلي على الجمهور" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٤,٤٪؛ في حين جاء التطبيق المتعلق " بتخصيص المحتوى وفقا للجمهور وتفضيلاته" في المرتبة الثالثة من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٣,٧٪، بينما حل التطبيق الخاص " بتحليل البيانات الضخمة" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٢,٩٪، بينما جاء تطبيق المتعلق " بتحرير

الاخبار والمقالات عبر الروبوت" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩,٧٪، بينما حل تطبيق " التدقيق اللغوي وتنسيق الموضوعات" في المرتبة السادسة ضمن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ٧,١٪، بينما حلت باقي التطبيقات في مراتب متأخرة وبنسب ضئيلة. كما أظهرت النتائج تصدر تطبيق " تحليل البيانات الضخمة" مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٢,٨٪، بينما جاء التطبيقان المرتبطان " بالترجمة الآلية للأخبار بلغات مختلفة، وتتبع الأخبار العاجلة" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٨٪؛ بينما حل التطبيق الخاص " بتحليل المشاعر نحو المضامين المقدمة" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٩,٨٪، تلاه التطبيق المتعلق " بتخصيص المحتوى وفقاً للجمهور وتفضيلاته" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩,٢٪، بينما حل التطبيقات المرتبطة " بالكشف عن المضامين الزائفة، وسرعة تحويل الصوت لنصوص وبيانات، والرددشة والرد الآلي على الجمهور" في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨,٧٪، بينما حل تطبيق " تحرير الأخبار والمقالات عبر الروبوت" في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٧,٧٪، بينما حلت باقي التطبيقات في مراتب متأخرة وبنسب ضئيلة.

وترى الباحثة أن أبرز التطبيقات التي يتم توظيفها في المواقع الإخبارية المصرية ارتبطت بالمجالات الكمية سواء في عمليات الترجمة أو تتبع الأخبار أو تحليل البيانات الضخمة بينما حلت التطبيقات المرتبطة الجوانب الكيفية أو الإبداعية في مراتب متأخرة ضمن توظيفها في المواقع الإخبارية مما يعكس التأثير الإيجابي لهذه التطبيقات في المواقع الإخبارية دون تأثره على الجانب المهني والعملية للصحفيين.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (أمن خميس ربيع أبو نقيرة، أحمد عبد الحكيم عامر ٢٠٢٣)^(٤٤)، دراسة (جواد راغب الدلو وآخرين ٢٠٢٢)^(٤٥)، دراسة (عمرو عبد

الحמיד ٢٠٢٠) (٤٦) والذين خلصوا إلى أنه يمكن الاستفادة من صحافة الذكاء الاصطناعي في التعامل مع البيانات الضخمة.

جدول رقم (٤)

التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التأثيرات الإيجابية
%	ك	%	ك	
١١,٧	٢٤	١٢,٧	٦٠	تزيد فرص إنتاج المضامين بجودة عالية
١١,٢	٢٣	١٢,٥	٥٩	تطوير المهارات الإدارية والتحريرية عموماً
١٢,٧	٢٦	١١,٨	٥٦	تقليل تكلفة الإنتاج والتشغيل
١٠,٢	٢١	١١,٣	٥٣	تقديم مضامين تتناسب مع احتياجات المستخدمين
٨,٣	١٧	٩,٩	٤٧	المساعدة في فحص الحقائق وكشف الأخبار الزائفة
١٠,٧	٢٢	٩,٩	٤٧	تزيد التواصل بين المحرر والجمهور
٧,٣	١٥	٩,٥	٤٥	تساعد في مواكبة المواقع للتطور الرقمي
٩,٣	١٩	٨	٣٨	تزيد من التفاعل بين المحررين ومصممي المواقع
٩,٧	٢٠	٧,٢	٣٤	زيادة الفرص الإبداعية للمحررين في أداء العمل
٨,٨	١٨	٧,٢	٣٤	التفريغ الآلي للنصوص بمقاطع الفيديو والصور
١٠٠	٢٠٥	١٠٠	٤٧٣	الإجمالي

توضح بيانات هذا الجدول أن " تزايد فرص إنتاج المضامين بجودة عالية" تصدر مقدمة التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٢,٧٪، بينما جاء " تطوير المهارات الإدارية والتحريرية عموماً" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٢,٥٪، بينما حل تقليل تكلفة الإنتاج والتشغيل في المرتبة الثالثة ضمن التأثيرات الإيجابية بنسبة بلغت ١١,٨٪، بينما جاء " تقديم مضامين تتناسب مع احتياجات المستخدمين" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت

١١,٣٪؛ في حين حل " المساعدة في فحص الحقائق وكشف الأخبار الزائفة، وأن هذه التطبيقات تزيد التواصل بين المحرر والجمهور " في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩,٩٪، في حين الإيجابية الخاصة بأن هذه التطبيقات تزيد من التفاعل بين المحررين ومصممي المواقع بنسبة بلغت ٨٪، في حين حلت " زيادة الفرص الإبداعية للمحررين في أداء العمل، التفرغ الآلي للنصوص بمقاطع الفيديو والصور في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة بلغت ٧,٢٪.

كما تصدرت الفئة الخاصة بأن هذه التطبيقات تقلص تكلفة الإنتاج والتشغيل مقدمة التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٢,٧٪، بينما حلت الفئة الخاصة بأن هذه التطبيقات تزيد فرص إنتاج المضامين بجودة عالية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٧٪، بينما حلت الفئة الخاصة بأن هذه التطبيقات تطور المهارات الإدارية والتحريرية عموماً في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,٢٪، بينما حلت الفئة الخاصة بأن التطبيقات تزيد التواصل بين المحرر والجمهور في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠,٧٪، في حين حلت الفئة الخاصة بأن تقديم مضامين تتناسب مع احتياجات المستخدمين في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٢٪، بينما حلت الفئة الخاصة بأن هذه التطبيقات تزيد الفرص الإبداعية للمحررين في أداء العمل في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٩,٧٪، بينما حلت الفئة الخاصة بأن هذه التطبيقات تزيد من التفاعل بين المحررين ومصممي المواقع في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٩,٣٪، بينما حلت باقي الفئات في مراتب متأخرة وبنسب ضئيلة. وترى الباحثة أن هناك تشابهاً بين الصحفيين والأكاديميين في التأثيرات الإيجابية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية والتي تتمحور حول إنتاج المضامين بجودة عالية، التواصل بين المحرر والجمهور، تقديم مضامين تتناسب مع المستخدمين، وكلها تأثيرات إيجابية تصب في صالح المضامين الإخبارية.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع ما خلصت إليه دراسة (محمد عبد الحميد ٢٠٢٢) (٤٧) والتي أظهرت أن هذه التقنيات أسهمت في تطوير شكل المحتوى الصحفي وطريقة عرضه للجمهور، كما أثرت في استقبال الجمهور للرسائل الإعلامية وطريقة تفاعلهم معها، ودراسة (عيسى عبد الباقي موسى & أحمد عادل عبد الفتاح ٢٠٢٠) (٤٨) والتي خلصت إلى أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي فر بيئة عمل أكثر وتوظيفها في غرف الأخبار أهما راحة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، وأن أهم التحديات التي تقف أمام توظيف هذه التقنيات تتمثل في: التحديات التقنية والتكنولوجية، ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية، فالتحديات الاقتصادية، والمهنية، والأخلاقي، ودراسة (Waled Alli & Mohamed Hassoun 2019) (٤٩) والتي خلصت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الصحفي في العصر الرقمي، خاصة في ظل قدرتها على التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقاً لسياسة التحرير وكذلك تخصيص المحتوى.

جدول رقم (٥) التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التأثيرات السلبية
%	ك	%	ك	
١٣	٢٥	١٣,٨	٤٩	خفض أعداد المحررين والعاملين والفنيين
١١,٥	٢٢	١٣,٥	٤٨	عدم القدرة على تميز المعلومات الصحيحة والخاطئة
١١,٩	٢٣	١٢,٧	٤٥	زيادة التحديات والمحاذير الأخلاقية في نشر المحتوى للصور والملكوتوب
٩,٣	١٨	١١,٨	٤٢	تراجع ثقة الجمهور في اغلب المضامين المقدمة
٩,٩	١٩	١١,٨	٤٢	كثرة الأخطاء في المضامين الآلية
١١,٥	٢٢	١١,٣	٤٠	تراجع المعايير المهنية والأخلاقية

٩,٩	١٩	١٠,٤	٣٧	تراجع دور العنصر البشري (المحرر) أمام الروبوت
١١,٥	٢٢	٧,٦	٢٧	عدم وضوح آليات المسائلة القانونية في حال التجاوزات
١١,٥	٢٢	٧,١	٢٥	عدم قدرة كل المواقع على تحمل تكلفة التطبيقات
١٠٠	١٩٢	١٠٠	٣٥٥	الإجمالي

توضح بيانات هذا الجدول أن خفض أعداد المحررين والعاملين والفنيين جاءت في مقدمة التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٣,٨٪، بينما جاء عدم القدرة على تميز المعلومات الصحيحة والخاطئة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٣,٥٪، في حين حل التأثير السلبي الخاص بأن التطبيقات تزيد التحديات والمخاطر الأخلاقية في نشر المحتوى المصور والمكتوب في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٢,٧٪، بينما حل التأثيران المتعلقان بتراجع ثقة الجمهور في اغلب المضامين المقدمة، كثرة الأخطاء في المضامين الآلية" في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١١,٨٪، في حين حل التأثير السلبي الخاص بتراجع المعايير المهنية والأخلاقية في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١١,٣٪؛ بينما حل التأثير الخاص بدور العنصر البشري أمام الروبوت في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٠,٤٪، بينما حل التأثير المتعلق بعدم وضوح آليات المسائلة القانونية في حال التجاوزات في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٧,٦٪، في حين حل التأثير الخاص بعدم قدرة كل المواقع على تحمل تكلفة التطبيقات في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٧,١٪.

