

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



■ رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

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

■ مساعدا ورئيس التحرير:

● أ.د / محمود عبدالعاطي - 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: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

■ التدقيق اللغوي: 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

المراسلات:

● العدد الخامس والسبعون - الجزء الرابع - محرم ١٤٤٧ هـ - يوليو ٢٠٢٥ م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 عبدالله (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 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/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

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
وأخر 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
وتحتفظ 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.

محتويات العدد

- رؤية الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية - دراسة لآليات العمل وإشكاليات الممارسة وتحديات المستقبل أ.م.د/ سامح حسانين عبد الرحمن ٢٦٣٥
-
- دور المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أجندة القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية - دراسة ميدانية د/ سامح السيد فتوح شراقي، د/ مروة فرج محروس حسان ٢٧٠٩
-
- سيميائية الصورة الصحفية للمرحلة الأولى من تبادل الأسرى الفلسطينيين والإسرائيليين عام ٢٠٢٥ في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية: دراسة سيميولوجية د/ محمد كامل عبد الرحمن ٢٧٨٩
-
- العلاقة بين استخدام مواقع التسوق لأبعاد التسويق العصبي وقدرته على بناء علاقات مع العملاء... دراسة تحليلية د/ لبنى أحمد علي بيلى ٢٨٦٩
-
- تجلي الكفاية الاتصالية في أعمال رسامي الكاريكاتير وانعكاساتها على تناولهم لأحداث غزة «دراسة سيميائية» د/ إيهاب عبد العال، د/ سالي سعيد أنور ٢٩٣١
-
- إدراك الشباب للتأثيرات الثقافية والسلوكية للتزييف العميق (deep fake) عبر مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية» د/ راجية إبراهيم عوض ٢٩٩٥

- فاعلية توظيف طلاب قسم الإعلام التربوي لتقنية «المذيع الروبوت» في تطوير مهارات المونتاج الرقمي لديهم «دراسة شبه تجريبية»
٣٠٩٧ د / سارة محمد يونس عبد الرحمن
-
- تحليل الخطاب النقدي لعملية طوفان الأقصى في العناوين الإخبارية بالمواقع الإلكترونية الإسرائيلية «دراسة حالة لموقع إسرائيل ٢٤»
٣١٤٩ د/ دعاء محمود عبد الحفيظ
-
- التحول الرقمي وتأثيره على إدارة وتمويل الصحف المصرية- دراسة تطبيقية على القوائم بالاتصال
٣٢٢١ د/ سامح سامي محروس
-
- فاعلية استخدام القوائم بالاتصال التطبيقات الرقمية في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في أداء عمله.. دراسة ميدانية
٣٢٦٥ نفين معمر أبو شعيب
-

تقييم «مجلة البحوث الإعلامية» لآخر ست سنوات

 							
تقييم المجلات المصرية والمحلية							
م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2025	7
2	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2024	7
3	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2022	7
5	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2021	7
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2020	7

**رؤية الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث
وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف
والمواقع الإلكترونية العربية - دراسة لآليات العمل وإشكاليات الممارسة
وتحديات المستقبل**

- **Journalists' Vision of Practicing Artificial Intelligence Journalism as a New Model and Its Impact on Journalistic Performance Within Smart Newsrooms of Arab Newspapers and Websites - a Study of Work Mechanisms, Practice Problems, and Future Challen**

● أ.م.د/ سامح حسانين عبد الرحمن

أستاذ الصحافة المساعد بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

Email: sameh_hassanien@ yahoo.com

ملخص الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على رؤية الصحفيين في تأثير ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي على أداء العمل الصحفي داخل غرف أخبار الذكاء للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ واعتمدت الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل في اختياره لعينة الدراسة الميدانية، والتي تتمثل في مجموعة صحفيين وصحفيات من مصر وبعض الدول العربية الأخرى بواقع (28) صحفيًا وصحفية؛ ممن نشروا موضوعات خاصة بالصحافة والذكاء الاصطناعي على الموقع الإلكتروني لشبكة الصحفيين الدوليين، وفي ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة يمكن بلورة مجموعة من النتائج العامة على النحو التالي: أكد غالبية الصحفيين «عينة الدراسة» للباحث حصولهم على دوراتهم التدريبية في تقنيات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من خلال تنظيم الإدارة الصحفية لتلك الدورات. وجاءت كل من مهارة «استخدام خرائط جوجل Google Maps» ومهارة «توظيف تطبيقات الترجمة الآلية» في مقدمة المهارات التقنية اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين «عينة الدراسة». ويرى جميع الصحفيين أفراد عينة الدراسة أن التأثيرات الإيجابية لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف لا تعود بالنفع على الصحفيين فحسب، بل تعود بالنفع على مؤسساتهم الصحفية العاملين بها وعلى جمهورهم أيضًا.

