

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مصدق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الرابع - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمود عبد العاطي (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ١٦٧٣ ■ مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجًا) أ.م.د. أسماء محمد مصطفى عرام
- ١٧٠٣ ■ التحليل السيميولوجي لصور جائحة كورونا في المواقع الإخبارية «دراسة مقارنة بين موقعي DW الألماني و France 24 الفرنسي في نسختهما الناطقة بالعربية» أ.م.د. نشوى يوسف أمين اللواتي
- ١٧٦٥ ■ استراتيجيات مكافحة الجرائم الإلكترونية في العصر المعلوماتي تعزيزًا لرؤية مصر 2030: دراسة استشرافية أ.م.د. أميرة محمد محمد سيد
- ١٨٠٩ ■ استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الايموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاسه على إدراك جودة الصداقة الافتراضية أ.م.د. أحمد عبد الكافي عبد الفتاح
- ١٨٦٥ ■ التحليل السيميولوجي للصورة الإعلانية السياحية في الصحف الإلكترونية المصرية د. ساره عبد الفتاح السيد
- ١٩٠٣ ■ إستراتيجيات المؤسسات الصحفية المصرية في توظيف منصاتها الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة منصات التنظيمات الإرهابية د. فيروز عبد الحميد جابر
- ١٩٤١ ■ استخدام الريفيات العاملات لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على العلاقات الأسرية «دراسة ميدانية» إسرائ سامي فهمي أحمد

١٩٩١

■ دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجًا رائد بن علي عبد الرحمن العمروود

---

٢٠٣٥

■ Media in Saudi Arabia: The Challenge for Female Journalists

Dr. Khoulod Aljuaid

---

٢٠٧٥

■ Nostalgia from the Perspective of Intertextuality in the Newspaper Coverage: The Case of Prince Harry and Meghan Markle

Dr. Fedaa Mohamed

---

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستشتر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستشتر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



# مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجاً)

- The future of journalists in the age of artificial intelligence (Robot journalism model)

● أ.م.د / أسماء محمد مصطفى عرام

أستاذة الصحافة المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - قنا

جامعة جنوب الوادي

[smmhmdaram@yahoo.com](mailto:smmhmdaram@yahoo.com)

## ملخص الدراسة

تمثل صناعة الروبوت الصحفي تحديًا حقيقيًا لمعظم الوظائف في المؤسسات الإعلامية؛ فباتت صحافة الروبوت واقعًا لا يمكن تجاهله أو التقليل من أهميتها، فصحافة الروبوت تعد واحدة من تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ لذا سعت هذه الدراسة إلى 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 تحديًا حقيقيًا للصحفيين يحتم عليهم العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة في عصر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية: صحافة الروبوت- مستقبل الصحفيين- الذكاء الاصطناعي.

## Abstract

The journalistic robot industry represents a real challenge to most jobs in media organizations, robot journalism has become a reality that cannot be ignored or underestimated, the function of the robot is one of the techniques of artificial intelligence. Therefore, the study aims to conceptualize the future of journalists in the age of artificial intelligence technology, and the study reached the control of robots in many other professions and industries, including press institutions, as confirmed by the study that the robot moves the event and stop reporters coverage. Therefore, training courses for Egyptian newspaper workers should be done with a compulsory system for all employees of press institutions to develop their competence to use artificial intelligence technologies because this represents a real challenge for journalists who must work to develop their skills to adapt to the new environment in the age of Artificial Intelligence technology.

Keywords: Robot Journalism - The Future of Journalists - Artificial Intelligence



آثار ظهور الصحف الإلكترونية الكثير من المخاوف حول مستقبل الصحافة الورقية والعاملين فيها؛ حيث تحتاج الصحافة الإلكترونية إلى نفقات أقل وعدد أقل من المحررين والعاملين في إخراج الصحيفة، إلا أن الواقع كان مختلفاً، فقد عززت الصحافة الإلكترونية فرص العمل، وأتاحت المجال أمام كثير من الصحفيين لامتلاك وإدارة منصات إعلامية مستقلة، وتأمين المزيد من فرص العمل<sup>(1)</sup>.

كما أسهم التطور التكنولوجي في مجال الاتصال ثورة هائلة التأثير انعكست تفاصيلها على الشبكة العنكبوتية، والأقمار الصناعية، والتكنولوجيا الرقمية، وأجهزة الحاسوب وكل ما له علاقة بمخرجات الذكاء الاصطناعي، وأدت تلك التأثيرات إلى تشكيل حالة جديدة وبلورة مفاهيم وآليات إعلامية جديدة؛ كان لها الفضل في ظهور خريطة اتصال حديثة تجمع بين المرئي والمسموع والمطبوع، تستطيع نقل المحتوى بسرعة فائقة للمجموعات والأفراد، وتحدث أيضاً حالة من التفاعل المتبادل، وفي بعض الأحيان يكون للتكنولوجيا أدوار للقيام بها بدل البشر وهي ما تعرف بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي<sup>(2)</sup>.

لذلك أصبحت الآن صحافة "الروبوت" واقعاً لا يمكن تجاهله أو التقليل من أهميتها، على الرغم من أنها لا تزال في البدايات وفي طور النشوء والنمو، حيث يصعب إطلاق أحكام مطلقة بشأن الفرص التي ستقدمها والتحديات التي ستفرضها. فصحافة "الروبوت" تعد واحدة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، وبذلك يصبح الذكاء الاصطناعي حقيقة واقعية يحظى بتطبيقات عدة تحاكي الذكاء البشري أحياناً، وتتفوق عليه أحياناً كثيرة، وبذلك تمثل صناعة الروبوت الصحفي تحدياً حقيقياً لمعظم الوظائف في المؤسسات الإعلامية المختلفة؛ سواء المتعلقة بجمع البيانات وتحريرها وصياغتها والرد على البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي والأدوار المتعلقة بعملية النشر والمتابعة؛ الأمر الذي يحتم على الصحفيين العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة، وليس فقط على مستوى الشكل، وإنما المحتوى أيضاً<sup>(3)</sup>.

وبذلك تعد الصحافة حالها كحال باقي المجالات الإعلامية وغيرها التي ستتأثر بتقنية الذكاء الاصطناعي، حيث ستعمل الآلات على تغيير طبيعة عمل الصحفي، كما أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي سوف تقدم مفهوماً جديداً في مجال الإعلام يعرف بصحافة الروبوت، ومن المحتمل أن تقود هذه التقنية إلى تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الإعلامية وطرق عملها.

لذا تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على صحافة الروبوت ومستقبل الصحفيين في ظل وجود هذه التقنية الرقمية، وهل ستقضي تقنيات الذكاء الاصطناعي على وجود العنصر البشري في صناعة الإعلام؟

#### الدراسات السابقة:

تناولت هذه الدراسة الدراسات التي اهتمت بمستقبل الصحفيين في عصر صحافة الذكاء الاصطناعي، والدراسات التي عنيت بصحافة الروبوت من منطلق النظرية في حدود المعلومات التي استطاعت الباحثة الوصول إليها.

#### 1- دراسة كيم (2021) بعنوان "نموذج لقبول المستخدم لصحافة الروبوت"<sup>(6)</sup>:

سعت هذه الدراسة إلى اكتشاف قبول المستخدمين للمقالات الإخبارية التي كتبها الروبوت، ومعرفة مدى شعورهم من حيث العوامل النفسية والثقافية التي تؤثر عليهم، وهل يستمرون في قراءة المقالات الإخبارية التي ينتجها الصحفيون الروبوت، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها: أن المستخدمين وجدوا حالة من الارتياح والشعور النفسي الإيجابي عند قراءتهم للمقالات المكتوبة بواسطة الصحفيين الروبوت.

#### 2- دراسة جوسي ما جول (2020) بعنوان "تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة"<sup>(7)</sup>:

سعت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام الإسبانية، وتوصلت النتائج إلى أن تأثير الذكاء الاصطناعي في الصحافة يشمل ثلاثة أشياء في الشركة: المحتويات، الأشكال، والشخصية المهنية، وأنه من المتوقع أن الصحافة تمثل إحدى المجالات التي ستطراً عليها تغييرات مهمة؛ لذلك لابد من أن تعمل الصحافة على تطوير نفسها، والإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفهم كيفية تخزين المعلومات والتعامل معها؛ لتحسين طريقة يتم التكيف بها مع هذا التغيير.