كما تصدر التأثير السلبي الخاص بأن هذه التطبيقات تخفض أعداد المحررين والعاملين والفنيين في مقدمة التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٣٪، بينما حل التأثير الخاص بأن هذه التطبيقات تزيد التحديات والمخاطر الأخلاقية في نشر المحتوى المصور والمكتوب في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٩٪، بينما حلت التأثيرات الخاصة " عدم القدرة على تميز المعلومات الصحيحة والخاطئة، تراجع المعايير المهنية والأخلاقية، عدم وضوح آليات المسائلة القانونية في حال التجاوزات، عدم قدرة كل المواقع على تحمل تكلفة التطبيقات

في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,٥٪، بينما حل التأثير السلبي الخاص بكثرة الأخطاء في المضامين الآلية، تراجع دور العنصر البشري أمام الروبوت في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩,٩٪، في حين حل التأثير السلبي الخاص بتراجع ثقة الجمهور في أغلب المضامين المقدمة في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩,٣٪.

وترى الباحثة أن أبرز التأثيرات السلبية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية سواء من وجهة نظر الصحفيين أو الأكاديميين كلها تتمثل في مجموعة التحديات والمخاوف التي تتردد في البيئة الإعلامية وكلها تدور في فلك التخوف من فقدان الوظيفة أو القضاء على العنصر البشري وهي تمثل معوقات أو تحديات تحول دون توظيف هذه التطبيقات في البيئة الإعلامية المصرية.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة (Future today institute, 2019) (٥٠) والتي خصت إلى أن التطبيقات تهدد وظائفهم، وتختلف هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (أحمد حسن السمان ٢٠٢٢) (٥١) حيث لم ترصد الدراسة وجود مخاوف للمحررين على مستقبلهم الوظيفي.

جدول رقم (٦)

يوضح العلاقة بين نوعية التأثيرات المرتبطة بتوظيف تطبيقات

الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين

مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة معامل بيرسون	الأكاديميون	الصحفيون	نوعية التأثيرات
				المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	
٠٠٥	٢,٠٥	٠٠١	٠.٦٩٣	٣,١٨٢	٦,٢٠٥	إيجابية
٠٠٥	٦,١٨	٠٠١	٠.٣٤١	٢,١٦٤	٣,١١٤	سلبية

تشير بيانات هذا الجدول أن هناك علاقة بين التأثيرات الإيجابية المرتبطة بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٦٩٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠.٠١).

كما تظهر بيانات هذا الجدول أن هناك علاقة بين التأثيرات السلبية المرتبطة بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٣٤١)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠.٠١) جدول رقم (٧)

يوضح نوعية تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين.

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	الأكاديميين		الصحفيون		التطبيقات المستخدمة
		%	ك	%	ك	
٠.٠١	٠.٤٣٢	١٤,٦	٣٤	١٤,١	٥٩	تطبيقات البحث الإخباري
		١٣,٣	٣١	١٢,٢	٥١	تطبيقات تحرير النصوص
		١١,٥	٢٧	١١,٥	٤٨	تطبيقات الفيديو والصور
		٩,٨	٢٣	١٣,٧	٥٧	تطبيقات البث المباشر
		١٠,٧	٢٥	١٠,١	٤٢	تطبيقات التحليل الإحصائي للبيانات
		٩,٨	٢٣	٩,٦	٤٠	تطبيقات الرسوم المتحركة والجغرافيكس
		٩,٨	٢٣	٨,٤	٣٥	تطبيقات البحث الصوتي والبودكاست.
		٩,٨	٢٣	٩,٨	٤١	تطبيقات الشبكات الاجتماعية
		١٠,٧	٢٥	١٠,٦	٤٤	تطبيقات التحقق من الاخبار والصور والفيديوهات
		١٠٠	٢٣٤	١٠٠	٤١٧	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول أن تطبيقات البحث الإخباري جاء في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٤,١٪، بينما حلت تطبيقات البث المباشر في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٣,٧٪، بينما حلت تطبيقات تحرير النصوص في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٢,٢٪، بينما حلت تطبيقات الفيديو والصور في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١١,٥٪؛

بينما حلت تطبيقات التحقق من الاخبار والصور والفيديوهات في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٦٪، بينما حلت تطبيقات التحليل الإحصائي للبيانات في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٠,١٪؛ في حين جاء تطبيقات الشبكات الاجتماعية في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٩,٨٪، في حين حلت تطبيقات الرسوم المتحركة والجرافيكس في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٩,٦٪، في حلت تطبيقات البحث الصوتي والبودكاست في المرتبة التاسعة والأخيرة بنسبة بلغت ٨,٤٪.

كما تصدرت تطبيقات البحث الإخباري مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٤,٦٪، بينما حلت تطبيقات تحرير النصوص في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٣,٣٪، في حين حلت تطبيقات الفيديو والصور في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,٥٪، بينما حلت تطبيقات التحليل الإحصائي للبيانات، وتطبيقات التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠,٧٪، بينما حلت التطبيقات الخاصة بالبحث المباشر، وتطبيقات الرسوم المتحركة والجرافيكس، وتطبيقات البحث الصوتي والبودكاست، وتطبيقات الشبكات الاجتماعية في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩,٨٪. وتظهر بيانات هذا الجدول وجود علاقة ارتباطية بين نوعية تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي بالمواقع الإخبارية المصرية لكل من الصحفيين والأكاديميين، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٤٣٢) وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠.٠١).

وتعكس هذه النتائج المجالات المتعددة التي يمكن الاستفادة منها من توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية وبخاصة مع تعدد المنصات الإعلامية للمواقع الإخبارية المصرية والتي يمكن أن تستفيد منها المواقع الإخبارية سواء في النواحي الشكلية أو من حيث المحتوى المقدم.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع ما انتهت إليه دراسة (محمد عبدالحמיד ٢٠٢٢) (٥٢) من تعدد تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الباحثون في العمل الصحفي، منها: تقنيات التحقق من الصور والفيديوهات، وتقنيات إنتاج المحتوى الصحفي، وتقنيات التحقق الجغرافي من مواقع التقاط الصور، أدوات تحويل الصوت إلى نص مكتوب. - توصلت الدراسة إلى تعدد إشكالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، فمنها إشكالات مهنية، وتقنية، وقانونية، وإشكالات خاصة بالمصداقية.

جدول رقم (٨)

المهارات الواجب توافرها للعاملين بالمواقع الإخبارية المصرية التي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لكل من الصحفيين والأكاديميين

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	الأكاديميين		الصحفيون		المهارات المطلوبة
		%	ك	%	ك	
٠٠١	٠.٣٢٥	١٢,٨	٣٥	١٤,١	٨٢	القدرة على التعامل مع البيانات الضخمة
		١١,٤	٣١	١١,٩	٦٩	المعرفة بإدارة الشبكات الرقمية
		١١,٧	٣٢	١٢,٢	٧١	توزيع المحتوى عبر المنصات المتعددة
		١١	٣٠	١١,٢	٦٥	القدرة على التسويق الرقمي والشبكي
		١١,٧	٣٢	١٢,٥	٧٣	المعرفة باستخدام الخوارزميات والبرمجيات
		١١	٣٠	٩,٤	٥٥	معرفة مبادئ الخصوصية والامن السيبراني
		١٠,٦	٢٩	٨,٤	٤٩	توظيف تطبيقات الترجمة في العمل الصحفي
		١٠,٦	٢٩	١٠,٥	٦١	استخدام مواقع وتطبيقات الكشف عن الاخبار الزائفة
		٩,٢	٢٥	٩,٤	٥٥	معرفة توظيف تقنيات وخرائط جوجل
		١٠٠	٢٧٣	١٠٠	٥٨٠	الإجمالي

توضح بيانات هذا الجدول أن القدرة على التعامل مع البيانات الضخمة جاء في مقدمة المهارات الواجب توافرها للعاملين بالمواقع الإخبارية المصرية التي تعتمد على

تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ١٤,١٪، بينما حلت المهارة الخاصة بالمعرفة باستخدام الخوارزميات والبرمجيات بنسبة بلغت ١٢,٥٪؛ في حين حلت المهارة الخاصة بتوزيع المحتوى عبر المنصات المتعددة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٢,٢٪، في حين جاءت المهارة الخاصة بالمعرفة بإدارة الشبكات الرقمية في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١١,٩٪، بينما حلت المهارة المتعلقة بالقدرة على التسويق الرقمي الشبكي في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١١,٢٪، في حين حلت المهارة المتعلقة باستخدام مواقع وتطبيقات الكشف عن الأخبار الزائفة في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٠,٥٪، بينما حلت المهارتان المتعلقةتان بمعرفة مبادئ الخصوصية والأمن السيبراني، ومعرفة توظيف تقنيات وخرائط جوجل في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٩,٤٪؛ بينما حلت المهارة الخاصة بتوظيف تطبيقات الترجمة في العمل الصحفي في المرتبة الثامنة والأخيرة بنسبة بلغت ٨,٤٪.