الكلمات المفتاحية: رؤية، الصحفيون، ممارسة، أداء، العمل، الصحفي.

Abstract

This study sought to identify the vision of journalists in the impact of practicing artificial intelligence journalism on the performance of journalistic work within the smart newsrooms of Arab newspapers and websites. This study is considered one of the Exploratory Discovery, Descriptive Studies. The researcher relied on the comprehensive inventory method in his selection of the field study sample, which is represented by a group of journalists and journalists from Egypt and some other Arab countries, 28 male and female journalists who published topics related to journalism and artificial intelligence on the IJNet website. In light of the objectives and questions of the study, a set of general findings can be summarized as follows.

- The majority of journalists "the study sample" confirmed to the researcher that they obtained their training courses in the techniques of practicing AI journalism through the organization of the press administration for these courses.
- The skills of "using Google Maps" and "employing machine translation applications" came at the forefront of the technical skills needed to practice AI journalism from the perspective of journalists "the study sample".
- All journalists in the study sample believe that the positive effects of practicing AI journalism in rooms not only benefit journalists, but also their journalistic organization and their audience.

Keywords: Vision, Journalists, Practice, Performance, Work, Journalism.

لا شيء تبدل تحت تأثير تقنياته أكثر من مهنة الصحافة وتغيرت ممارستها في عصر تحركه البيانات وسيطر عليه قوة الخوارزميات وذكاء الآلات بلمسة الإنسان، وقد أدت تلك التأثيرات إلى ظهور خريطة اتصال حديثة تستطيع نقل المحتوى بسرعة فائقة، وتعددت صور الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي "Artificial Intelligence" في مجال صناعة الأخبار⁽¹⁾، ومن أبرزها غرف الأخبار الذكية، وظهر ما يسمى بـصحافة الذكاء الاصطناعي "AI Journalism" والتي تعتمد على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل "البرمجيات والخوارزميات"؛ من أجل إنشاء قصص إخبارية تلقائياً دون أي تدخل من الإنسان باستثناء المبرمجين الذين عملوا على تطوير الخوارزميات؛ من أجل الإفادة منها في مجال الصحافة. إضافة إلى الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية والإدارية التي تتعلق بالعمل الصحفي⁽²⁾. فخوارزميات الحاسب الآلي أصبحت اللاعب الأساسي في غرف الأخبار الحديثة، وأضحت أمراً واقعاً؛ لذلك قامت المؤسسات الصحفية الكبرى والرائدة مثل صحيفة "النيويورك تايمز" و"الواشنطن بوست" بالمبادرة بتطوير غرف الأخبار بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لإعداد بعض التقارير الصحفية وتقديم القصص المدفوعة بالبيانات. فقد تم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمعناها الحديث في غرف الأخبار لأول مرة في صحيفة "نيويورك تايمز"؛ من خلال مشروع يسمى "المحرر" والذي تضمن العلامات على الموضوعات الإخبارية المكتوبة بشكل تقليدي. إضافة إلى إن صحيفة "واشنطن بوست" قامت بالاعتماد في وقت مبكر على نماذج متطورة من تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك عبر برنامج "Heliograf" لتغطية دورة الألعاب الأولمبية في مدينة "ريو دي جانيرو" في البرازيل عام "2016م". حيث قام البرنامج بجمع بيانات متعلقة بجدول الأحداث ونتائج