#### 3- دراسة سحر عبد المنعم (2020) بعنوان "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي"<sup>(8)</sup>:

سعت الدراسة التعرف على اتجاهات الصحفيين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي في الفترة من

2020/6/1 حتى 2020/7/31، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية اعتمدت على التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة، وتوصلت أيضًا إلى أن الصحف استخدمت الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

4- دراسة أيمن محمد إبراهيم (2020) بعنوان "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"<sup>(9)</sup>:

استهدفت الدراسة رصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في مصر والسعودية، وذلك من خلال الوقوف على العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام القائمين بالاتصال لهذه التقنيات ومعدلات استخدامها، ووصولًا لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو مستقبل استخدام تقنيات الذكاء الصناعي، ومستقبل صناعة الصحافة في ظل استخدام هذه التقنيات، ومقترحاتهم لتحقيق الاستخدام الأمثل لها في مجال العمل الصحفي، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. اعتمد الباحث على منهجي المسح ودراسة العلاقات المتبادلة، وعينة كرة الثلج، وتم إجراء الدراسة على عينة قوامها 143 مفردة خلال الفترة من يونيو حتى سبتمبر 2019. وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام هذه التقنيات جاء بشكل منخفض بنسبة 34.2%، يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 33.6%، ثم بشكل متوسط بنسبة 26.6%، وأخيرًا بشكل مرتفع بنسبة 5.6%.

5- دراسة عيسى عبد الباقي موسى (2020) بعنوان "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية"<sup>(10)</sup>:

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في: الرصد الكمي والتفسير الكيفي لتصورات ومواقف الصحفيين 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، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، منها: أن نسبة 88% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم، إلا أنهم أشاروا في نفس الوقت إلى عدم

جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، وأظهرت نتائج الدراسة أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وأن أهم التحديات التي تقف أمام توظيف هذه التقنيات تتمثل في التحديات التقنية والتكنولوجية، ثم التحديات التنظيمية والمؤسسية، فالتحديات الاقتصادية، والمهنية، والأخلاقية.

6- دراسة بهيش جافيت (2020) بعنوان "عوامل النجاح في الذكاء الاصطناعي: بالتطبيق على الصحافة"<sup>(11)</sup>:

سعت هذه الدراسة إلى معرفة عوامل النجاح في الذكاء الاصطناعي بالتطبيق على الصحافة، وإلى أي مدى يتم استخدامه في كتابة المقالات والتقارير وصولاً إلى الجماهير، وتوصلت الدراسة إلى أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وأن المؤسسات الصحفية التي لا تتبنى تقنية الذكاء الاصطناعي ستواجه مستقبلاً قاتماً، وأشارت النتائج إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي سوف يخلق المزيد من فرص العمل؛ لأن الصحافة مهنة يحركها الإنسان، فالذكاء الاصطناعي من شأنه أن يجعل العمل الصحفي أكثر فعالية وإيجازاً وجذباً للجماهير، ويمكن أن يقدم بيانات معقدة في أشكال بسيطة ومفهومة.

7- دراسة سوزان ليفلي (2020) بعنوان "استخدام الذكاء الصناعي في العمل الصحفي وعلاقته بالتحيز في تغطية الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين"<sup>(12)</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب التحيز في الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين الإناث في دولة أيرلندا، وهل هناك تأثير سلبي على سلوكيات ووعي الجمهور فيما يتعلق بالمرشحين الإناث في أيرلندا؟ وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بإجراء دراسة تحليلية طويلة المدى، عمل من خلالها بتحليل عينة قوامها 469 من أصل 47981 مقالاً متعلقاً بالمرشحين السياسيين من عام 2011-2019 والتي تم نشرها في صحيفتي The Sunday ، & the Independent، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج التي يتم الاستعانة بها في الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تعتمد على لغة اللوغاريتمات، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك نسبة اقتباسات quotations والتي تم استخدامها من قبل برنامج Machine Learning والذي تم الاستعانة به في الصحيفتين محل الدراسة؛ مما أدى إلى حدوث التحيزات السلبية نحو المرشحين الإناث مقابل نظرائهم من الرجال، ومن الأشكال

السلبية التي أظهرت التحيز في التغطية السلبية للمرشحات السياسات والوزراء في دولة أيرلندا هي التركيز على العائلة، وأن أعضاء العائلة يبدون اعتراضهم ويظهرون غضبهم نحو انخراط والدتهم في العمل السياسي الذي أثر بشكل سلبي على العلاقة الأسرية، والجو العائلي الذي تأثر بسبب العمل السياسي.

8- دراسة بريجيت تو سجينات (2020) بعنوان "تحليل لحالة صحافة الروبرت في كندا"<sup>(13)</sup>؛

سعت هذه الدراسة إلى تحليل لحالة صحافة الروبرت في كندا، والتحقيق في الآثار الحالية والمستقبلية لصحافة الروبرت على الأخبار، مع التركيز بشكل خاص على الطرق التي يتم بها نقل المهارات والقيم الصحفية؛ لإفصاح المجال لهذه التكنولوجيات المستخدمة بشكل متزايد، والتعرف على كيفية دمج تقنيات وأدوات صحافة الروبرت، وتأثيراتها على الصحفيين وممارساتهم وأساليبهم وما يطلب منهم، وتوصلت النتائج إلى أن سوق الصحافة اليوم تنافسي للغاية، ويتطلب مهارات متخصصة تتجاوز العناصر الأساسية التي يتم تدريسها في دورات الصحافة التقليدية، وأن كندا لا تستخدم صحافة الروبرت، لذلك هناك توافق ساحق في الآراء على أن المبادئ التوجيهية لصناعة وسائط الإعلام الإخبارية الكندية تحتاج إلى مراجعة؛ من أجل وضع إطار أفضل لاستخدام التكنولوجيات الآلية.

9- دراسة كيم (2018) بعنوان "مواقف صحفيي الصحف تجاه صحافة الروبوت"<sup>(14)</sup>؛

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مواقف الصحفيين تجاه صحافة الروبوت، فقسمت الدراسة الصحفيين إلى ثلاثة أنواع، وأجرت مقابلات صحفية مع 47 صحفيًا من حوالي 17 صحيفة كورية، النوع الأول منهم يرى الصحافة أقوى وسوف تتجاوز قدرات الروبوتات، والنوع الثاني يرى أنه يوجد قلق بشأن إدخال الروبوتات إلى عالم الصحافة وهو السيناريو الكئيب، والنوع الثالث السيناريو المتفائل يرى أن الصحافة لها دور ولا يوجد قلق، ولكن توجد بعض التهديدات، وعلى الصحفيين أن يطوروا من مهاراتهم العملية حتى يتجاوزوا الروبوتات.

10- دراسة دي كيم (2017) بعنوان "محددات شركات الصحف في اعتماد صحافة الروبوت"<sup>(15)</sup>؛

سعت هذه الدراسة إلى تحديد محددات كبار المسؤولين في الصحف في إدخال صحافة الروبوت في غرف الأخبار. وقد استخدمت عملية التسلسل الهرمي التحليلي كمنهجية، وتم الحصول على البيانات التي يتعين تحليلها من 42 استقصاءً على كبار

المسؤولين من 24 شركة صحفية مختلفة، ووفقاً للنتائج، فإن الأداء التجاري المتوقع الناجم عن إدخال صحافة الروبوت واستعداد مستهلكي الأخبار لقراءة القصص الإخبارية المكتوبة بالروبوت هي أهم المخاوف من بين المعايير للنظر فيما إذا كانت شركات الصحف تخطط لإدخال صحافة الروبوت أم لا. ومن ناحية أخرى، فإن موقف الصحفيين تجاه صحافة الروبوت هو وراء اعتبارات أداء الأعمال التجارية والتغيرات في بيئة السوق الخارجية، وبدا أن صانعي القرار في شركات الصحف غير الحسابات للتكاليف الفارقة فيما يتعلق بإدخال صحافة الروبوت، وفيما يتعلق بالبدائل، من المرجح أن تختار شركات الصحف انخفاضاً في عدد الصحفيين من البشر، بعد اعتماد كتاب الروبوت كاستراتيجية للتوظيف.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

في إطار استعراض الدراسات السابقة والمتعلقة بمستقبل الصحفيين في عصر صحافة الذكاء الاصطناعي، أمكن استخلاص بعض المؤشرات التي ساعدت في توجيه الدراسة الحالية، ومن هذه المؤشرات:

- اتفقت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة من حيث المنهج المستخدم، وهو منهج المسح.
- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع صحافة الروبوت في المؤسسات الصحفية والإعلامية المختلفة.
- تختلف هذه الدراسة من حيث الأداة المستخدمة؛ حيث استخدمت أداة المقابلة المتعمقة، في حين أن بعض الدراسات الأخرى اعتمدت على التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS).
- اختلفت الدراسة الحالية في عينة البحث؛ حيث تم تطبيق أداة المقابلة المتعمقة لعدد من النخبة المهنية بالمجال الصحفي والإعلامي والأكاديميين، وهو بذلك يضع رؤية كلية لإدارة الإعلام في مصر، وجعله أكثر توجيهاً سواء على مستوى الإعلاميين المتخصصين، أو على مستوى الأساتذة الأكاديميين بالجامعات المصرية المختلفة، بينما غالبية الدراسات التي تم الحصول عليها تم التطبيق على متلقي الرسالة أو الخدمة، وغالباً ما كانت عينة من الطلبة في المراحل التعليمية المختلفة، سواء في مرحلة الجامعة أو المدارس الثانوية.
- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في ربط فكرة وضع آلية صحيحة لمستقبل الصحفيين في ظل تطور التكنولوجيا الملحوظ؛ وإن تشابهت بدرجة قليلة مع

دراسة (كيم 2018) والتي استهدفت مواقف صحفيي الصحف تجاه صحافة الروبوت، وذلك من خلال التعرف على مواقف الصحفيين تجاه صحافة الروبوت، فقسمت الدراسة الصحفيين إلى ثلاثة أنواع، وأجرت مقابلات صحفية مع 47 صحفيًا من حوالي 17 صحيفة كورية.

- عند وضع الباحثة تعريف إجرائي لمفهوم صحافة الروبوت تم وضع رؤية أكثر شمولاً من تلك النظرة الضيقة للمفاهيم الأخرى واقتصارها على تعريف الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، دون الاكتراث بمستقبل ودور الصحفيين، واعتبار الصحفي أحد وسائل نقل الأخبار، ويمكن أن ينوب عنه روبوت مستقبليًا، لذلك اعتمدت الباحثة على تعريف مختلف وأكثر شمولاً من الدراسات السابقة، ويرجع ذلك إلى عينة الدراسة التي تم اختيارها.

- هدفت معظم الدراسات السابقة إلى التعرف على أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في مجتمعات مختلفة مثل أمريكا والهند والصين وإيطاليا وكوريا الجنوبية، وبعض الدول العربية مثل السعودية والجزائر ومصر وغير ذلك، كما هدفت للتعرف على اتجاهات الصحفيين والجمهور نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وقد تشابهت هذه الدراسة مع ما هدفت إليه تلك الدراسات بالتركيز على الصحف المصرية بشكل خاص؛ للتعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت) على مستقبل الصحفيين.

- أفادت الباحثة من الأطر المعرفية للدراسات السابقة في تحديد الأهمية الخاصة بالذكاء الاصطناعي ودوره في تطوير العمل الصحفي، حيث قدمت تلك الدراسات إطارًا معرفيًا عن الذكاء الاصطناعي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

يمكن رصد أوجه الاستفادة العلمية التي عادت على الباحثة من مراجعتها للدراسات السابقة من حيث الناحية النظرية والمنهجية كما يلي:

أولاً: من الناحية النظرية:

1- أفاد الباحث من هذه الدراسات من الناحية النظرية في وضع رؤية وتصور عام لمستقبل صحافة الروبوت.

2- تعميق جوانب التصور البحثي وإضافة أبعاد أخرى للدراسة.

3- أفاد الباحث من الدراسات السابقة في معرفة أهم المراجع العربية والاجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.

ثانياً: من الناحية المنهجية:

1- أفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة بما يتناسب مع منهجية الدراسة.

2- أفاد الباحث من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الإطار المنهجي واختيار المنهج المناسب الذي اعتمده الدراسة.

3- أفاد الباحث من هذه الدراسات في تحديد تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها، ووضع إطار عام لما يجب أن تكون عليه الدراسة وما يمكن أن تضيفه.

النظرية المستخدمة: وفي إطار البحوث التي تتناول مستقبل الصحفيين في عصر صحافة الذكاء الاصطناعي بالتطبيق على نخبة من الإعلاميين والأكاديميين، تم تناول الدراسة من خلال النظرية والنموذج التالي: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا<sup>(4)</sup>: The unified theory of (acceptance and use of technology UTAUT):

تعد هذه النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها نموذج "أوتوت" UTAUT لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام مثل المؤسسات الصحفية من أولى النظريات المستخدمة في نظم وتقنية المعلومات، حيث تهدف هذه النظرية إلى تفسير سلوك استخدام التقنيات الرقمية الحديثة، كما تستخدم النظرية النية السلوكية للمستخدم كمؤشر لسلوكه في استخدام هذه التقنية، وتقتصر النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام. كما يعد نموذج قبول التكنولوجيا من النماذج الموثوقة فيها لتفسير قبول واستخدام نظم المعلومات؛ حيث تم اختباره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام والأوضاع المختلفة، كما أن 86% من الدراسات التي تناولت وسائل كل من التعليم التقليدي والتعليم الذاتي استخدمت هذا النموذج، ويعد العالم دافيد (Davis) هو المؤسس الحقيقي لنموذج قبول التكنولوجيا عام 1989، حيث أشار إلى أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم المعلومات والتكنولوجيا يعتبر عائقاً مهماً أمام نجاح هذه النظم، كما أثبت أن فهم وإجابة لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا؟ يعد من أكبر تحديات الباحثين في مجال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا، ولذلك خلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير نجاح وفشل تقبل



نظم المعلومات والتكنولوجيا، وتم اختبار ذلك النموذج تجريبيًا بشكل واسع ومكثف؛ مما أدى إلى الاعتقاد بقوته ومصداقيته واعتماده من قبل المجتمع الأكاديمي، وبالرغم من نجاح ذلك النموذج، فإنه لم يتم الاتفاق فيه على المتغيرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على المتغيرين الرئيسيين المقترحين من جانب دافيد (Davis) وهما: المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام.

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

ويتضح لنا ثلاث خصائص أساسية للنظرية الموحدة لاستخدام وقبول التكنولوجيا، هي:

- 1- ردود أفعال الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا، والتي تتضمن عوامل تبني الأفراد للتكنولوجيا (كالمتغيرات المستقلة، والنية السلوكية، والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا).

- 2- المتغيرات التابعة.

- 3- الخصائص الفردية لمستخدمي التكنولوجيا.

كما أن العلاقة بين كل من الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والعوامل الاجتماعية، والنية السلوكية، تختلف باختلاف العمر والجنس، واختلاف العلاقة بين النية السلوكية للاستخدام، وكل من الجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية باختلاف الخبرة؛ كما أن وجود علاقة بين التأثير الاجتماعي والنية السلوكية تختلف باختلاف طوعية الاستخدام، وأخيرًا توجد علاقة بين سلوك الاستخدام، والتسهيلات المتاحة تختلف باختلاف العمر والخبرة.

وإضافة إلى النية السلوكية وسلوك المستخدم، يتكون نموذج "أوتوت UTAUTH" من أربعة عناصر<sup>(5)</sup>

1. الأداء المتوقع: Performance Expectancy: ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي، ويمكن أيضًا أن ينظر إلى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام التقنية، وهذا العامل سيكون محوريًا؛ لأنه إذا كان العاملون في المجال الصحفي والإعلامي يعتقدون أن سهولة استخدامهم للتطبيقات الرقمية مثل شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر واتساب وغيرها) سيساعدهم على تحسين أدائهم في العمل، كنقل المعلومات بصورة أسرع من الوسائل التقليدية، مما تعود بالنتج على أدائهم الوظيفي.

ويرى Jeonghye Han أن العوامل الديموغرافية لها دور كبير في تقبل التكنولوجيا، حيث يعتقد أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي كان هناك حافزاً قوياً نحو تقبل التكنولوجيا واستخدامها في العمل الإعلامي، كما وجد أن الإناث أكثر اعتراضاً على تقبل استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل الإعلامي والصحفي.

2. **الجهد المتوقع: Effort Expectancy**: ويقصد به سهولة استخدام التقنية، فعلى سبيل المثال قد يقارن الصحفيون الجهد والوقت الدبّين ببذلان لاستخدام التطبيقات الرقمية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل الإعلام التقليدية، ويرتبط بذلك العنصر ضرورة تضافر مجموعة من العوامل والتي تشمل المتعة المتوقعة من استخدام التكنولوجيا، والثقة في استخدام تلك التكنولوجيا في العمل الإعلامي، أيضاً اتجاه وعزم الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام نحو تقبل تلك التكنولوجيا واستخدامها في مهامهم الوظيفية.