كما تصدرت المهارة الخاصة بالقدرة على التعامل مع البيانات الضخمة مقدمة المهارات الواجب توافرها للعاملين بالمواقع الإخبارية المصرية التي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٢,٨٪، بينما جاءت المهارة المتعلقة بتوزيع المحتوى عبر المنصات المتعددة، والمعرفة باستخدام الخوارزميات والبرمجيات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٧٪، بينما حلت المهارة الخاصة بالمعرفة بإدارة الشبكات الرقمية في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,٤٪، بينما حلت المهارة الخاصة بالقدرة على التسويق الرقمي الشبكي، ومعرفة مبادئ الخصوصية والأمن السيبراني في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١١٪، بينما حلت المهارة الخاصة بتوظيف تطبيقات الترجمة في العمل الصحفي، واستخدام مواقع وتطبيقات الكشف عن الأخبار الزائفة في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٦٪، في حين حلت المهارة الخاصة بمعرفة توظيف تقنيات وخرائط جوجل في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٩,٢٪.

وتظهر بيانات هذا الجدول وجود علاقة ارتباطية بين المهارات الواجب توافرها للعاملين بالمواقع الإخبارية المصرية التي تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لكل من الصحفيين والأكاديميين، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.325). وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (0.01).

جدول (٩)

التحديات التكنولوجية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التحديات التكنولوجية
%	ك	%	ك	
١٨,٦	٢٤	٢٠,٧	٧٤	قلة تأهيل وتدريب الكوادر البشرية على التطبيقات
١٩,٤	٢٥	١٨,٦	٦٧	قلة برامج التحرير الآلي للنصوص باللغة العربية
١٩,٤	٢٥	١٧,٢	٦٢	قلة الكوادر الفنية المتخصصة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١٥,٥	٢٠	١٥,٨	٥٧	تؤثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية الأخبار
١٧,١	٢٢	١٤,٤	٥٢	ضعف البنية التكنولوجية بالمواقع
١٠	١٣	١٣,٣	٤٨	صعوبة التحكم في تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى العاملين.
١٠٠	١٢٩	١٠٠	٣٦٠	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول أن قلة تأهيل وتدريب الكوادر البشرية على التطبيقات جاءت في مقدمة التحديات التكنولوجية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ٢٠,٧٪، في حين جاء التحدي المتعلق بقلة برامج التحرير الآلي للنصوص باللغة العربية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٦٪، في حين حل التحدي المتعلق بقلة الكوادر الفنية المتخصصة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٧,٢٪؛ بينما حل التحدي المرتبط بتأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية الأخبار في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٥,٨٪، بينما حل التحدي المتعلق بضعف البنية التكنولوجية بالمواقع في المرتبة الخامسة

بنسبة بلغت ٤,٤٪؛ في حين حل التحدي الخاص بصعوبة التحكم في تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى العاملين في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٣,٣٪. كما أظهرت النتائج تصدر التحدي الخاص بقلة برامج التحرير الآلي للنصوص باللغة العربية، قلة الكوادر الفنية المتخصصة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي ضمن التحديات التكنولوجية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ٩,٤٪، بينما حل التحدي المتعلق قلة تأهيل وتدريب الكوادر البشرية على التطبيقات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٦٪؛ في حين حل التحدي الخاص بضعف البنية التكنولوجية بالمواقع في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٧,١٪، بينما حل التحدي المرتبط بتأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية الأخبار في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٥,٥٪؛ في حين حل التحدي الخاص بصعوبة التحكم في تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى العاملين في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٠٪.

وتعكس النتائج السابقة أن أبرز التحديات التكنولوجية التي أكد عليها الصحفيين والخبراء الأكاديميين يتمثل في قلة التأهيل والتدريب بالنسبة للكوادر البشرية القادرين على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مما يعد معوقاً وتحدياً يقف في سبيل توظيف هذ التطبيقات في البيئة الصحفية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (عيسى عبد الباقي موسى & أحمد عادل عبد الفتاح ٢٠٢٠)^(٥٣) أن أهم التحديات التي تقف أمام توظيف هذه التقنيات تتمثل في: التحديات التقنية والتكنولوجية، ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية، فالتحديات الاقتصادية، والمهنية، والأخلاقية.

جدول رقم (١٠)

التحديات الإدارية والتنظيمية في توظيف الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التحديات الإدارية والتنظيمية
%	ك	%	ك	
١٩,٥	٢٢	٢٠,٧	٨٧	عدم وجود تشريعات وقوانين تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي
١٣,٣	١٥	١٦	٦٧	وجود قيود إدارية تعوق التوسع في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١٦,٨	١٩	١٤,٨	٦٢	عدم تشجيع الصحفيين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع
١٠,٦	١٢	١٤,٣	٦٠	الخوف من خوض التجربة قبل التأكد من نجاحها بالمواقع الأخرى
١١,٥	١٣	١٣,٣	٥٦	تبنى تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقلل من الدور الوظيفي للموقع
١٩,٥	٢٢	١٠,٧	٤٥	عدم اقتناع بعض المواقع بأهمية تطبيق الذكاء الاصطناعي
٨,٨	١٠	١٠,٢	٤٣	خوف إدارة الموقع ان يصبح الموقع مصدر لمعلومات التطبيقات
١٠٠	١١٣	١٠٠	٤٢٠	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر التحدي الخاص بعدم وجود تشريعات وقوانين تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي ضمن التحديات الإدارية والتنظيمية في توظيف الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين بنسبة بلغت ٢٠,٧٪، بينما حل التحدي الخاص بوجود قيود إدارية تعوق التوسع في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٦٪، بينما جاء التحدي الخاص بعدم تشجيع الصحفيين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٤,٨٪، بينما حل التحدي الخاص بالخوف من خوض التجربة قبل التأكد من نجاحها بالمواقع الأخرى في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٤,٣٪، بينما حل تبنى تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقلل من الدور الوظيفي للموقع في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٣,٣٪، بينما حل التحدي الخاص بعدم اقتناع بعض المواقع بأهمية تطبيق الذكاء الاصطناعي في

المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٠,٧٪، بينما حل التحدي الخاص بخوف إدارة الموقع أن يصبح الموقع مصدر لمعلومات التطبيقات في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ١٠,٢٪.

كما أظهرت النتائج تصدر التحدي الخاص بعدم وجود تشريعات وقوانين تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي، عدم اقتناع بعض المواقع بأهمية تطبيق الذكاء الاصطناعي مقدمة التحديات الإدارية والتنظيمية في توظيف الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ١٩,٥٪، بينما حل التحدي الخاص بعدم تشجيع الصحفيين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٦,٨٪، بينما حل التحدي المتعلق بوجود قيود إدارية تعوق التوسع في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٣,٣٪، بينما جاء التحدي الخاص بتبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقلل من الدور الوظيفي للموقع في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١١,٥٪، بينما حل الخوف من خوض التجربة قبل التأكد من نجاحها بالمواقع الأخرى في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٦٪، بينما حل الخوف إدارة الموقع ان يصبح الموقع مصدر لمعلومات التطبيقات في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٨,٨٪.

وترى الباحثة أن التحديات التشريعية والقانونية تمثل التحدي الأكبر أمام توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية المصرية من وجهة نظر الصحفيين والخبراء الأكاديميين، ولعل ذلك يرجع إلى ما تشهده البيئة الإعلامية المصرية من قيود تشريعية وقانونية لبعض التطبيقات التكنولوجية مثل صحافة الدورن وغيرها من التطبيقات التي لازمت قيودا وتشريعات حدت من توظيفها في البيئة الإعلامية المصرية.

جدول رقم (١١)

التحديات الأخلاقية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التحديات الأخلاقية
%	ك	%	ك	
١٨,٦	٣١	١٩	٨٢	عدم وجود قواعد أخلاقية محدد في توظيف التطبيقات
١٦,٨	٢٨	١٧,٨	٧٧	انتهاك خصوصية مستخدمي بيانات تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١٦,١	٢٧	١٧,١	٧٤	صعوبة التحقق وتدقيق المعلومات المقدمة في تلك التطبيقات
١٦,١	٢٧	١٦,٢	٧٠	تقدم التطبيقات نتائج مضلله وغير حقيقية ودقيقة في إجابة كثيرة
١٧,٤	٢٩	١٥,٥	٦٧	غياب الشفافية والمسائلة القانونية في توظيف التطبيقات
١٥	٢٥	١٤,٤	٦٢	اختراق التطبيقات خصوصية البيانات في المواقع الإخبارية
١٠٠	١٦٧	١٠٠	٤٣٢	الإجمالي

يوضح بيانات هذا الجدول تصدر التحدي الخاص بعدم وجود قواعد أخلاقية محدد في توظيف التطبيقات مقدمة التحديات الأخلاقية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين بنسبة بلغت ١٩٪، بينما حل التحدي الخاص بانتهاك خصوصية مستخدمي بيانات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٧,٨٪، بينما جاء التحدي الخاص بصعوبة التحقق وتدقيق المعلومات المقدمة في تلك التطبيقات في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٧,١٪، بينما حل التحدي المتعلق بأن التطبيقات تقدم نتائج مضلله وغير حقيقية ودقيقة في إجابة كثيرة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٦,٢٪؛ في حين حل غياب الشفافية والمسائلة القانونية في توظيف التطبيقات في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٥,٥٪، بينما حل اختراق التطبيقات خصوصية البيانات في المواقع الإخبارية في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٤,٤٪.