الدورة والميداليات التي حصل عليها اللاعبون⁽³⁾. وفي أبريل عام "2017م" نشرت وكالة "إسوشيتد برس" الأمريكية تقريراً بعنوان "تأثير الذكاء الاصطناعي في الصحافة"، تحدث التقرير عن ترسيخ ما أُطلق عليه الصحافة المعززة "Augmented Journalism". وفي التقرير يذكر "فرانسيسكو ماركوني" مدير التطوير والاستراتيجية بالوكالة: أن مستقبل غرف الأخبار سوف يعتمد على عمل الصحفيين جنباً إلى جنب مع الآلات الذكية. وهو ما يتطلب من المؤسسات الصحفية الاستعانة بعلماء اللسانيات والبرمجيات ومطوري البرمجيات والتطبيقات الذكية لكي تصمد أمام طوفان الذكاء الاصطناعي. وبحلول عام "2018م" بدأت وكالة الأنباء الصينية الرسمية "شينخوا" بناء نوع جديد من غرف الأخبار تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا المعلومات تُسمى منصة "العقل الإعلامي". وهي منصة تدمج الحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء. وهو مصطلح برز حديثاً، يقصد به الجيل الجديد من الإنترنت الذي يتيح التفاهم بين الأجهزة المترابطة مع بعضها "عبر بروتوكول الإنترنت". وتشمل هذه الأجهزة الأدوات والمستشعرات والحساسات وأدوات الذكاء الاصطناعي المختلفة والتي يمكن توظيفها في عدة أمور "من العثور على القيادات، إلى جمع الأخبار، والتحرير، والتوزيع، وكذلك تحليل التغذية الراجعة حولها من قبل الجمهور"؛ مما يوفر للصحفيين القيام بمهام أخرى كإعداد القصص الإخبارية المتعمقة والتقارير الاستقصائية⁽⁴⁾. هذا في ظل توقعات أن تشهد صحافة الذكاء الاصطناعي تطورات كبيرة خاصة في ظل ما يُسمى بالثورة الصناعية الرابعة، والتي من المتوقع أن تتيح تقنيات جديدة لوسائل الإعلام مثل الذكاء الاصطناعي بالواقع المعزز. إلى جانب توظيف الروبوتات في عدد من المجالات ومن بينها العمل الصحفي. والتي سوف يكون لها تأثير كبير على صناعة الإعلام خلال السنوات القليلة القادمة. فقد توصل استطلاع أجراه الاتحاد الدولي لناشري الأخبار -WAN- IFRA في مايو "2023م" إلى أن "49%" تقريباً من ناشري الأخبار يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي "Generative AI" رغم حداثة إتاحتها للجمهور. وأشارت دراسة حديثة أيضاً أجرتها وكالة "ذا إسوشيتد برس" إلى إنه بحلول العام "2027م" ستحتل غرف الأخبار بترسانة من أجهزة الذكاء الاصطناعي. وسيعمل الصحفيون على

الدمج السهل للآلات الذكية في منظومة عملهم اليومي، وسيتمكن الذكاء الآلي من القيام بأكثر من مجرد التمهّض عن تقارير إخبارية مباشرة مؤتمتة. وسيتيح الذكاء الاصطناعي للصحفيين تحليل البيانات، وتحديد الأنماط والتيارات من مختلف المصادر، ورؤية أشياء لا يمكن معاينتها بالعين المجردة، وتحويل البيانات والكلام الشفهي إلى نص، والنّص إلى محتوى مسموع ومرئي، وفهم المشاعر، وتحليل مشاهد الأشياء، والوجوه، والنصوص، أو الألوان وسواها. حيث يستخدم الصحفيون تلك الأدوات لتعزيز التقارير والكتابة والتحرير؛ لنحصل على ما نُسَميه الصحافة المعززة. فالعديد من الصحف الأمريكية اليوم يستخدم خرائط تفاعلية تقيس بشكل علمي ودقيق أعداد الموجودين بواسطة تقنيات متعددة⁽⁵⁾. وقد أظهرت الدراسة الاستطلاعية سعي بعض الصحف والمواقع الإلكترونية العربية للإفادة من هذه التقنيات؛ سواء من خلال تدشين غرف الأخبار الحديثة وصلات التحرير الذكية، وغيرها من أشكال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أو بآخر في مجال صناعة الأخبار.

وبناء عليه تأتي هذه الدراسة للتعرف على رؤية الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي؛ باعتبارها ابتكاراً إعلامياً تنعكس تأثيراته على آليات العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك في ضوء نموذج "فيجوشايكن" ونموذج قبول واستخدام التكنولوجيا "TAM".