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

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

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

– الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا: والمقصود به رد فعل المستخدم نحو استخدام النظام، ويشمل أربعة عوامل هي: (الاتجاه نحو السلوك، الدوافع الداخلية، التأثير نحو الاستخدام، التأثير).

- كفاءة النظام: ويقصد به القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام دون مساعدة الآخرين.
- القلق: ويقصد به القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات، أو الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام.
- أوجه الإفادة من هذه النظرية في الدراسة:
- سوف تمكن النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الباحثة من تفسير اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية، مع إمكانية التنبؤ بطبيعة ذلك الاستخدام مستقبلاً وتأثيره على مستقبلهم المهني، وذلك بناء على عدد من المتغيرات، وهي:
- **متغير الأداء المتوقع:** وهذا المتغير سيكون محوراً في هذه الدراسة، لأنه إذا كان الصحفيون المصريون- عينة الدراسة- يعتقدون أن استخدامهم تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعدهم على تحسين مهاراتهم وقدراتهم الصحفية داخل المؤسسة بما يعود بالنفع عليهم وعلى أداؤهم؛ فإن ذلك الأمر قد يؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات، ومن ثم قيامهم بالفعل بتوظيفها في عملهم الصحفي.
- **متغير الجهد المتوقع:** ويعني أن الصحفيين المصريين- عينة الدراسة- إذا ما قارنوا بين التكلفة والوقت والجهد المتوقع في الطرق التقليدية لتجميع المادة الصحفية وكتابتها وتصحيحها وإخراجها، والتكلفة والوقت والجهد المتوقع في العمل الصحفي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي تبين مدى توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد، إلى جانب سهولة استخدام الوسائل المتاحة، والدقة وسهولة اكتشاف الأخطاء اللغوية، والسرعة في الأداء، كل هذه العوامل تساعدهم على أخذ نية التطبيق الفعلي لتلك التقنيات.
- **متغير العوامل الاجتماعية:** ويمكن توضيح ذلك المتغير بأنه إذا كان الصحفيون عينة الدراسة يتوقعون أن الآخرين- مثل الدولة والعاملين بالمؤسسة الصحفية من زملائهم والإدارة- على قدر كبير من الاستعداد لتوظيف مثل هذه التقنيات؛ ربما يكون له تأثير على طبيعة ومدى استخدامهم لها في العمل الصحفي.
- **متغير التسهيلات المتاحة:** ويتوقف على مدى توفير الإمكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام الصحفيين عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي مثل توفير

الإمكانات المادية من أنظمة حاسوبية متطورة، وإمكانات توظيف الذكاء الاصطناعي، ودورات تدريبية مستمرة، والعقلية المستتيرة القائمة على إدارة المؤسسات.

- تحديد بناء الدراسة، والفروض، والتساؤلات، وكذلك أداة جمع البيانات.

#### مشكلة الدراسة:

مشكلة الدراسة تتركز بشكل رئيس في أن التحولات التي فرضتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بقدر ما أدت إلى تطورات كبيرة وجوهريّة على مستوى كفاءة الأداء بقدر ما أصبحت تمثل تهديداً حقيقياً لمستقبل الصحفيين ومستقبل المهنة، في ظل تصاعد المخاوف من تقليل فرص العمل وتمييط الأداء وغياب الحس الإنساني والطابع الإبداعي، وهو الأمر الذي لا يشكل خطورة على مستقبل الصحفيين فقط، وإنما مستقبل المهنة ذاتها؛ الأمر الذي يحتم على الصحفيين العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة، ليس فقط على مستوى الشكل؛ وإنما المحتوى أيضاً، ومن المحتمل أن تقود صحافة الروبوت إلى تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الإعلامية وطرق عملها، لذا تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن هذه التساؤلات: ما مستقبل الصحفيين في ظل صحافة الروبوت؟ هل ستقضي تقنيات الذكاء الاصطناعي على وجود العنصر البشري في صناعة الإعلام ومن ثم تتخلى المؤسسات الصحفية عن العنصر البشري؟ ويحل الروبوت مكان زميله الصحفي؟ وهل استعدت المؤسسات الصحفية لصحافة الروبوت؟

#### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة مما يلي:

- لوحظ في الفترة الأخيرة قيام المؤسسات الصحفية بتطوير أنظمتها وبنيتها الأساسية باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي.
- تتبع أهمية الدراسة من إلقاء الضوء على أحد الموضوعات الهامة والحديثة في مجال الإعلام، وهو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ حتى تستطيع المؤسسات الصحفية المنافسة القوية مع المؤسسات الصحفية العربية والعالمية.
- إلقاء الضوء على أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على الصحفيين.
- قلة الدراسات الإعلامية التي أجريت في مصر في هذا المجال، على الرغم من الخطوات الرائدة التي تتخذها البلدان العربية في هذا المجال خاصة الإمارات.

## أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيس وهو "وضع تصور لمستقبل الصحفيين في عصر تقنية الذكاء الاصطناعي" (صحافة الروبوت نموذجًا)، يندرج تحته عدة أهداف فرعية وهى:

- 1- رصد وتوصيف وتفسير واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية.
- 2- تحليل وتفسير أهم المعوقات التي تحيل دون الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية.
- 3- رصد وتفسير واقع مستقبل الصحفيين في ظل صحافة الروبوت.
- 4- رصد وتحليل مدى استعداد المؤسسات الصحفية للتعامل مع الروبوت في كتابة وتحرير وصياغة الأخبار؟

## تساؤلات الدراسة:

تتمثل تساؤلات الدراسة في محاولة الإجابة على تساؤل رئيس في مختلف المحاور الواردة فيها، وهو: ما مستقبل الصحفيين في عصر صحافة الذكاء الاصطناعي؟ ويتفرع منه عدة تساؤلات فرعية، وهي:

- ما السيناريوهات المتوقعة مستقبلاً من استخدام الروبوتات في الصحافة كبديل عن الصحفي؟
- هل الصحافة تستبدل الصحفي ويحل محله الروبوت؟
- هل ستمتلك الروبوتات الحس الصحفي والفني والإبداع والابتكار الذي يمتلكه الصحفي؟
- هل سيلقي الذكاء الاصطناعي بظلاله على طبيعة العمل الصحفي؟
- ما مدى استعداد المؤسسات الصحفية للتعامل مع الروبوت في كتابة وتحرير وصياغة الأخبار؟
- ما المعوقات التي تواجه المؤسسات الصحفية في استخدام تقنيات الذكاء الصناعي الحديثة؟
- ما مدى تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على الصحفيين؟
- ما الأداء المتوقع من استخدامهم تقنية الذكاء الصناعي في الصحافة؟
- ما الجهد المتوقع من سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- ما العوامل الاجتماعية التي تدفع لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

- ما عوامل القلق من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟

### الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاتها:

أ- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى النمط الأول من أنماط الدراسات المستقبلية: هو النمط الاستطلاعي أو الاستكشافي Exploratory Type، ويهدف أساسًا إلى استكشاف صورة المستقبل المتوقع أو المحتمل، أو المستقبل الممكن تحقيقه، حيث تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل لصحافة الروبوت، ومستقبل الصحفيين في ظل صحافة الروبوت، والكشف عن مدى استعداد المؤسسات الصحفية للتعامل مع الروبوت في كتابة وتحرير وصياغة الأخبار، وتساعد الدراسات المستقبلية على استطلاع النتائج والتداعيات على المسارات المستقبلية.