كما أظهرت النتائج تصدر التحدي الخاص بعدم وجود قواعد أخلاقية محدد في توظيف التطبيقات مقدمة التحديات الأخلاقية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي

المواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ١٨,٦٪، بينما حل غياب الشفافية والمسائلة القانونية في توظيف التطبيقات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٧,٤٪، بينما حل التحدي الخاص بانتهاك خصوصية مستخدمي بيانات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٦,٨٪، بينما حل التحدي المتعلق بصعوبة التحقق وتدقيق المعلومات المقدمة في تلك التطبيقات، وأن التطبيقات تقدم نتائج مضللة وغير حقيقية ودقيقة في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٦,١٪، بينما حل التحدي الخاص باختراق التطبيقات خصوصية البيانات في المواقع الإخبارية في إجابة كثيرة في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٥٪.

وترى الباحثة أن تصدر التحدي الخاص بعدم وجود قواعد أخلاقية محدد في توظيف التطبيقات مقدمة التحديات التي تواجه توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يرجع إلى ما شهدته البيئة الإعلامية المصرية من تجاوزات أخلاقية خاصة مع انتشار العديد من المنصات والتطبيقات الاجتماعية؛ مما مثل تحدياً أخلاقياً من وجهة نظرهم أمام توظيف هذه التطبيقات.

جدول رقم (١٢)

التحديات الاقتصادية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التحديات الاقتصادية
ك	%	ك	%	
٢٩	٢٠,٣	٧٧	٢٣,٣	تراجع عائدات الإعلان في المواقع بصورة كبيرة
٣٥	٢٤,٥	٧٦	٢٣	قلة مصادر التحول بالمواقع عموماً
٣٣	٢٣,١	٧١	٢١,٤	ارتفاع تكلفة شراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٢٨	١٩,٦	٦٢	١٨,٧	عدم استفادة المواقع من اغلب إيرادات التطبيقات لذهابها للشركات المالكة لها
١٨	١٢,٥	٤٥	١٣,٦	عدم تبنى استراتيجية اقتصادية في الواقع في ظل المنافسة الحالية
١٤٣	١٠٠	٣٣١	١٠٠	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر التحدي الخاص بتراجع عائدات الإعلان في المواقع بصورة كبيرة ضمن التحديات الاقتصادية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين بنسبة بلغت ٢٣,٣٪، بينما حل التحدي الخاص بقلة مصادر التحول بالمواقع عموماً في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٣٪، بينما حل التحدي الخاص بارتفاع تكلفة شراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢١,٤٪؛ في حين حل التحدي الخاص بعدم استفادة المواقع من اغلب إيرادات التطبيقات لذهابها للشركات المالكة لها في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٨,٧٪، بينما حل التحدي الخاص بعدم تبني استراتيجية اقتصادية في الواقع في ظل المنافسة الحالية في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٣,٦٪.

كما أظهرت النتائج تصدر التحدي الخاص بقلة مصادر التحول بالمواقع عموماً مقدمة التحديات الاقتصادية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ٢٤,٥٪، بينما حل التحدي الخاص بارتفاع تكلفة شراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٣,١٪، بينما حل التحدي الخاص بتراجع عائدات الإعلان في المواقع بصورة كبيرة في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٠,٣٪، في حين حل التحدي الخاص بعدم استفادة المواقع من اغلب إيرادات التطبيقات لذهابها للشركات المالكة لها في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٩,٦٪، بينما حل التحدي المتعلق بعدم تبني استراتيجية اقتصادية في الواقع في ظل المنافسة الحالية في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٢,٥٪.

جدول رقم (١٣)

التحديات المهنية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		التحديات المهنية
%	ك	%	ك	
١٩,١	٣٢	١٩,٢	٨٠	نقص الخبرة لدى الغالبية في التوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١٩,١	٣٢	١٨,٤	٧٧	عدم فهم التطبيقات للمشاعر الإنسانية والقيم السائدة في المجتمع
١٧,٨	٣٠	١٧,٩	٧٥	لا تتيح التطبيقات مهارات الابداع مقارنة بالبشر
١٩,١	٣٢	١٦,٥	٦٩	خوف الصحفيين من فقدان وظائفهم بسبب التطبيقات
١٤,٢	٢٤	١٤,٨	٦٢	تحيز تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصممها
١٠,٧	١٨	١٣,٢	٥٥	تقلل التطبيقات من فرص الترقى الوظيفي والإداري
١٠٠	١٦٨	١٠٠	٤١٨	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر التحدي الخاص بنقص الخبرة لدى الغالبية في التوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقدمة التحديات المهنية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين بنسبة بلغت ١٩,٢٪، بينما حل التحدي الخاص بعدم فهم التطبيقات للمشاعر الإنسانية والقيم السائدة في المجتمع في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٨,٤٪، في حين حل التحدي الخاص بأن هذه التطبيقات لا تتيح مهارات الابداع مقارنة بالبشر في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٧,٩٪، بينما جاء التحدي الخاص بخوف الصحفيين من فقدان وظائفهم بسبب التطبيقات في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٦,٥٪، بينما حل تحيز تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصممها في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٤,٨٪، في حين حل التحدي الخاص بأن التطبيقات تقلل من فرص الترقى الوظيفي والإداري في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٣,٢٪.

كما تصدرت تحديات نقص الخبرة لدى الغالبية في التوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، عدم فهم التطبيقات للمشاعر الإنسانية والقيم السائدة في المجتمع، خوف الصحفيين من فقدان وظائفهم بسبب التطبيقات مقدمة التحديات المهنية في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ١٩,١٪، بينما حل التحدي الخاص بأن التطبيقات لا تتيح مهارات الابداع مقارنة بالبشر في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٧,٨٪؛ في حين جاء تحيز تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصمميها في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٤,٢٪؛ في حين حل التحدي المتعلق بأن التطبيقات تقلل من فرص الترقى الوظيفي والإداري في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠,٧٪.

وترى الباحثة أن هذه التحديات المهنية هي تحديات منبثقة من التحديات التكنولوجية التي تواجه الصحفيين والمتمثلة في غياب التأهيل والتدريب الكافي للتعامل مع هذه التطبيقات التكنولوجية مما ولد تحدياً مهنيًا تمثل في نقص الخبرة لدى القائم بالاتصال في توظيف هذه التطبيقات؛ مما يستلزم من المؤسسات الإعلامية ترسيخ ثقافة التعامل مع التطبيقات التكنولوجية ومحاولة تطوير وتدريب وتأهيل القائمين بالاتصال على التعامل مع هذه التطبيقات للقضاء على هذا التحدي.

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة بين تحديات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

مستوى الدلالة	قيمة T	مستوى الدلالة	قيمة معامل بيرسون	الأكاديميون	الصحفيون	التحديات
				للتوسط الحسابي	للتوسط الحسابي	
.٥٠	١١,٠٧	.٠١	.٦٥٣	٢,١٧٢	٣,٠٢١	تكنولوجية
				٤,٠٦٠	٣,٥١٤	إدارية
				٣,٠٨٧	٤,٠١٨	أخلاقية
				٣,٠١٤	٢,٠٤٤	اقتصادية
				٢,١٥٢	٣,٥٠٢	مهنية

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية بين الصحفيين والأكاديميين في التحديات التكنولوجية والإدارية والأخلاقية والاقتصادية والمهنية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٦٥٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠.٠١).

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود فروق بين الصحفيين والأكاديميين في التحديات التكنولوجية والإدارية والأخلاقية والاقتصادية والمهنية حيث بلغت قيمة معامل (T) (١١,٠٧)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠.٥٠).

جدول رقم (١٥)

سيناريوهات مستقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي

في المواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		السيناريوهات
%	ك	%	ك	
٥٧,٥	٢٣	٥٢,٤	٦٤	التوسع في استخدام التطبيقات (التفاؤلي)
٢٢,٥	٩	٢٥,٨	٣١	بقاء الوضع على ما هو عليه (الثبات)
٢٠	٨	٢٠,٨	٢٥	التراجع عن استخدام التطبيقات (التشاؤمي)
١٠٠	٤٠	١٠٠	١٢٠	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن السيناريو التفاؤلي جاء في مقدمة سيناريوهات مستقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين بنسبة بلغت ٥٢,٤٪ لدى الصحفيين، ٥٧,٥٪ لدى الأكاديميين، بينما جاء سيناريو الثبات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٥,٨٪ لدى الصحفيين، ٢٢,٥٪ لدى الأكاديميين، بينما حل السيناريو التشاؤمي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٠,٨٪ لدى الصحفيين ٢٠٪ لدى الأكاديميين.