الدراسات السابقة:

سعت بعض الدراسات السابقة إلى محاولة البحث في مجال "صحافة الذكاء الاصطناعي"؛ حيث ركّزت على توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بشكل جزئي، مع محاولة تقديم تصور نموذج متكامل لغرف الأخبار الحديثة التي تدار بالتقنيات الذكية. بينما سعت عدد من الدراسات الأخرى إلى استكشاف أثر الذكاء الاصطناعي على غرف الأخبار. وتأثيره على سير العمل وتعدد المهارات الرقمية للصحفيين، والتغيرات التي أحدثتها في أساليب الممارسة المهنية لهم واتجاهاتهم نحوها وغيرها من المتغيرات. وفيما يلي يعرض الباحث لمجموعة من الدراسات العربية والأجنبية السابقة والمتعلقة بموضوع دراسته:

- دراسة "Stavelin & Karisen, 2025"⁽⁶⁾ والتي تناولت مفهوم الصحافة المحوسبة "Computational Journalism" كصناعة يمارسها الصحفيون في غرف الأخبار النرويجية. حيث توصلت الدراسة إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي، أو الصحافة المحوسبة تُعد استمراراً للصحافة التقليدية من حيث القيم والأهداف؛ إلا إنها تتطلب مهارات وأدوات تكنولوجية متطورة من الصحفيين في غرف الأخبار الذكية، كما أشارت الدراسة في نتائجها إلى أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يزيد من الكفاءة الصحفية.

- سعت دراسة "Abelson & Keller, 2024"⁽⁷⁾ إلى قياس كفاءة الصحفيين في غرف الأخبار الحديثة؛ من حيث قدرتهم على التأثير في الجمهور وقياس التغذية الراجعة، وذلك من خلال استخدام أداة "News Lynx" كإحدى أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي تعمل على تقديم تصنيفات ومعايير للتأثير الحاصل على الجمهور، وبناء إطار عمل خاص بكل وسيلة إعلامية لقياس مفهوم التأثير حسب معاييرها وأهدافها. وقد أثبتت الدراسة أن الصحفيين في غرف الأخبار الذكية أكثر قدرة على تحقيق نجاح في التواصل مع الجمهور والاحتفاظ به؛ نتيجة قدرتهم على القيام بإعداد مادة صحفية ونشرها على عدة منصات إعلامية.

- رصدت دراسة (أميرة محمد محمد، 2024م)⁽⁸⁾ اتجاهات الصحفيين نحو ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية السعودية. وقد أظهرت الدراسة وعي الصحفيين بأهمية تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في الغرف الإخبارية بالمؤسسات الصحفية، وأن تطوير البنية التحتية تقنياً لغرف الأخبار تُعد من أهم المتطلبات التقنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار.

- ناقشت دراسة "Borges-Rey, 2023"⁽⁹⁾ توجهات ورؤى الصحفيين بغرف أخبار المواقع الإلكترونية لصحف "Guardian, Daily Star, Daily Mai, Express" بالمملكة المتحدة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتقديم صحافة الروبوت والإفادة منها في القصص المبتكرة. وقد أظهرت النتائج أن العديد من

الصحفيين يواجهون درجةً من التردد في الاعتماد بدرجة كبيرة على صحافة الروبوت وأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج قصصهم الإخبارية خاصة ذات الطابع الإنساني.

- هدفت دراسة (أمل محمد خطاب، 2023م)⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في غرف الأخبار وأساليب توظيفها في إنتاج المحتوى الإخباري بمراحله المختلفة، فضلاً عن الكشف عن التحديات التي تواجه تطبيق نموذج غرف الأخبار المتطورة بالمؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال وخبراء الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. وتمّ التوصل إلى مجموعة من الاستخلاصات، أهمها: أنه أصبح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار حتمية استراتيجية لتطوير دورة العمل، والحصول على كفاءة أكبر للأداء، وأشكال جديدة للنشر وتعزيز ولاء الجمهور. وقدمت الدراسة أيضاً عدداً من التطبيقات المدعومة بالذكاء الاصطناعي واستخداماتها والتي توظفها غرف الأخبار في مراحل الإنتاج الإخباري المتعاقبة.

- هدفت دراسة "Vacla Moravec, 2022"⁽¹¹⁾ إلى استكشاف مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوكالة الأنباء التشيكية "CTK". وقد توصلت الدراسة إلى اتفاق معظم الصحفيين في غرف الأخبار التشيكية على حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بالصحافة التشيكية لمواصلة مهمتها، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير الصحفية على نحو أفضل.

- هدفت دراسة (قاسم أبو زيد، 2022م)⁽¹²⁾ إلى معرفة اتجاهات القائمين بالاتصال في تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف أخبار التلفزيون الأردني. وخلصت الدراسة إلى أن للذكاء الاصطناعي تأثيرات إيجابية داخل غرف الأخبار كالسرعة في النشر والتوزيع، والتنوع في التقارير الإخبارية.