ب- المنهج الاستشرافي:

منهج الاستشراف هو فرع من فروع علم المستقبل الذي يهدف إلى رسم صورة تقديرية محتملة للمستقبل لخلق الوعي حول تحدياته، عن طريق وضع صورة تقديرية بناء على آراء الخبراء والمختصين، لذلك تم إجراء مقابلات متخصصة مع نخبة من الخبراء في مجال الإعلام؛ لرصد الوضع الراهن للصحافة ومستقبلها في ظل صحافة الروبوت، ومعرفة كيف سيكون مستقبل الصحفيين في عصر صحافة الذكاء الاصطناعي (الروبوت نموذجًا)؟

ج- أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة بشكل رئيس على أسلوب دلفي: وهو أسلوب حدسي منظم، ويعتمد على مشاركة جماعية للتنبؤ بالمستقبل، ويستخلص المعلومات من عدة أشخاص من ذوي الكفاءة من غير أن يقع أحدهم تحت التأثيرات التي تحول بينه وبين إبداء الرأي بحرية وموضوعية، وذلك باستخدام الأدوات التالية:

● **المقابلة المتعمقة\***: أن موضوع الدراسة هو مستقبل الصحفيين في عصر تقنية الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجًا)، وبالتالي فإن ذلك يفرض على الباحثة الاعتماد

\* وقد تم عرض استمارة المقابلة على عدد من المحكمين \* لقياس صدقها وقدرتها على الإجابة عن تساؤلات البحث، وتم تطبيق الاستمارة ميدانيًا بأسلوب المقابلة الشخصية:

أ.د/ أشرف جلال	أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة.
أ.د/ هاله نوفل	أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة جنوب الوادي.
أ.د/ محرز غالي	أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
أ.د/ هناء فاروق	أستاذ الصحافة جامعة القاهرة.

على أداة المقابلة المتعمقة In-Depth Interview: فأكثر أدوات البحث الكيفي استخدامًا هي المقابلات شبه المقتنة semi-structured أو المقابلات المتعمقة، وتتم المقابلات المتعمقة عندما يكون الباحث على علم بالأسئلة التي يريد إجابة عليها، ولكنه لا يرغب في تقنين الأسئلة حتى لا يضعف من التفاعل، لذلك أطلق على المقابلات المتعمقة اسم "الحديث بهدف" conversation with a purpose وهو بالفعل جهد تضافري بين الباحثة والمشارك، فكما أن هناك أسئلة، هناك أيضًا إجابات، ولكن المقابلة المتعمقة ليست مجرد وسيلة لجمع البيانات فحسب؛ بل المقابلة تصبح عملية لتوليد البيانات بسبب هذا التفاعل بين الباحثة والمشاركين، لذلك تم إجراء مقابلات متخصصة مع نخبة من الخبراء في مجال الإعلام؛ لرصد الوضع الراهن للصحافة ومستقبلها في ظل صحافة الروبوت.

● **السيناريوهات:** تم كتابة السيناريوهات المتوقعة لمستقبل الصحافة في ظل صحافة الروبوت، فالسيناريو عبارة عن مجموعة من الافتراضات المتناسكة لأوضاع مستقبلية محتملة الوقوع، ومن أهم السيناريوهات المستقبلية التي تم الاعتماد عليها:

- السيناريو الاتجاهي (المرجعي): وهو يتعلق باستمرار الوضع الراهن وما به من تفاؤل أو تشاؤم مع العجز على التغيير.
- السيناريو الإصلاحية (متفائل): وهو يتعلق بإدخال بعض الإصلاحات بقصد الوصول بالاتجاهات الحالية نحو انسجام أكثر من أجل إنجاز حد أدنى من الأهداف التفاضلية.
- سيناريو الانهيار: (التشاؤمي): وهو يمثل عجز النظام عن الاستمرار أو فقدانه على الاستثمار.

#### ج- الحدود الزمنية للدراسة:

حددت الباحثة الإطار الزمني للدراسة خلال العشر سنوات القادمة؛ بما يتيح إمكانية التنبؤ بالسيناريوهات المتوقعة لهذه الدراسة.

#### د- مجتمع الدراسة وعينتها:

قامت الباحثة بعمل مقابلات على عينة من الصحفيين والإعلاميين بلغ قوامها (30 مفردة) وهي العينة المتاحة، وذلك من خلال قبول الباحثين الاشتراك في الدراسة،

أستاذ الإعلام الإلكتروني جامعة جنوب الوادي.  
أستاذ الصحافة المساعد جامعة القاهرة.  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد جامعة جنوب الوادي.

أ.د/ حلمي محسب  
أ.م.د/ سماح المحمدي  
أ.م.د/ محمد عمارة

لتفسير النتائج؛ نظراً لما يتيح المنهج الكيفي من الحصول على المعلومات المتعمقة والمعاني الغامضة والتي يصعب الحصول عليها من خلال صحيفة الاستقصاء والمنهج الكمي، ووظفت الباحثة تلك الأداة في إجراء عدة لقاءات مركزة مع بعض الخبراء والقائمين على وضع السياسات الإعلامية المصرية المختلفة، وعدد من الإعلاميين وأساتذة الإعلام؛ لاختبار وتحكيم مفهوم وإطار الدراسة المعنية، ذلك بجانب الرجوع إليهم في جمع وحصر المعلومات المطلوبة.

#### ه- أسباب اختيار عينة الدراسة:

أهم الأسباب التي دفعت الباحثة إلى اختيار تلك العينة والتي تحمل أكبر قدر من دقة التمثيل للمجتمع المسحوبة منه؛ وذلك لتعميم نتائج الدراسة على المجتمع بأكمله، وذلك للأسباب التالية:

- طبيعة عمل الإعلاميين ومدى إلمامهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الصحفي ومشكلاته، خاصة ما يسمى بصحافة الروبوت.
- تعتبر فئة الإعلاميين الذين تم اختيارهم سواء العاملين في مجال الإعلام، أو الأساتذة الأكاديميين على اطلاع بوضع السياسات المستقبلية في مجال الإعلام، أو تدريس التخطيط لإدارة الإعلام المستقبلي.
- إدراك الباحثة لأهمية دور الإعلام في الحفاظ على مستقبل الصحفيين من التطور التكنولوجي المتزايد.
- تتيح الدراسة معرفة مفهوم صحافة الروبوت، والتعرف من خلال الإعلاميين على أهم التحديات التي تواجه مستقبلهم الإعلامي في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومن ثم معالجتها.

#### التعريفات الإجرائية للدراسة:

اشتملت الدراسة على مجموعة من المصطلحات تكرر استخدامها خلال مراحل البحث المتوالية، وقد رأت الباحثة توضيحها من البداية، لاجتناب أي لبس في المعنى أو غموض في الفهم، وهذه المصطلحات هي:

- أ- الذكاء الاصطناعي: هو الذكاء المستخدم في الأنظمة التي تحاكي الذكاء البشري في أداء المهام، والتي يمكنها أن تطور من نفسها استناداً إلى المعلومات التي تقوم بجمعها.
- ب- صحافة الروبوت: هي الصحافة التي تعتمد على استخدام الروبوت بديلاً للعنصر البشري، وزرعه في مكان الحدث ليقوم بنقله بالصوت والصورة بديلاً عن المراسل الصحفي، خاصة في مناطق الحروب والحرائق والكوارث، مما يزيد من هاجس القضاء



المحتمل على صحافة البشر، وتغيير الكثير من الثوابت والقواعد الراسخة في المجتمع العالمي.

### نتائج الدراسة:

أجرت الباحثة مقابلات مع مجموعة من الإعلاميين والأكاديميين بالاعتماد على مجموعة من السيناريوهات التي رسمت مستقبل الصحفيين في عصر صحافة الروبوت، وكشفت نتائج التحليل الكيفي باستخدام أسلوب المقابلة عن مجموعة من النتائج، أهمها ما يلي:

وأشارت نتائج المقابلة لمجموعة من المتخصصين إلى عدة نتائج، من أهمها:

- بأنه يجب ألا يلحق الروبوت الصحفي أى ضرر بمهنة الصحافة، ويمكن أن يثبت قبل كل شيء أنه فعال جدًا بين أتمتة التحرير والتخصيص، ومن المؤكد أن الناشرين يتوفرون على جميع الأوراق الراجعة للإجابة على مشكلتهم الحالية الرئيسية وهي تحقيق الدخل من المحتوى.
- إن غياب الخصائص البشرية في الروبوت الصحفي هي التي تدفع الفرق الصحفية لتعيين موضوعات يمكن أن نصفها بأنها واقعية بالنسبة لكتاب الروبوت. يتعلق الأمر بمقال عن النتائج الرياضية أو نتائج الانتخابات السياسية أو حتى عن وصفات الطبخ. يتحقق ذلك عادة في الحالات التي يتعلق الأمر فيها بتجميع بسيط للحقائق أو الأرقام كافيًا لإنتاج المعلومات من دون الحاجة إلى تحليل.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أنه ليس هناك ما هو أفضل كمثل من روبوت هيليوغراف؛ حيث الذكاء الاصطناعي "المحلى الصنع" الذي طورته واستخدمته صحيفة واشنطن بوست لتغطية الأحداث الرئيسية حول مواضيع مثل السياسة أو الرياضة، ويبدو أن هذا الذكاء الاصطناعي قد كتب بالفعل أكثر من 800 مقالة دون أن تتطلب بالضرورة تدخل أي إنسان صحفي. هذا هو المثال الأسمى لمقال رياضي كتبه ونشره آليًا محرر هيليوغراف.
- في الواقع تشعر عينة الدراسة بالقلق بشأن مستقبل الصحافة عندما تستطيع الروبوتات التدخل لأداء "نفس" المهام . وإذا وضعت كلمة "نفس" هنا بين علامتي التنصيص فهذا يعنى أنه لا يمكن للروبوت أن ينجز بالقلم ما ينجزه الصحفي البشرى. في الحقيقة إن الصحفي وحده قادر على إعطاء بعد إنسانى لنقل المشاعر في مقال لا يمكن للذكاء الاصطناعي فهمه، حتى لو كان في بعض الأحيان قادرًا على نسخ هذا الأسلوب (بشكل أكثر أو أقل فعالية).