جدول (١٦)

سيناريو التوسع في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون=٢٣		اصحفيون=٦٤		سيناريو التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
%	ك	%	ك	
٧٣,٩	١٧	٩٣,٧	٦٠	ستكون هناك مزيد من الحريات أمام المواقع
٧٨,٣	١٨	٩٣,٧	٦٠	سيكون هناك ازدهار كبير لكافة وسائل الاعلام.
٧٣,٩	١٧	٩٣,٧	٦٠	سيكون هناك انتشار أوسع للخبر وتأثيرات أكبر بعرض متنوع تماما
٧٨,٣	١٨	٩٣,٧	٦٠	ستكون هناك قوانين وضوابط تحكم أداء اعلام الذكاء الاصطناعي
٧٨,٣	١٨	٨٧,٥	٥٦	يتم اندماج وسائل الاعلام التقليدية مع اعلام الذكاء الاصطناعي
٨٢,٦	١٩	٨٥,٩	٥٥	اعلام الروبوت وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ستحدث ثورة جديدة في الاعلام
٧٣,٩	١٧	٧٦,٦	٤٩	سيكون المستقبل لإعلام الذكاء الاصطناعي عاجلا او اجلا
٧٣,٩	١٧	٧٣,٤	٤٧	سيتم دمج المستخدمين في العملية الاتصالية بصورة مختلفة عن الواقع الحالي
٧٨,٣	١٨	٧١,٩	٤٦	سيكون هناك تكاملا بين العنصر البشرى وتطبيقات الذكاء الاصطناعي
٦٩,٦	١٦	٧٠,٣	٤٥	زيادة استثمارات رجال الاعمال في المواقع المعتمدة على تلك التطبيقات
٦٩,٦	١٦	٦٧,٢	٤٣	تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنتاج روبوتات للقيام بالمهام الإبداعية
٧٨,٣	١٨	٦٥,٦	٤٢	ستزيد العوائد الاعلانية من خلال التعامل مع البيانات الضخمة
٧٣,٩	١٧	٥١,٦	٣٣	وجود مواقع تدار دون تدخل بشرى وارتفاع الثقة في مضمونها

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر عدد من المؤشرات سيناريو التوسع في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين وتمثلت في أن هناك مزيد من الحريات أمام المواقع، وأن هناك ازدهار كبير لكافة وسائل الاعلام، وأن هناك انتشار أوسع للخبر وتأثيرات أكبر بعرض متنوع تماما وأن هناك قوانين وضوابط تحكم أداء اعلام الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت ٩٣,٧٪، بينما حل اندماج وسائل

الاعلام التقليدية مع اعلام الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٨٧,٥٪، في حين حل السيناريو الخاص بإعلام الروبوت وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ستحدث ثورة جديدة في الاعلام في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٨٥,٩٪، بينما حل السيناريو الخاص بأن المستقبل لإعلام الذكاء الاصطناعي عاجلا او اجلا في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٧٦,٦٪، في حين حل السيناريو الخاص بأنه سيتم دمج المستخدمين في العملية الاتصالية بصورة مختلفة عن الواقع الحالي في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٧٣,٤٪، بينما حل السيناريو الخاص بأنه سيكون هناك تكاملا بين العنصر البشري وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٧١,٩٪، بينما حل السيناريو الخاص بزيادة استثمارات رجال الاعمال في المواقع المعتمدة على تلك التطبيقات في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٧٠,٣٪؛ في حين جاء السيناريو الخاص بتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنتاج روبوتات للقيام بالمهام الإبداعية في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٦٧,٢٪، بينما حل السيناريو المتعلق بأن العوائد الاعلانية ستزيد من خلال التعامل مع البيانات الضخمة في المرتبة التاسعة بنسبة بلغت ٦٥,٦٪؛ في حين حل السيناريو الخاص بوجود مواقع تدار دون تدخل بشري وارتفاع الثقة في مضمونها في المرتبة العاشرة بنسبة بلغت ٥١,٦٪.

كما أظهرت النتائج تصدر السيناريو الخاص بأن اعلام الروبوت وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ستحدث ثورة جديدة في الاعلام مقدمة سيناريوهات التوسع في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ٨٢,٦٪، بينما حل السيناريوهات الخاصة بأنه ستكون هناك قوانين وضوابط تحكم أداء اعلام الذكاء الاصطناعي، وأنه يتم اندماج وسائل الاعلام التقليدية مع اعلام الذكاء الاصطناعي، وأنه سيكون هناك ازدهار كبير لكافة وسائل الاعلام، وأنه سيكون هناك تكاملا بين العنصر البشري وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأنه ستزيد العوائد الاعلانية

من خلال التعامل مع البيانات الضخمة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٧٨,٣٪، بينما حلت السيناريوهات الخاصة بأنه ستكون هناك مزيد من الحريات أمام المواقع، وأنه سيكون هناك انتشار أوسع للخبر وتأثيرات أكبر بعرض متنوع تماما، وأنه سيكون المستقبل لإعلام الذكاء الاصطناعي عاجلا او اجلا، وأنه سيتم دمج المستخدمين في العملية الاتصالية بصورة مختلفة عن الواقع الحالي، ووجود مواقع تدار دون تدخل بشري وارتفاع الثقة في مضمونها في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٧٣,٩٪، بينما حلت السيناريوهات المتعلقة بزيادة استثمارات رجال الاعمال في المواقع المعتمدة على تلك التطبيقات، وتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنتاج روبوتات للقيام بالمهام الإبداعية في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٦٩,٦٪.

جدول (١٧)

سيناريو عدم التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية وبقاء الوضع الحالي كما هو عليه الان لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون =		الصحفيون =		سيناريو الثبات
٩	ك	٦٤	ك	
٨٨,٩	٨	٩٣,٥	٢٩	تقوم المواقع بإنتاج محتوى رقمي متنوع لجذب المستخدمين
٨٨,٩	٨	٨٧,١	٢٧	الوضع الحالي يتيح التدقيق في المعلومات بدرجة كبيرة
٨٨,٩	٨	٨٣,٩	٢٦	الوضع الحالي يتضمن عدم الوقوع في محاذير أخلاقية وقانونية
٧٧,٨	٧	٨٠,٦	٢٥	تتجح المواقع في التأقلم مع تطورات تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٧٧,٨	٧	٧٧,٤	٢٤	تحرص المواقع على العنصر البشري بدلا من التطبيقات التي تؤدي لتقليصهم
٨٨,٩	٨	٧٧,٤	٢٤	تزداد عمليات التدريب والتأهيل للعنصر البشري بالمواقع لمواكبة أي تطورات
٨٨,٩	٨	٧٤,٢	٢٣	زيادة الأعباء الاقتصادية على المواقع تمنعها من التوسع في استخدام التطبيقات
٨٨,٩	٨	٧١	٢٢	تظهر وسائط إعلامية علمية جديدة يصعب على المواقع الإخبارية مواكبتها
٥٥,٥	٥	٦١,٣	١٩	يتم الاستفادة من التطبيقات الحالية للحفاظ على نسب متابعة المستخدمين للموقع
٥٥,٥	٥	٥٨,١	١٨	تقوم المواقع بإيجاد مصادر تمويل جديدة في ظل الذكاء الاصطناعي
٤٤,٤	٤	٥٤,٨	١٧	تقوم المواقع بتوفير الأدوات والبرامج التقنية للعاملين فيها
٣٣,٣	٣	٤٥,٢	١٤	لن تتوسع المواقع في انشاء اقسام خاصة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن المواقع تقوم بإنتاج محتوى رقمي متنوع لجذب المستخدمين جاء في مقدمة سيناريو عدم التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية وبقاء الوضع الحالي كما هو عليه الآن لدى الصحفيين بنسبة بلغت ٩٣,٥٪، بينما حل السيناريو الخاص بأن الوضع الحالي يتيح التدقيق في المعلومات بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٨٧,١٪، بينما حل السيناريو الخاص بأن الوضع الحالي يتضمن عدم الوقوع في محاذير أخلاقية وقانونية في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٨٣,٩٪، بينما حل السيناريو الخاص بأن المواقع تنجح في التأقلم مع تطورات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨٠,٦٪، في حين حل السيناريو الخاص بأن المواقع تركز على العنصر البشري بدلاً من التطبيقات التي تؤدي لتقليصهم ، وأن عمليات التدريب والتأهيل للعنصر البشري بالمواقع تزداد لمواكبة أي تطورات في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٧٧,٤٪، بينما حل زيادة الأعباء الاقتصادية على المواقع تمنعها من التوسع في استخدام التطبيقات في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٧٤,٢٪، بينما حل السيناريو المتعلق بأن تظهر وسائط إعلامية عالمية جديدة يصعب على المواقع الإخبارية مواكبتها في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٧١٪.

كما أظهرت النتائج تصدر السيناريوهات المتعلقة بأن المواقع تقوم بإنتاج محتوى رقمي متنوع لجذب المستخدمين، وأن الوضع الحالي يتيح التدقيق في المعلومات بدرجة كبيرة، وأن الوضع الحالي يتضمن عدم الوقوع في محاذير أخلاقية وقانونية، وأن تزداد عمليات التدريب والتأهيل للعنصر البشري بالمواقع لمواكبة أي تطورات، وأن زيادة الأعباء الاقتصادية على المواقع تمنعها من التوسع في استخدام التطبيقات، وأن تظهر وسائط إعلامية عالمية جديدة يصعب على المواقع الإخبارية مواكبتها مقدمة سيناريو عدم التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية وبقاء الوضع الحالي كما هو عليه الآن من وجهة نظر الأكاديميين بنسبة بلغت ٨٨,٩٪، بينما حل السيناريو الخاص بأن المواقع في التأقلم مع تطورات تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأن المواقع تركز على العنصر البشري بدلاً من التطبيقات التي تؤدي لتقليصهم في المرتبة الثانية بنسبة

بلغت ٧٧,٨٪، بينما حل السيناريو الخاص بأنه يتم الاستفادة من التطبيقات الحالية للحفاظ على نسب متابعة المستخدمين للموقع، وأن المواقع تقوم بإيجاد مصادر تمويل جديدة في ظل الذكاء الاصطناعي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٥٥,٥٪، بينما حل أن المواقع تقوم بتوفير الأدوات والبرامج التقنية للعاملين فيها في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤٤,٤٪، بينما حل السيناريو الخاص بأنه لن تتوسع المواقع في انشاء اقسام خاصة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣٣,٣٪.