- اهتمت دراسة (علياء عبد الفتاح رمضان، 2021م)⁽¹³⁾ برصد واقع صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية المصرية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي. وتوصلت الدراسة إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي سيكون لها فوائد كثيرة داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية؛ حيث تخلق ثورة جديدة في صناعة

الإعلام؛ حيث تستطيع صحافة الذكاء الاصطناعي توفير المزيد من الوقت للقيام بالمهام المعقدة.

- حاولت دراسة "Series T.B,2021"⁽¹⁴⁾ استكشاف تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بالإذاعة والتلفزيون على الإنتاج الإخباري؛ وذلك بالتطبيق على قناتي NHKI، "B.B.C" وقد أشارت النتائج إلى أن التطبيقات الذكية ساعدت على زيادة الإنتاجية، والكفاءة، والفرص الإبداعية، وتحسين سير العمل داخل غرف الأخبار، وإنشاء المحتوى الآلي وربطه بالآرشف.

- هدفت دراسة (عيسى عبد الباقي، وأحمد عادل، 2020م)⁽¹⁵⁾ إلى الرصد الكمي والتفسير الكيفي لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار، والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها. وأظهرت نتائج الدراسة أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها "توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق".

- وسعت دراسة "Sue Robinson,2020"⁽¹⁶⁾ إلى تحليل أزمة تحولات غرف الأخبار المدمجة "Newsrooms" Convergence والتي تنتج محتوى للوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية في آن واحد، من غرف تقليدية إلى رقمية ذكية وتأثير ذلك على التسلسل الهرمي لغرفة الأخبار. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود توترات عمل بين المراسلين والمحررين بغرفة الأخبار الذين يدمجون التقنيات الجديدة في روتين إنتاج الأخبار، وهو ما أدى إلى إحداث تغيير في التسلسل الهرمي لغرفة الأخبار التي تميز القائم بالاتصال ذا المهارات التقنية.

- حاولت دراسة (فراس العزة، 2019م)⁽¹⁷⁾ استكشاف الفجوة التقنية بين ما هو قائم ومتوفر الآن وبين ما يجب أن يكون في غرف الأخبار، مع محاولة رسم خارطة طريق علمية وتقنية وتنظيمية للتحولات والتغيرات التي يجب استحداثها لتحقيق الغاية من بناء غرف أخبار عربية تكون مناسبة للتطور. وقد خلصت الدراسة إلى إن الاستفادة من

التقنيات الحديثة في مجال الأخبار يتطلب الاهتمام والربط بين ثلاث مجالات، هي توفير التجهيزات والأنظمة الرقمية، وتطوير وتأهيل الكادر البشري، وتحديث الهيكلية التنظيمية والوصف الوظيفي. ولقد أوضحت الدراسة آليات التعامل مع المجالات الثلاثة وربطت بينها كعناصر لعملية تطوير واحدة.

- اهتمت دراسة (18) "Ekaterina Pashevich,2018" برصد مدى تبني غرف الأخبار في كوريا الجنوبية لصحافة الذكاء الاصطناعي، وتحدياتها الأخلاقية، وتأثيراتها على الممارسات المهنية. وتبين أن صحافة الذكاء الاصطناعي تسهم في أتمتة المهام الروتينية بسرعة ودقة، وتُفرغ القائم بالاتصال داخل غرف الأخبار للمهام الإبداعية، وتقدم قصصاً إخبارية باستخدام خوارزميات التخصيص "Personalization Algorithms".

- هدفت دراسة (شيرين البحيري، 2018م) (19) إلى رصد اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية، وكذلك التطلع لمعرفة أهم التحديات التي تواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة. وقد توصلت الدراسة إلى تخوف الصحفيين من خسارة وظائفهم في حالة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

- اختبرت دراسة "Bingjie Liu,2017" (20) تصورات القراء الأمريكيين لدور "الربوت تايمز نيوز" ككاتب للقصص الإخبارية حول التغيرات المناخية ومقارنتها بالقصص المكتوبة من قبل الصحفيين. وقد تبين اختلاف إدراكات القراء للقصص الإخبارية؛ فأشاروا بإيجابية للأخبار الجادة المكتوبة آلياً، فيما فشلوا في وصف القصص الإخبارية البشرية رغم تمتعها بمصداقية وجودة أعلى مقارنة بالآلية.