- أشارت عينة الدراسة بأنه من النادر ما سنجد مستقبلاً إنسان يظهر على الشاشة إلا لبعض المهام المحدودة، وكضيف شرف وسط عدد من الروبوتات نتيجة للتطور المذهل في عصر الذكاء الاصطناعي.
- كما أشارت نتائج 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، وجاء ذلك خاصة في الصحف الخاصة والقومية.
- في حين أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف المصرية تقوم باستخدام التطبيقات المتطورة لأنظمة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ في ظل بعض المعوقات التي تعوق استخدام هذه التقنيات المتطورة في العمل الصحفي ومنها:
  - أ- استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي هو "عدم وجود أشخاص مدربين على استخدامها والإفادة منها": أي أن المعوقات البشرية المتمثلة في عدم وجود العناصر المدربة هي أهم ما يعوق الاستخدام الأمثل له؛ ويرجع ذلك إلى حداثة تلك التطبيقات من وجهة نظر الباحثة، وهو ما يؤكد على ضرورة عمل دورات تدريبية خاصة للعاملين بالمؤسسات الصحفية والإعلامية.
  - ب- عدم التوصل إلى مفهوم محدد لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، والوقوف على مدى جدواه في العمل الصحفي.
  - ت- المعوقات المادية التي تحول دون الإفادة منها تقف عائقاً كبيراً أمام استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- جاء تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على الصحفيين بعدة نتائج، من أهمها:
  - جاءت "السرعة الفائقة" التي تتميز بها المؤسسة في نشر الأخبار عند الاعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي " في بداية آراء العينة بخصوص أسباب اعتماد المؤسسات الصحفية التابعين لها لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية؛ فقد أشارت عينة الدراسة إلى أن السرعة الفائقة التي تتميز بها تلك التقنيات هي ما جعلت المؤسسة الصحفية تقوم بالاعتماد عليها بهذا الشكل، يذكر أن السرعة تعد من أكثر المميزات التي تتميز بها تقنيات الذكاء الاصطناعي ليس فقط في جمع البيانات والأخبار، وإنما أيضاً في تصحيح الأخطاء والإخراج والنشر وكذلك التوزيع، وهو تأكيد لما توصلت

إليه دراسة (Santosh Kumar) 2020 ودراسة (Nicholas 2019 Diakopoulos) حيث أشارت كلاهما أن السرعة الفائقة تعد إحدى أهم ميزات تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، يليها "التطور الهائل الذي حدث في مجال تكنولوجيا الاتصال؛ والذي يمكن المؤسسة من المنافسة مع نظرائها من المؤسسات الإعلامية"، وفي الترتيب الثالث يأتي سبب "لأن المحتوى القائم على استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يتميز بمستوى عال من الجودة".

- جاءت "اتجاهات المبحوثين" عن مستوى استخدام التطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي أنهم راضون إلى حد ما، ولعل هذه النتيجة تفسر أن الصحف المصرية قد قطعت شوطاً كبيراً نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل يبدو مرضى إلى حد ما، غير أن مدة الرضا لم يكن بنسبة 100%؛ مما يدل على أن الصحف المصرية لم تقم حتى الآن بالاستخدام الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل المطلوب، والذي يكون فيه العاملون راضين بشكل جيد.

- جاءت "عوامل القلق" إن الذكاء الاصطناعي قد يقوم بتقديم معلومات غير دقيقة إذا حدث خلل بالنظام، خاصة وإن كان المسؤول عن ذلك لا يمتلك الخبرة. حيث ترى العينة أن التطبيق إذا ما تم برمجته بشكل غير صحيح أو عن طريق عناصر غير مدربة؛ فإنه سوف يؤدي بالتأكيد إلى خلل وتقديم معلومات غير صحيحة، وهذا على عكس ما أشارت إليه دراسة (Susan Leave 2020) والتي أشارت إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد مكّنهم من التعرف على التحيزات والإشاعات التي كانت تطلق على المرشحات الإناث في الانتخابات السياسية، وأشارت نسبة 11.2% منهم أن السبب للقلق من تطبيق الذكاء الاصطناعي بالعمل الصحفي يكمن في أن "هناك بعض العناصر غير المدربة لتطبيق هذه التكنولوجيا؛ مما سيجعل المؤسسة تستغنى عن معظم العاملين بها، وقد أشار المبحوثون أن أول مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي تتمثل في استخدامها في التحرير الصحفي واستخدام قوالب غير تقليدية في الكتابة، حيث تمكن هذه التطبيقات من استحداث قوالب متطورة وحديثة، بالمقارنة بالقوالب التقليدية التي يتم الاستعانة بها في الكتابة الصحفية.

- أشارت عينة الدراسة فيما يتعلق "بالعوامل الاجتماعية" إلى أن توظيف الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى التدريب المستمر من الممارسين بالعمل الصحفي، حيث يتوقف الجهد المطلوب من الصحفي لتوظيف الذكاء الاصطناعي لتطوير المضامين الصحفية على الخبرة بالتكنولوجيا والعمر بالنسبة للصحفيين.

- أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق "بالتسهيلات المتاحة" أمام أفراد العينة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الصحفية؛ فقد جاءت "الفوائد المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع من جانب الصحفيين أمرًا يسيرًا"، وهو ما يتفق مع دراسة (Santosh Kumar 2020) ودراسة (Braghieri, Marco 2019) حيث أشارت جميعها إلى الفائدة الكبيرة التي يمكن لمجال الصحافة الاستفادة منها في استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة.

- وجاءت نتائج سناريوهات الدراسة متبئةً بالوضع المستقبلي الذي نقوم بدراسته وهو وصف مستقبلي ممكن أو محتمل الحدوث، فحينها يكون السيناريو سيناريو استطلاعيًا Exploratory؛ أي أننا نبدأ من المعطيات والاتجاهات العامة القائمة فعلاً، في محاولة لاستطلاع ما يمكن أن تؤدي إليه الأحداث أو التصرفات المحتملة والممكنة من تطورات في المستقبل، وذلك دون التزام مسبق بصورة أو أهداف محددة نسعى لبلوغها. وهنا يمكن القول إن هذا السيناريو يتيح الفرصة لعدد كبير من الاحتمالات أو البدائل ويثري النقاش، مما يجعلنا نطلق على مثل هذا النوع من السيناريوهات أحياناً سيناريوهات متوجهة للأمام forward Scenarios، وجاءت أهم النتائج كما يلي:

#### 1- السيناريو الأول:

- الوقائع: حقائق ومشاهدات فعلية تتعلق بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية التكنولوجية والسياسية والمؤثرات الخارجية، والاتجاهات العامة السائدة والاتجاهات المغايرة المتبني بحدوثها، حيث تذهب آراء بعض المختصين بأن الروبوتات لا تزال تواجه قصوراً يجعلها غير قادرة على التمييز وفهم الفوارق البسيطة، أو قراءة ما بين السطور بنفس مقدرة الصحفي المتمرس، لذلك فمن المستبعد أن تحل قريباً محل البشر، كما أشارت عينة الدراسة إلى عدم جاهزية المؤسسات الصحفية لتوظيف الروبوت في إدارتها الإخبارية المختلفة، وعدم تبنى هذه الأنظمة لعدم وجود التمويل الكافي والاستثمار في هذه التقنية، فهناك تحدٍ اقتصادي كبير يؤدي إلى تراجع مثل هذه التقنية، على الرغم من سيطرة الروبوتات على العديد من المهن والصناعات الأخرى، لكن لا يزال العاملون في حقل الصحافة في جميع أنحاء العالم يشعرون بدرجة عالية من الأمان الوظيفي.