جدول (١٨)

سيناريو التراجع من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون=٨		لصحفيون=٦٤		سيناريو الثبات
%	ك	%	ك	
٧٥	٦	١٠٠	٢٥	سهولة التحريف والتزييف واختلاق الوقائع والاكاذيب
٨٧,٥	٧	١٠٠	٢٥	عدم وجود جهات رقابية وتشريعات قانونية لتنظيم استخدامها
٨٧,٥	٧	١٠٠	٢٥	عدم وجود تطبيقات تفهم السياق الثقافي والقيمي والاجتماعي والأخلاقي السائد
٨٧,٥	٧	٩٦	٢٤	عدم وجود ضوابط أخلاقية في لتطبيقات واستخدامها
٨٧,٥	٧	٩٦	٢٤	سهولة اختراق البيانات وعدم الحفاظ على السرية في تلك التطبيقات
٧٥	٦	٩٦	٢٤	تؤثر سلبيا على العنصر البشرى وتقيد إبداعاته ومهاراته
٧٥	٦	٩٢	٢٣	برامج الترجمة بتلك التطبيقات لا تستطيع إيصال المعنى الحقيقي
٧٥	٦	٩٢	٢٣	لا يوجد إحساس ومشاعر بتلك التطبيقات في كتابة المقالات وغيرها
٨٧,٥	٧	٩٢	٢٣	تخدم التطبيقات أجنحة أصحابها ومصمميها بالدرجة الأولى
٨٧,٥	٧	٨٨	٢٢	البنية التكنولوجية للمواقع ضعيفة أصلا
٦٢,٢	٥	٨٠	٢٠	العائد للمالي من توظيف التطبيقات ضعيف مقارنة بثمنها الباهظ
٦٢,٥	٥	٦٤	١٦	يمكن أن تحول الموقع الى نشرة آليه وروتينية

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن سهولة التحريف والتزييف واختلاق الوقائع والأكاذيب، عدم وجود جهات رقابية وتشريعات قانونية لتنظيم استخدامها، عدم وجود تطبيقات تفهم السياق الثقافي والقيمي والاجتماعي والأخلاقي السائد جاءت في مقدمة سيناريوهات التراجع من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين بنسبة بلغت ١٠٠٪، بينما حلت السيناريوهات الخاصة بعدم وجود ضوابط أخلاقية في لتطبيقات واستخدامها، سهولة اختراق البيانات وعدم الحفاظ على السرية في تلك التطبيقات، تؤثر سلبا على العنصر البشري وتقييد إبداعاته ومهاراته في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٩٦٪، بينما جاء السيناريو الخاص ببرامج الترجمة بتلك التطبيقات لا تستطيع إيصال المعنى الحقيقي، وأنه لا يوجد إحساس ومشاعر بتلك التطبيقات في كتابة المقالات وغيرها، تخدم التطبيقات أجندة أصحابها ومصمميها بالدرجة الأولى في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٩٢٪، بينما جاء المتغير الخاص بأن البنية التكنولوجية للمواقع ضعيفة أصلا في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨٨٪، في حين حل العائد المالي من توظيف التطبيقات ضعيف مقارنة بثمانها الباهظ في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨٠٪؛ في حين جاء المتغير الخاص بأنه يمكن أن تحول الموقع الى نشرة آليه وروتينية في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦٤٪.

بينما أكدت النتائج تصدر عدد من المؤشرات والمتمثلة في عدم وجود جهات رقابية وتشريعات قانونية لتنظيم استخدامها، عدم وجود تطبيقات تفهم السياق الثقافي والقيمي والاجتماعي والأخلاقي السائد، عدم وجود ضوابط أخلاقية في لتطبيقات واستخدامها، تخدم التطبيقات أجندة أصحابها ومصمميها بالدرجة الأولى، البنية التكنولوجية للمواقع ضعيفة أصلا، سهولة اختراق البيانات وعدم الحفاظ على السرية في تلك التطبيقات، مقدمة سيناريوهات التراجع من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ٨٧,٥٪، بينما جاء المؤشرات الخاصة بأن التطبيقات تؤثر سلبا على العنصر البشري وتقييد إبداعاته ومهاراته، وأن برامج الترجمة

بتلك التطبيقات لا تستطيع إيصال المعنى الحقيقي، لا يوجد إحساس ومشاعر بتلك التطبيقات في كتابة المقالات وغيرها، سهولة التحريف والتزييف واختلاق الوقائع والاكاذيب في المرتبة الثانية بنسبة ٧٥٪، بينما حل المؤشران الخاصان بالعائد المالي من توظيف التطبيقات ضعيف مقارنة بثمنها الباهظ، وأنه يمكن أن تحول الموقع الى نشرة آليه وروتينية في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٢,٢٪.

جدول رقم (١٩)

أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها
مستقبلا في المواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		أبرز التطبيقات مستقبلا
%	ك	%	ك	
١٠	٣٥	١١	٨٧	البيانات الضخمة والخوارزميات المتقدمة
١٠	٣٥	١٠,٧	٨٥	أجهزة المحمول عالية الدقة
١٠	٣٥	١٠,٧	٨٥	صحافة البلوك تشين
٩,٧	٣٤	١٠,٦	٨٤	صحافة الروبوت
٩,١	٣٢	١٠	٧٩	اقتناء طائرات التصدير (الدرون)
٨,٨	٣١	٩,٧	٧٧	تقنية الواقع المعزز
٩,١	٣٢	٨,٩	٧١	التوثيق وكشف الاحتيال والتزوير العميق
٨,٥	٣٠	٧,٨	٦٢	صحافة البيانات مفتوحة المصدر
٨,٥	٣٠	٧,٨	٦٢	التفاعل متعدد المستويات مع مصادر المعلومات
٨,٣	٢٩	٦,٩	٥٥	أجهزة الاستشعار الذكية
٨	٢٨	٥,٨	٤٦	تكنولوجيا كشف الواقع
١٠٠	٣٥١	١٠٠	٧٩٣	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى تصدر البيانات الضخمة والخوارزميات المتقدمة مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها مستقبلا في المواقع الإخبارية المصرية

لدى الصحفيين بنسبة بلغت ١١٪، تلتها أجهزة المحمول عالية الدقة، صحافة البلوك تشين في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٠,٧٪، في حين حلت صحافة الروبوت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٠,٦٪؛ في حين جاء اقتناء طائرات التصدير (الدورون) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠,٠٪، بينما حلت تقنية الواقع المعزز في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٩,٧٪، بينما حل التوثيق وكشف الاحتيال والتزوير العميق في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٨,٩٪؛ في حين حلت صحافة البيانات مفتوحة المصدر، والتفاعل متعدد المستويات مع مصادر المعلومات في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٧,٨٪، في حين حلت أجهزة الاستشعار الذكية في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٦,٩٪، في حين حلت تكنولوجيا كشف الواقع في المرتبة التاسعة بنسبة بلغت ٥,٨٪.

بينما أظهرت النتائج تصدر البيانات الضخمة والخوارزميات المتقدمة، أجهزة المحمول عالية الدقة، صحافة البلوك تشين مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها مستقبلا في المواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ١٠٪، بينما جاءت صحافة الروبوت في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٩,٧٪، بينما حل اقتناء طائرات التصدير (الدورون)، التوثيق وكشف الاحتيال والتزوير العميق في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٩,١٪، بينما حل تقنية الواقع المعزز في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٨,٨٪، بينما حلت صحافة البيانات مفتوحة المصدر، التفاعل متعدد المستويات مع مصادر المعلومات في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٨,٥٪، بينما حلت أجهزة الاستشعار الذكية في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٨,٣٪؛ في حين حلت تكنولوجيا كشف الواقع في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٨٪.

جدول رقم (٢٠)

الخطط المستقبلية لتطوير الأداء الاتصالي للصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى العينة

الأكاديميون		الصحفيون		الخطط المستقبلية
%	ك	%	ك	
١٣,٥	٣٥	١٣,٣	٨٢	حضور الدورات التدريبية وورش العمل
١١,٩	٣١	١١,٧	٧٢	تطوير أدواتهم لمواكبة التطورات
١٠,٤	٢٧	١١,٧	٧٢	التوسع في التغطية الصحفية بأسرع وأقل وقت
١١,٩	٣١	١١,٧	٧٢	تطوير المضمون المقدم للمستخدمين باستمرار
١١,١	٢٩	١٠,٩	٦٧	التدريب والتعليم الذاتي
١٢,٧	٣٣	١٠,٧	٦٦	زيادة التفاعلية بين المستخدمين والمحررين والموقع
١١,٢	٢٩	١٠,٦	٦٥	استخدام البرامج الجديدة التي تعتمد عليها التطبيقات
١١,٩	٣١	١٠,٤	٦٤	تطوير القوالب الفنية في صياغة المضمون
٥,٤	١٤	٩	٥٥	الاستفادة من خبرات خبراء البرمجيات لتطوير الأداء
١٠٠	٢٦٠	١٠٠	٦١٥	الإجمالي

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن حضور الدورات التدريبية وورش العمل جاءت في مقدمة الخطط المستقبلية لتطوير الأداء الاتصالي للصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين بنسبة بلغت ١٣,٣٪، بينما جاء تطوير أدواتهم لمواكبة التطورات، التوسع في التغطية الصحفية بأسرع وأقل وقت، تطوير المضمون المقدم للمستخدمين باستمرار في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١,٧٪، بينما حل التدريب والتعليم الذاتي المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١٠,٩٪، بينما حل زيادة التفاعلية بين المستخدمين والمحررين والموقع المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١٠,٧٪؛ في حين حل استخدام البرامج الجديدة التي تعتمد عليها التطبيقات في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٦٪؛ في

حين حل تطوير القوالب الفنية في صياغة المضمون في المرتبة السادسة بنسبة بلغت ١٠,٤٪؛ في حين حل الاستفادة من خبرات خبراء البرمجيات لتطوير الأداء في المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٩٪.