- سعت دراسة (عمر أبو عرقوب، 2017) (21) إلى تقديم نموذج ومرجع للباحثين والصحفيين حول غرف الأخبار التليفزيونية الذكية، والتحوّلات التي أحدثتها الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل عملية الإنتاج الإخباري وهيكلية غرف الأخبار. وتوصلت الدراسة إلى إن غرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة، وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي فرضت تغيرات

عدّة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري والأدوات المستخدمة فيها ما تطلّب تغييرات في هيكلية غرف الأخبار، كما أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كلّ ما تنتجه غرف الأخبار الذكية.

- تتناول دراسة "Whittaker, J., & Whittaker, J.P., 2016" (22) تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على صناعة الصحافة والوسائط الرقمية، وكيفية تأثيرها على كمية الأخبار التي يتم إنتاجها من خلال صحافة الذكاء الاصطناعي، وكيفية استهلاكها وكيفية تأثيرها علينا. وأفادت الدراسة أن صحافة الذكاء الاصطناعي ستساعد في الكشف عن الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك.

تعليق الباحث على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

من خلال استعراض عدد من الدراسات الأجنبية والعربية في مجال صحافة الذكاء الاصطناعي كتقنية وإداة مهمة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة. يمكن للباحث استخلاص جملة من المؤشرات نوردها فيما يلي:

- تنوعت موضوعات الدراسات السابقة؛ فمنها ما هدف إلى البحث في مدى توظيف التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الحديثة، واختبار تأثيراتها على مراحل العمل الصحفي، واتجاهات القائمين بالاتصال نحوها، والتحديات التي تقابل المؤسسات الصحفية والعاملين بها نحو التوسع في توظيفها، وغيرها من الموضوعات البحثية السابق رصدها، كما تعددت المجتمعات التي أُجريت فيها هذه الدراسات والزوايا البحثية التي ركّزت عليها.

- أظهرت الدراسات السابقة اهتماماً ملحوظاً بجملة من المداخل والنظريات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة؛ منها نظريات نشر الأفكار المستحدثة، والاحتمية التكنولوجية، ونظرية المجال العام، ونموذج قبول التكنولوجيا، ونموذج البوابة الرقمية، ونظرية ثراء الوسيلة.

- طبقت الدراسات السابقة على عينات مختلفة من المؤسسات الصحفية متعددة المنصات وقياداتها والصحفيين العاملين بها، ولكن لم تُطبق أي من هذه الدراسات على المتخصصين في مجال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، أو المبرمجين والذين أصبحوا في عصر الذكاء الاصطناعي لا غنى عنهم في المؤسسات الصحفية.

- لم تنوع الدراسات السابقة من أدواتها في جمع البيانات؛ فقد اقتصرَت تلك الدراساتُ على أداة المقابلة المتعمِّقة، والاستبانة، والملاحظة فقط، بينما تباينت مناهجها ما بين المنهج المسحي، والنوعي، والأنثوغرافي، ودراسة الحالة.
- أفاد الباحث من استقرائه للدراسات السابقة على المستويين المعرفي والمنهجي؛ حيث أعطته إضافات معرفية ساعدته في تحديد الأبعاد الموضوعية للدراسة بشكل دقيق، وتحديد عناصر المشكلة ومتغيراتها، وتأسيس وبلورة مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي، وتحديد تقنياته، وكيفية إدماجه داخل غرف الأخبار الحديثة، كما ساعدته في اختيار النظرية العلمية الملائمة لموضوع بحثه، والتعرف على أهم المناهج والأساليب البحثية المستخدمة وكيفية توظيفها لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته.
- أما على المستوى التطبيقي: فقد أفاد الباحث من طريقة تطبيق الدراسات السابقة على العينات البشرية والتحليلية، والتوصل إلى نتائج مهمة يمكن الاسترشاد بها في دعم الجانب التطبيقي للدراسة الحالية، وسهولة إجراء المقارنات الخاصة بالفروق بين نتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة، وما ستتوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج وتوصيات.