- القوى الفاعلة: هنا هي القوى الرسمية صاحبة أكبر الأثر في تشكيل الأحداث سواء بالفعل أو برد الفعل. ويعتبر تحديد هذه القوى، وتحليل سلوكها، والوقوف على مشروعاتها، وخططها أو استراتيجياتها للمستقبل، وتحديد ما تملكه من إمكانات أو وسائل لتحويل مشروعاتها إلى واقع، من أكثر أبعاد أو عناصر بناء السيناريو أهمية،

حيث سيتوقف مستقبل الصحفي عن البحث عن أحداث ليغطيها خبريًا بشكل تقليدي، ولكن الصحفيين من وجهة نظرهم سيحاولون البحث عما تعجز التقنيات عن تغطيته وفهمه والوصول له من القصص والمحتويات الإعلامية، ولذلك لن تموت الصحافة، ولكن ستتغير ملامحها قليلاً، وسيكون عمل الصحفيين أكثر عمقاً وجودة مما كان عليه، مما سيرفع كفاءة الإنسان العامل في هذا القطاع، ويفترض ألا تفقد الصحافة حول العالم تنوعها ودخول الروبوت للمجال الصحفي للتعایش.

- وصف مسار أو مسارات مستقبلية: وأشارت عينة الدراسة أن أى شيء يبتكره الإنسان لا يمكن أن يتفوق على الإنسان، لأن الإنسان له مزايا ربما من الصعوبة عكسها على الروبوت، وستبقى الحاجة للإنسان في تنفيذ المهام الاعلامية مهما تطورت التكنولوجيا الخوارزمية، فالإنسان قادر على أن ينافس الروبوتات ويتفوق عليها مهما كانت درجة تطورها، ولكن هيمنته على الصناعة الصحفية لن تكون مثالية، وستلجأ المؤسسات الصحفية للضبط وسن القوانين والتشريعات المناسبة لصحافة الروبوت.

## 2- السيناريو الثاني:

- الأحداث Events: وهى وقائع غير مقصودة لا يمكن التحكم فيها خلال الفترة الزمنية التى يغطيها السيناريو؛ مثل الظروف الجوية أو المناخية، والكوارث الطبيعية، والاكتشافات التكنولوجية وبخاصة في المجتمعات غير المنتجة للعلم والتكنولوجيا. وعموماً فالأحداث عبارة عن متغيرات خارجية عن عملية بناء السيناريوهات. حيث أكدت نتائج الدراسة بأن سيحتفظ الصحفي الإنسان بما يميزه، والصحفي الآلى بما يميزه، وسيتعایش الاثنان معاً تحت مظلة الإعلام، كل الاحتمالات واردة عندما يتعلق الأمر بصحافة الروبوت، قد ترتفع الجودة وتزداد التنافسية بالفعل أو أحدها، وهو أن تفقد القصص الصحفية إلى طابعها العاطفي والإنساني، وتصبح مجرد سرد بياني أو إحصائي نتيجة استخدام الروبوت، ولكن من يدري قد يكتفى البشر بعمل الروبوت صحفياً.

- التصرفات Actions: وتمثل التغيرات المقصودة في الظواهر الداخلة في السيناريوهات، ومن ثم فهى تخضع لاتخاذ قرار بشأنها، أو لتصورات كاتب السيناريو؛ ومن أمثلتها التغيير في الهيكل الاقتصادي، أو التنظيم الاجتماعي، حيث جاءت مؤشرات مقلقة تشير إلى انتقال الذكاء الصناعي والثورة الرقمية من خدمة الإنسان إلى منافسته، ومن دعم قدراته ومهاراته البشرية إلى الاستغناء تماماً عنه، وآخر ما كان يتصوره المؤمنون بقيمة ثورة الإنترنت وتقنية المعلومات وتمكين القدرات البشرية من أجل المزيد من الإبداع

الإنسانى والتفوق البشرى هو أن يتحول الذكاء الصناعى إلى خطر قد يكون داهماً، وتهديد ربما هو قادم.

أكدت الدراسة أن كم المعلومات المذهل وتدفقها الهائل أفقد الصحفيين القدرة على المتابعة والتحليل. "ببساطة لم يعد الصحفيون هم المسيطرون المهيمنون المحددون لأولويات المجتمعات الخبرية والمعلوماتية". تغير الوضع تماماً، وما كان يحدث قبل 30 عاماً حيث يستيقظ الصحفيون من نومهم ليحددوا أولويات العمل ومسارات البحث عن الأخبار، ومن ثم تحديد وتوجيه الرأى العام، لم يعد موجوداً".

وأشارت العينة إلى أن هذا لن يحدث إلا بابتكار طرق جديدة في التعليم وتوفير الدعم المستمر من أولى الأمر، مع توفير شبكات أمان وقدر أكبر من سعة الصدر أمام تطوير النظم والأساليب المتبعة بشكل يوائم متطلبات العالم الجديد.

- **فوضى المشهد:** فوضى المشهد، وترجيح كفة "الإعلام الحكومى"، وهى الكفة التى تعرضت للكثير من الانتقاد والهجوم في أوائل بزوغ شمس الثورة الرقمية حيث الإتاحة بلا حدود أو قيود، تحدث عنها الذى اعترف بأن أسماء الكيانات الإعلامية "الربعية" تزرح تحت وطأة المركزية والبيروقراطية، مطالباً بالانتقال إلى مرحلة الفعل، وليس الاكتفاء بالكلام لمن يرغب في استقطاب المتلقى. بالطبع وصف المؤسسات الإعلامية الحكومية بـ "الشفافية"، عكس الحسابات الوهمية والمزيفة المنتشرة بالملايين على منصات التواصل الاجتماعى؛ حيث الإشاعات والأخبار الكاذبة بلا ضابط أو رابط، "لا سيما أن الحروب الحديثة هى صراع فكرى بحكم كونها أكثر فعالية وأقل كلفة مقارنة بالصراعات العسكرية".

### 3- السيناريو الثالث:

- **الصحافة الروبوتية والتعامل مع الموضوعات الواقعية:** انطلاقاً من تعريفه فالذكاء الاصطناعى ليس دائماً "ذكياً" بما يكفى للتعامل مع الموضوعات الصحفية المعقدة التى تتطلب من الصحفيين الكثير من التحضير والكتابة. في الوقت الحاضر من المستحيل تفسير مهارات أو عواطف معينة أو إعادة إنتاجها للذكاء الاصطناعى؛ لذلك سنفهم كيف أن مواضيع المقالات التى تعالجها الروبوتات المحررة لا تتطلب تحليلاً عميقاً للسياق أو أى جانب عاطفى ومنمق.. إلخ. الشئ الذى لا يمكن ملاحظته حتى الآن من قبل الذكاء الاصطناعى، حتى لو كان هذا هو الحال في الوقت الراهن فإنه من المعقد جداً إن لم يكن من المستحيل بالنسبة للصحفى الروبوت إعادة إنتاج هذه الخصائص المتعلقة بكل واحد منا، حيث أشارت عينة

الدراسة إلى سيطرة الروبوتات على العديد من المهن والصناعات الأخرى، من ضمنها المؤسسات الصحفية، وأشارت المقابلات بأن العاملين في حقل الصحافة في جميع أنحاء العالم لا يشعرون بدرجة عالية من الأمان الوظيفي، كل ذلك بفضل صحافة الروبوت، كما رأوا من وجهة نظرهم أن وسائل الإعلام والصحافة خاصة تسعى إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والثورة الصناعية الرابعة؛ من حيث الاعتماد على الأقمار الصناعية التي تخترق سرعة الإنترنت، واستعمال كاميرات تصويرية ثرى دى، واستخدام الروبوتات الذين يغطون الأحداث في الأماكن الأكثر خطورة والتي يصعب على الإنسان الوصول إليها مثل مناطق الحروب والحرائق، وفي قاع البحر، وفي الفضاء، وفوق ناطحات السحاب.

- وأشار المختصون بأن يقوم الروبوت بنقل الحدث وتوقف المراسلين عن التغطية، كما أشارت عينة الدراسة أن استخدام الروبوت سيوفر بيئة أفضل للصحفيين وتوفير لديهم الوقت للأعمال الإبداعية.