كما أظهرت النتائج تصدر حضور الدورات التدريبية وورش العمل مقدمة الخطط المستقبلية لتطوير الأداء الاتصالي للصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ١٣,٥٪، بينما حل زيادة التفاعلية بين المستخدمين والمحريين والموقع المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٢,٧٪، في حين حل تطوير القوالب الفنية في صياغة المضمون، تطوير أدواتهم لمواكبة التطورات، تطوير المضمون المقدم للمستخدمين باستمرار المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ١١,٩٪، بينما حل التدريب والتعليم الذاتي، استخدام البرامج الجديدة التي تعتمد عليها التطبيقات المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ١١,٢٪، بينما حل التوسع في التغطية الصحفية بأسرع وأقل وقت المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ١٠,٤٪، في حين حلت الاستفادة من خبرات خبراء البرمجيات لتطوير الأداء المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٥,٤٪.

جدول رقم (٢١)

نوعية المهام الصحفية الجديدة الإخبارية الصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين والأكاديميين

الأكاديميون		الصحفيون		الخطط المستقبلية
%	ك	%	ك	
٧,٨	٣٢	٨,٦	٧٢	عمل قوالب متعددة تعالج الموضوع الواحد
٧,٦	٣١	٨	٦٧	فحص المعلومات واكتشاف الاخبار الزائفة
٧,٤	٣٠	٧,٩	٦٦	سرعه البحث بشكل دقيق عن المعلومات
٧,٦	٣١	٧,٨	٦٥	تحويل النصوص الى فيديوهات تلخص الحدث
٧,٤	٣٠	٧,٤	٦٢	تحويل البيانات والأرقام الى نصوص بسرعة فائقة
٧,٣	٣٠	٧,٤	٦٢	التصحيح التلقائي تحويا ولغويا واسلوبا للمضامين المقدمة
٥,٤	٢٢	٦,٧	٥٦	إنتاج وأرشفة البيانات الضخمة
٧,٦	٣١	٦,٥	٥٦	تعميق فكرة الصحفي الشامل الذي يقوم بكل الأدوار
٧,٤	٣٠	٦,٦	٥٥	التعرف على أسماء الشخصيات مباشرة من خلال الصور
٦,١	٢٥	٦,٥	٥٤	إنتاج الفيديوهات والنصوص بطريقة تناسب كافة الأجهزة الذكية
٦,٦	٢٧	٥,٣	٤٤	إنتاج أخبار قصيرة بشكل آلي في الموضوعات ذات الطابع الإحصائي
٦,٤	٢٦	٦,١	٥١	ترجمة الفيديوهات والنصوص الى أكثر من لغة بسرعة فائقة
٤,٩	٢٠	٥,٩	٤٩	تنبيه الصحفيين بالمعلومات الجديدة عن أي موضوع
٤,٤	١٨	٥	٤٢	تتبع الاخبار العاجلة
٦,١	٢٥	٤,١	٣٤	تحليل البيانات والموضوعات الصحفية قبل نشرها
١٠٠	٤٠٨	١٠٠	٨٣٥	الإجمالي

توضح بيانات هذا الجدول تصدر عمل قوالب متعددة تعالج الموضوع الواحد مقدمة المهام الصحفية الجديدة الإخبارية الصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين بنسبة بلغت ٨,٦٪، بينما حل فحص المعلومات واكتشاف الاخبار الزائفة

المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٨٪، بينما حل سرعة البحث بشكل دقيق عن المعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٧,٩٪، بينما حل تحويل النصوص إلى فيديوهات تلخص الحدث المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٧,٨٪؛ بينما حل تحويل البيانات والأرقام الى نصوص بسرعة فائقة، التصحيح التلقائي نحويا ولغويا واسلوبا للمضامين المقدمة في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٧,٤٪، بينما جاء إنتاج وأرشفة البيانات الضخمة، تعميق فكرة الصحفي الشامل الذي يقوم بكل الأدوار المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦,٧٪، بينما حل التعرف على أسماء الشخصيات مباشرة من خلال الصور المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٦,٦٪؛ في حين حل إنتاج الفيديوهات والنصوص بطريقة تناسب كافة الأجهزة الذكية المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٦,٥٪.

كما أظهرت نتائج الدراسة تصدر عمل قوالب متعددة تعالج الموضوع الواحد مقدمة المهام الصحفية الجديدة الإخبارية الصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى الأكاديميين بنسبة بلغت ٧,٨٪، بينما جاء فحص المعلومات واكتشاف الاخبار الزائفة، تعميق فكرة الصحفي الشامل الذي يقوم بكل الأدوار، تحويل النصوص الى فيديوهات تلخص الحدث المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٧,٦٪، بينما حل سرعه البحث بشكل دقيق عن المعلومات، تحويل البيانات والأرقام الى نصوص بسرعة فائقة، التصحيح التلقائي نحويا ولغويا واسلوبا للمضامين المقدمة، التعرف على أسماء الشخصيات مباشرة من خلال الصور المرتبة الثالثة ٧,٤٪، بينما حل إنتاج أخبار قصيرة بشكل آلي في الموضوعات ذات الطابع الإحصائي المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٦,٦٪، بينما حل ترجمة الفيديوهات والنصوص الى أكثر من لغة بسرعة فائقة في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٦,٤٪، بينما حل جاء إنتاج الفيديوهات والنصوص بطريقة تناسب كافة الأجهزة الذكية، تحليل البيانات والموضوعات الصحفية قبل نشرها المرتبة السادسة بنسبة بلغت ٦,١٪، بينما حل إنتاج وأرشفة البيانات الضخمة المرتبة السابعة بنسبة بلغت ٥,٤٪، بينما حل تنبيه الصحفيين

بالمعلومات الجديدة عن أي موضوع المرتبة الثامنة بنسبة بلغت ٤,٩٪، بينما حل تتبع الأخبار العاجلة المرتبة التاسعة بنسبة بلغت ٤,٤٪.

جدول (٢٢)

العلاقة بين توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي وطبيعة الأداء المهني للعاملين بالمواقع الإخبارية المصرية لدى الصحفيين والأكاديميين

معامل T ومستوى الدلالة	معامل بيرسون ومستوى الدلالة	المهام الجديدة للصحفيين	الخطط المستقبلية للصحفيين	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مستقبلا	العينة
		المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي	
٨,١١ بمستوى دلاله ٠,٠٥	٠,٤٣٥ بمستوى دلالة ٠,٠١	٨,١٧١	١١,١٣٠	٧,٢٠٣	الصحفيون
		٤,٠١٩	٩,٢٤٥	٤,٥١٤	الأكاديميين

تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية بين الصحفيين والأكاديميين حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً، والخطط المستقبلية للصحفيين، والمهام الجديدة للصحفيين حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٣٥)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠,٠١).

كما تشير بيانات هذا الجدول إلى وجود فروق بين الصحفيين والأكاديميين حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً، والخطط المستقبلية للصحفيين، والمهام الجديدة للصحفيين حيث بلغت قيمة معامل (T) (٨,١١)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠,٠٥).

خاتمة الدراسة:

- سعت الدراسة إلى رصد وتحليل آراء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية والخبراء الأكاديميين حول مستقبل بيئة العمل بالمواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
١. تصدر تطبيق الترجمة الآلية للأخبار بلغات مختلفة، تتبع الأخبار العاجلة، الدردشة والرد الآلي على الجمهور"، وتحليل البيانات الضخمة جاء في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإخبارية المصرية.
 ٢. أظهرت النتائج أن تزايد فرص إنتاج المضامين بجودة عالية"، تطوير المهارات الإدارية والتحريرية عموماً، تقليص تكلفة الإنتاج والتشغيل، تقديم مضامين تتناسب مع احتياجات المستخدمين تصدرت مقدمة التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية.
 ٣. كشفت النتائج أن خفض أعداد المحررين والعاملين والفنيين، عدم القدرة على تميز المعلومات الصحيحة والحاطئة جاءت في مقدمة التأثيرات السلبية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية.
 ٤. توصلت الدراسة إلى تصدر عمل قوالب متعددة تعالج الموضوع الواحد، فحص المعلومات واكتشاف الاخبار الزائفة، مقدمة المهام الصحفية الجديدة الإخبارية الصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
 ٥. كشفت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين الصحفيين والأكاديميين حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً، والخطط المستقبلية للصحفيين، والمهام الجديدة للصحفيين.

٦. أظهرت النتائج أن حضور الدورات التدريبية وورش العمل، وتطوير أدواتهم لمواكبة التطورات، التوسع في التغطية الصحفية بأسرع وأقل وقت، تطوير المضمون المقدم للمستخدمين جاءت في مقدمة الخطط المستقبلية لتطوير الأداء الاتصالي للصحفيين في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإخبارية المصرية.
٧. أظهرت نتائج الدراسة تصدر البيانات الضخمة والخوارزميات المتقدمة مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها مستقبلا في المواقع الإخبارية المصرية.
٨. أظهرت نتائج الدراسة أن السيناريو التفاؤلي جاء في مقدمة سيناريوهات مستقبل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية المصرية، تلاه سيناريو الثبات ثم السيناريو التشاؤمي.