المشكلة البحثية:

تظهر العديد من الدراسات والبحوث السابقة أن الذكاء الاصطناعي سوف يسهم في تطوير صناعة الإعلام وتنوع المحتوى الصحفي؛ وذلك من خلال تطبيقات ترتبط بغرف صناعة الأخبار والطباعة ثلاثية الأبعاد، ومن ثم تحليل البيانات المعقَّدة، بالإضافة إلى تنوع المنصات المفتوحة والتي تبرز أهمية الذكاء الاصطناعي كتقنية جديدة تُعدُّ هي الأكثر تطوراً في صناعة الإعلام مستقبلاً؛ وهو الأمر الذي بدت ملامحه في الظهور نتيجة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات التسويق الإلكتروني؛ والتي كانت سبباً في اتجاه المؤسسات الإعلامية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الصحفية وإنتاج البرامج التليفزيونية وغيرها. ففي دراسة أجراها المركز الدولي للصحفيين بالتعاون مع جامعة "جورج تاون" في "149" دولة بثماني مناطق في العالم حول

حالة التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية؛ أكدت الدراسة أن الصحفيين بغرف الأخبار يتجهون إلى التكنولوجيا الرقمية بشكل متزايد، وبخاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي للتمكن من مواجهة التحديات الصعبة المتمثلة بانتشار المعلومات المضللة والهجمات والإعتداءات التي يتعرض لها المراسلون، كما تبين أن هناك ارتفاعاً بين الصحفيين داخل غرف الأخبار الذكية في استخدام أدوات تقصي الحقائق "Fact Checker" للتحقق من المحتوى الإعلامي المنشور على منصات وسائل التواصل الاجتماعي. في حين تقوم العديد من غرف الأخبار بتأمين اتصالاتها لحماية الصحفيين ومصادرهم، ويستخدم الصحفيون أيضاً في غرف الأخبار الحديثة العديد من التقنيات والمنصات الجديدة لإشراك جمهورهم بشكل أفضل وكسب ثقتهم⁽²³⁾.

توازيًا، أظهر استطلاع أجراه مشروع Journalism AI التابع لكلية لندن للاقتصاد والعلوم السياسية على 105 مؤسسات إخبارية وإعلامية في 46 دولة مختلفة أن "ما يقرب من ثلاث من كل أربع مؤسسات إخبارية تستخدم الذكاء الاصطناعي؛ إما في جمع الأخبار، أو إنتاجها، أو توزيعها، ويتوقع حوالي 80٪ من المشاركين أن يحظى الذكاء الاصطناعي بدور أكبر في غرف التحرير الخاصة بهم في المستقبل. وفي الوقت نفسه يشعر أكثر من 60٪ من تلك المؤسسات بالقلق بشأن آثاره الأخلاقية". بالرغم من أن بعض هذه المؤسسات قد وضعت نهجاً مبدئياً لنفسها للتعامل مع الذكاء الاصطناعي⁽²⁴⁾. مع سعي غرف الأخبار الذكية إلى مواكبة التطور في الوسائل الاتصالية الحديثة وتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في عملية الإنتاج الإخباري، وهو ما أنتج أنماط حديثة من الصحافة عرفت في الأوساط المهنية بـ "صحافة الخوارزميات" Algorithmic Journalism أو "صحافة الحوسبة أو المؤتمتة" Automated Journalism أو "صحافة الروبوت" Robot Journalism أو "صحافة الذكاء الاصطناعي" AI Journalism. والتي تسعى إلى زيادة سرعة وكفاءة وسهولة إنجاز المهام في غرف الأخبار الحديثة، والحصول على أخبار وتحليلات يصعب على الصحفي بجهد البشري الوصول إليها بنفس معدل السرعة والدقة. وما زالت غرف الأخبار في بعض الدول العربية تواجه فجوةً تكنولوجية عميقة؛ تتمثل في نقص عدد خبراء التكنولوجيا،

واستخدام الصحفيين العرب لمجموعة محدودة من المهارات الرقمية؛ حيث لا تقدم غرف الأخبار التدريب الرقمي الذي يحتاجونه في ظل عقبات مادية تقف أمام احتياجات غرف الأخبار الحديثة. كما أن عدم وجود نموذج في هذه الدول العربية يمكن الاعتماد عليه لاستخدام هذه الوسائل الحديثة أدى إلى إرباك في عمل غرف الأخبار الذكية وهيكلتها، وفي مراحل تطوير عمليات الإنتاج الإخباري في إطار استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتلك الدول⁽²⁵⁾. فالقائم بالاتصال المعزز خوارزمياً والأخبار الآلية بمثابة مرحلة انتقالية كبرى لمنح الصحفيين العرب الهياكل اللازمة لتطوير صناعة الصحافة ومستقبلها. فلقد فرضت التطورات المتسارعة في بيئة الإعلام حتمية دمج الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار الصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ مما يستوجب ضرورة نشر الدراية الإعلامية به؛ من حيث التوظيف والإنتاج والإخلاقيات؛ حيث أدى إدماج الذكاء الاصطناعي "AI" في الصحافة إلى إحداث تحول كبير في غرف الأخبار، وأثر على إنشاء الأخبار واختيارها ونشرها؛ الأمر الذي دفع معظم المؤسسات الصحفية العربية بإدخال تغييرات جذرية على طريقته في العمل الصحفي، وفي التفاعل مع جماهيرها، وفي طريقة إنتاج ونشر المحتوى الإخباري، وفي هيكلية غرف الأخبار، وفي تطوير المهارات؛ وذلك لتتواءم مع التغيرات التكنولوجية، وحتى تتمكن من الدخول الفعلي في العصر الرقمي؛ حيث تُعد الصحافة واحدة من المجالات الإعلامية التي تأثرت بالذكاء الاصطناعي، ومن ثم اتجهت العديد من المؤسسات الصحفية العربية ذات المنصات الإعلامية المتعددة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ الأمر الذي أكدت عليه الدراسة الاستطلاعية.