- وصف الوضع الراهن والاتجاهات العامة: لا يمكن للروبوت الصحفي بأي حال من الأحوال تحليل قصة أو خبر ما، أو وضع السياق في تصور خاص، أو تدعيم السرد على حقائق مهمة، من ناحية أخرى من المحتمل أن يجلب الروبوت الصحفي مجموعة من المهارات الخاصة به؛ لذلك فإن النظر إليه على أنه عدو للصحفي الإنسان فهذا أمر سابق لأوانه إلى حد ما، ولكن من الثابت أنه يعتبر مؤيداً لمهنة الصحافة، كما يمكن للآلة المساعدة في تقديم الصحفي في بحثه وكتابته وحتى نشره، ويبقى على الصحفيين اليوم تكيف هذه الأدوات الجديدة مع احتياجاتهم العديدة.

#### التوصيات والمقترحات:

في إطار ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن صياغة عدة مقترحات من شأنها تفعيل دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وخاصة لتطوير المضامين الصحفية الخاصة بما لا يؤثر على مستقبل الصحفيين المهني، وقد جاء في مقدمة هذه التوصيات:

1- التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في كافة المجالات في المؤسسات الإعلامية، والإفادة القصوى منها حيث توفر الوقت والجهد، وتتميز بالسرعة والدقة الفائقة في الأداء.

- 2- ضرورة الاهتمام بإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل المطلوب في المؤسسات الصحفية المصرية على اختلاف طبيعة سياستها التحريرية، والاعتماد عليها في جمع وتحرير الأخبار وإخراجها بالشكل المناسب.
- 3- يجب أن تقوم الدولة بسن تشريعات وقوانين تنظم كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل بما يخدم العمل الصحفي، ويؤدي إلى تطوير المؤسسة الصحفية بشكل عام.
- 4- عمل دورات تدريبية للعاملين بالصحف المصرية على أن يكون ذلك بنظام إجباري لكل العاملين بالمؤسسات الصحفية؛ لتطوير كفاءتهم لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مع ضرورة التركيز على الدور البشري التابع للأداء الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مع الاعتماد على الكفاءات المدربة سواء عربيًا أو عالميًا، فمن المعروف أن الغرب له عدد كبير من الخبرات في هذا المجال؛ مما يؤهله ليكون نموذجًا يحتذى به إذا تم مراعاة الثقافة الخاصة بالمجتمعات العربية.
- 5- السعي لتوفير الإمكانيات المادية، وإدخال المزيد من الأجهزة المتطورة وتفعيلها داخل منظومة العمل الصحفي، وتوظيفها بالشكل الأمثل في تطوير المضامين الصحفية للنهوض بالمؤسسة، وجعلها قادرة على منافسة الوسائل الأخرى.
- 6- الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسات الإعلامية وتدريب العاملين بها.
- 7- توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي.



- 1- Santosh Kumar Biswal | (2020). " Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane?" Springer Nature Singapore.
- 2- Susan Leavy (2020). " Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning", Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland.
- 3-أيمن محمد ابراهيم بريك ( " 2020) اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في مصر والسعودية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد، 53 الجزء الثاني، ص. 526 : 488
- 4- Nicholas Diakopoulos (2019). " Artificial Intelligence and Journalism “, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 96(3) 673–695
- 5- Braghieri, Marco (2019). "Long-form journalism and archives in the digital landscape”, University of London, King's College (United Kingdom).
- 6-Kim, D., & Kim, S. (2021). A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120448
- 7- Jose Miguel Tunez, (2020), Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile, *Communication & Society*, Vol. 34, ISSN 0214-0039, E ISSN 2386-7876, pp. 177-193
- 8- سحر عبد المنعم 2020 , اتجاهات الصحفيين المصريين اداء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي , دراسة ميدانية , (جامعة القاهرة , كلية الاعلام , مجلة بحوث الاعلام , العدد72 )
- 9- أيمن محمد إبراهيم ( 2020 ) اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا , ( جامعة القاهرة, كلية الإعلام , مجلة البحوث الإعلامية ع 53 , ج 2 ) .
- 10- عيسى عبد الباقي موسي (2020) اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية , ( جامعة القاهرة , كلية الإعلام , مركز بحوث الرأي العام , مج 19 , ع 1) .
- 11- Beenish Javed, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, Unpublished Master’s thesis, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67 .

- 12- Susan Leavy (2020). " Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning", Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland.
- 13- Brigitte Tousignant, (2020), A Hybrid Analysis of the State of Automated Journalism in Canada: Current Impact and Future Implications for Journalists and Newsrooms, Unpublished Master's Thesis, (Montreal, Quebec, Canada, Concordia University, Department of Journalism), PP.1-133 .
- 14- Kim, D., & Kim, S. (2018). Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism. *Telematics and Informatics*, 35(2), 340-357.
- 15- Kim, D., & Kim, S. (2017). Newspaper companies' determinants in adopting robot journalism. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 184-195.
- 16- Jung, J., Song, H., Kim, Y., Im, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists. *Computers in human behavior*, 71, 291-298.
- 17 - RUMBOLD, John and PIERSCIONEK, Barbara, does your electronic butler owe you a duty of confidentiality?, *International Computer Law Review*, Issue 2, 15 April 2017.

## References

- 1- 'Ibrahim, A. (2020). aitijahat alqayimin bialaitisal nahw aistikhdam tiqniaat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat alsahufiat almisriat walsaeudiati: dirasat maydaniatan fi 'iitar alnazariat almuahadat liqubul waistikhdam altiknuluji, (jamieat alqahirati, kuliyyat Al'ielam, majalat Albuhuth Al'ielamiat 53(2).
- 2- Abd Almuneim, S. (2020). aitijahat alsahafiiyn almisriiyn 'iiza' tawzif aldhaka' alaistinaeii fi tatwir almadamin alsahufiat alkhasat bialthara' almaelumati, dirasat maydaniatun, (jamieat Alqahira, kuliyyat Alaalam, majalat buhuth Al'ielam, 72).
- 3- - Musaa, I. (2020). aitijahat alsahafiiyn walqiadat nahw tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii dakhil ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsahufiat almisriati: dirasat tatbiqiatan, (jamieat Alqahira, kuliyyat Al'ielam, markaz buhuth Alraay Aleama, 19(1).
- 4- Beamish, J, (2020), Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, Unpublished Master's thesis, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67.
- 5- Braghieri, M, (2019). "Long-form journalism and archives in the digital landscape", University of London, King's College (United Kingdom).
- 6- Brigitte, T, (2020), A Hybrid Analysis of the State of Automated Journalism in Canada: Current Impact and Future Implications for Journalists and Newsrooms, Unpublished Master's Thesis, (Montreal, Quebec, Canada, Concordia University, Department of Journalism), PP.1-133.
- 7- Jonathan, S, (2019)." Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism». Digital Journalism, Available Online: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289>. pp. 1:23.
- 8- Jose, M, T, (2020), Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile, Communication & Society, Vol. 34, ISSN 0214-0039, E ISSN 2386-7876, pp. 177-193.
- 9- Jung, J., Song, H., Kim, Y., I am, H., & Oh, S. (2017). Intrusion of software robots into journalism: The public's and journalists' perceptions of news written by algorithms and human journalists. Computers in human behavior, 71, 291-298.
- 10- Kim, D., & Kim, S. (2017). Newspaper companies' determinants in adopting robot journalism. Technological Forecasting and Social Change, 117, 184-195.
- 11- Kim, D., & Kim, S. (2018). Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism. Telematics and Informatics, 35(2), 340-357.

- 12- Kim, D., & Kim, S. (2021). A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120448.
- 13- Nicholas, D., (2019)." Artificial Intelligence and Journalism ", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 96(3) 673–695.
- 14- RUMBOLD, J, & PIERSCIONEK, B, (2017) does your electronic butler owe you a duty of confidentiality? *International Computer Law Review, Issue 2*, 15 April.
- 15- Santos, K, B, (2020)." Artificial Intelligence in Journalism: **A Boon or Bane?**" **Springer Nature Singapore.**
- 16- SARIPAN, H, (2016). Are Robots Human? A Review of the Legal Personality Model, *World Applied Sciences Journal* 34 (6).
- 17- SARTOR, G, (2006). Cognitive automata and the law, European University Institute, Department of Law, *working papers*, No. 2006/35,.
- 18- Susan, L, (2020)." Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning", *Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland.*
- 19- Susan, L, (2020)." Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning", *Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland.*
- 20- Walled, A, & Mohamed, H, (2019)." Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ". *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJC)*. Vol. 5. Issue. 1. pp. 40:49.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawyd

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Designed by: Dr. Mohammed Kamel - Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 58 July 2021 - part 4

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.