هوامش الدراسة:

- (1) Thomas Davenport, et al, The potential for artificial intelligence in healthcare, Future Healthc J. 2019 Jun; 6(2): 94–98, doi: 10.7861/futurehosp.6-2-94
- (2) Hans K. Klein and Daniel Lee Kleinman,(2002), :The Social Construction of Technology Structural Considerations , Science Technology & Human Values, Vol.(27),No.(1),Pp.28-39.
- (3) Dan Laughey(2007), Key Themes in Media Theory, (New York: McGraw Hill), p.33
- (4) David J. Gunkel(2003), Second thoughts : toward a critique of the digital divide, New Media& Society, Vol.(5),No.(4),Pp.28-39
- (٥) حسنين شفيق(٢٠١٤)، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، (القاهرة: دار فن وفكر)، ص ١٥٦-١٥٨.
- (٦) ستيفن الكس (٢٠١٢)، "الإعلام وتكنولوجيا الاتصال"، ترجمة: سـندس عاصم، مراجعة: منال أبو الحسن، القاهرة: دار النشر للجامعات، ص.٢٩١-٢٩٠.
- (٧) أيمن خميس ربيع أبو نقيرة، أحمد عبد الحكيم عامر ٢٠٢٣، توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية: دراسة ميدانية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ٢، ص ٩-٤٩.
- (٨) محمد عبد الحميد ٢٠٢٢، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ٢١، ص ٢١١-٣٣٤.
- (٩) جواد راغب الدلو وآخرين ٢٠٢٢، اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد السابع، العدد ٣، ص ٥٣-٩٠.
- (١٠) أحمد بن علي الزهراني ٢٠٢٢، تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد ٥، العدد ١، ص ١٥-٣٩.
- (١١) هند يحيى عبد المعطي، دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث "دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد ٥٦، المجلد الرابع، ٢٠٢١.
- (12) Jeannette Paschen, Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, Journal of Product & Brand Management, Volume 29 · Number 2 · 2020 · 223–233, Available at: <https://bit.ly/3ibQ8km>
- (١٣) عيسى عبد الباقي، أحمد عادل عبد الفتاح، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية، دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع ١٠، مج ١٩، ٢٠٢٠، ص: ١٠٦٧.

- (14) Tom Cassauwers , Can artificial intelligence help end fake news? Horizon , The EU Research & Innovation Magazine, 15 April 2019, available at : <https://bit.ly/346bQk9> (13)Andreas Veglis, Theodora A. Maniou, Chatbot
- (15) Andreas Veglis, Theodora A. Maniou, Chatbots on the Rise: A New Narrative in Journalism, Redfame, Studies in Media and Communication, Vol. 7, No. 1; June 2019, <http://smc.redfame.com>, Available at: <https://bit.ly/2JWITBd>
- (١٦) عمرو محمد عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ، المجلد ٥٥، الجزء الخامس، أكتوبر ٢٠٢٠، ص ٢٧٩٨-٢٨٦٠.
- (١٧) ايمن بريك اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، المجلد ٥٣، الجزء الثاني، ص ٤٤٧-٥٢٦.
- (18) Waleed Alli & Mohamed Hassoun, Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ". International Journal of Media, Journalism and Mass Communications JMJC, 2019, Vol. 5. Issue. 1, pp. 40:49.
- (19) Jonathan Stray, Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism». Digital Journalism, 2019, Available Online : <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289> . pp. 1:23.
- (٢٠) بسنت محمد عطية، مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام: دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بالاتصال في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الدولي الخامس والعشرون لكلية الإعلام جامعة الأزهر بعنوان "صناعة الإعلام في ظل الفرص والتحديات التكنولوجية والاستثمارية في الفترة من ١٧-١٨ أبريل ٢٠١٩م.
- (٢١) سحر عبد المنعم محمود الخولي، اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٢، ٢٠٢٠.
- (22) Susan Leavy (2020). " Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning", Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland.
- (23) Nicholas Diakopoulos (2019). " Artificial Intelligence and Journalism " , Journalism & Mass Communication Quarterly , Vol. 96(3) 673-695
- (24) Santosh Kumar Biswal (2020). " Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane " ? Springer Nature Singapore.

- (25) Braghieri, Marco (2019). "Long-form journalism and archives in the digital landscape", University of London, King's College (United Kingdom).
- (26) Matteo Monti (2019). "Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field". *Opinio Juris in Comparatione*. Vol.0. p. 0. Available Online : https://papers.ssrn.com/so13/papers.cfm?abstract_id=3318460
- (27) Mico Tatalovic (2018). "AI writing bots are about to revolutionise science journalism: we must shape how this is done». *Journal of Science Communication*. Vol.17. Issue 1. pp. 1:7. Available Online : https://jcom.sissa.it/archive/17/01/JCOM_1701_2018
- (28) Daewon Kima (2018). "Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism" *Telematics and Informatics*. 35:340.756-
- (29) Yair Galily (2018). "Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? *Technology in Society* 54, PP.47-51.
- (٣٠) محمود رمضان أحمد عبد اللطيف ٢٠٢١، تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية: في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد ٢٠، العدد ٣، ص ٦٨-١.
- (٣١) أحمد حسن السمان ٢٠٢٢، اتجاهات الصحفيين في وكالات الأنباء نحو واقع ومستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي: وكالة أنباء الشرق الأوسط (دراسة حالة) في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد ٤٠، ص ٣١٧-٣٧٣.
- (٣٢) نسمة محمد خضر ٢٠٢٢، تقييم النخبة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ورؤيتهم لمستقبلها في إبداع المحتوى " دراسة وصفية استكشافية، *مجلة كلية الفنون والإعلام - السنة ٧، العدد الرابع عشر*، ص ٣١٠-٢٥٧.
- (٣٣) أحمد عبد المجيد منصور ٢٠٢١، مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠ دراسة استشرافية، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد الثامن والخمسون، الجزء الثالث، ص ١٣٩٨-١٤٥٨.
- (٣٤) أمل خطاب ٢٠٢١، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، المجلد ٢٢، الجزء ١، ص ٩٣-١٥٤.
- (35) Miroshnichenko, A. (2020). "AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is 'Yes')." *Information (Switzerland)* 9 (7).doi:10.3390/info9070183.
- (36) Ashwani Kumar Upadhyay and Komal Khandelwal,(2019). Artificial intelligence based training learning from application, *DEVELOPMENT AND LEARNING IN ORGANIZATIONS*, VOL. 33 NO. 2, pp. 20-23.

- (37) The Reuters Institute digital news. (2018). Global Survey On Journalism and Media Futures .An annual global survey by the Futures Today Institute about how those working in news think about the Futures. <https://www.reutersinstitute.org/news-features/our-research/global-survey-on-journalism-and-media-futures>
- (٣٨) مي مصطفى عبد الرازق ٢٠٢٢، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨١، ص ١-٧٤.
- (٣٩) أسماء محمد مصطفى علي عرام ٢٠٢١، مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي: صحافة الروبوت نموذجاً، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٨، المجلد ٤، ص ١٦٧٣-١٧٠٢.
- (٤٠) أمينة الجمل، (٢٠١٢)، ماهية الدراسات المستقبلية، مكتبة الإسكندرية، سلسلة تصدر عن وحدة الدراسات المستقبلية مجلة أوراق، العدد رقم (٥)، مصر وحدة الدراسات المستقبلية ، ص ٣.
- (41) Maree Conway(2008),An Overview of Foresight Methodologies, Thinking Futures, p.3
- (٤٢) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ، ص٣٥٣.
- (٤٣) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين الآتي أسماؤهم:
١. أ.د/ حلمي محسب استاذ الاعلام الالكتروني وعميد كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.
 ٢. أ.د/ سعيد الغريب استاذ الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
 ٣. أ.د/ سلوي ابو العلا استاذ الصحافة بكلية الاداب جامعة المنيا.
 ٤. أ.د/ شريف درويش اللبان استاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال ورئيس قسم الصحافة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.
 ٥. أ.د/ عبد الياسط شاهين استاذ العلاقات العامة بكلية الاداب جامعة سوهاج
 ٦. أ.د/ محمد شومان استاذ الصحافة وعميد كلية الاعلام بالجامعة البريطانية
- (٤٤) أيمن خميس ربيع أبو نقيرة، أحمد عبد الحكيم عامر ٢٠٢٣، توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية: دراسة ميدانية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ٢، ص ٩-٤٩.
- (٤٥) جواد راغب الدلو وآخرين ٢٠٢٢، اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد السابع، العدد ٣، ص ٥٣-٩٠.
- (٤٦) عمرو محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ٢٧٩٨-٢٨٦٠.
- (٤٧) محمد عبد الحميد ٢٠٢٢، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ٢١، ص ٢١١-٣٣٤.
- (٤٨) عيسى عبد الباقي ، مرجع سابق ص: ١. ٦٧.

- (49) Waleed Alli & Mohamed Hassoun, Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ". International Journal of Media, Journalism and Mass Communications JMJC, 2019, Vol. 5. Issue. 1, pp. 40:49.
- (50) The Reuters Institute digital news. (2018). Global Survey On Journalism and Media Futures .An annual global survey by the Futures Today Institute about how those working in news think about the Futures. <https://www.reutersinstitute.org/news-technology/global-survey-on-journalism-and-media-futures>
- (٥١) أحمد حسن السمان ٢٠٢٢، اتجاهات الصحفيين في وكالات الأنباء نحو واقع ومستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي: وكالة أنباء الشرق الأوسط (دراسة حالة) في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ٤٠، ص ٣١٧-٣٧٣
- (٥٢) محمد عبد الحميد ٢٠٢٢، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد ٢١، ص ٢١١-٣٣٤.
- (٥٣) عيسى عبد الباقي، مرجع سابق ص: ١. ٦٧.