وفي ضوء ما سبق يمكن بلورة المشكلة البحثية لهذه الدراسة في "التعرف على رؤية الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مُستحدث، وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك من خلال رصد وتوصيف وتحليل آليات عمل الصحفيين، وإشكاليات ممارستهم المهنية لهذا النمط من الصحافة، فضلاً عن تصوراتهم المستقبلية لطبيعة العلاقة بين الصحفي

البشري والصحفي الروبوت داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية".

أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحث الباحث على إجرائها. وتنبع أهمية هذه الدراسة من عدة نقاط جوهرية تتمثل في:

1- تتناول اتجاهها حديثاً من مجالات تطبيقات تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في المجال الإعلامي، وهو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الغرف الإخبارية الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية.

2- إلقاء الضوء على الدور المتزايد لصحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار المدمجة للمؤسسات الصحفية العربية كأحد أساليب التطوير الذي يُعتبر ضرورياً في ضوء التغيرات العالمية والتكنولوجية.

3- تتبع أهمية هذه الدراسة أيضاً من الفرص والإمكانات التي تتيحها تقنيات الذكاء الاصطناعي للصحفي في تشكيل عصر إعلامي رقمي جديد بمفاهيم وآليات عمل متطورة.

4- ندرة الدراسات الصحفية التي تناولت رؤية الصحفيين العرب لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي.

5- تحاول هذه الدراسة تقديم تصور مقترح يحدد سبل إفادة الصحفيين في غرف الأخبار الحديثة بالصحف والمواقع الإلكترونية العربية من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية الصحفية.

6- بناء المعرفة العلمية حول صحافة الذكاء الاصطناعي، وسبل توظيفها، وانعكاساتها؛ باعتبارها نمطاً مستحدثاً على بيئة عمل الصحافة العربية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على رؤية الصحفيين في تأثير ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك من خلال رصد وتحليل العوامل والمتغيرات المختلفة التي تحكم وتحدد آليات ممارسة الصحفيين لهذا النمط

المُستحدَث من الصحافة، فضلاً عن إشكاليات الممارسة وسبل حلّها. ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية، وهي:

1- رصد وتحليل واقع ممارسة الصحفيين "عينة الدراسة" لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية.

2- الكشف عن العوامل المؤثرة على نجاح وانتشار ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار من وجهة نظر المبحوثين.

3- التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار.

4- رصد وتحليل لأهم الإشكاليات التي تواجه الصحفيين عند ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

5- التعرف على مقترحات الصحفيين "عينة الدراسة" بشأن تعزيز ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.

6- رصد وتفسير تصورات الصحفيين "عينة الدراسة" نحو تحديات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار العربية مستقبلاً.

7- محاولة صياغة رؤية علمية لكيفية التوظيف الأمثل لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية.

تساؤلات الدراسة:

تأسيساً على مشكلة الدراسة واتساقاً مع أهدافها، تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما الملامح العامة لواقع ممارسة الصحفيين "عينة الدراسة" لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؟

2- كيف يمكن العمل على نجاح وانتشار ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار من وجهة نظر المبحوثين؟

3- ما أبرز التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار من منظور الصحفيين "عينة الدراسة"؟

4- ما أهم الإشكاليات التي تواجه الباحثين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؟

5- ما مقترحات الصحفيين "عينة الدراسة" بشأن تعزيز ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؟

6- كيف يرى الصحفيون "عينة الدراسة" تحديات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار مستقبلاً؟

- الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة في التحقق من أهدافها وتفسير نتائجها على النماذج النظرية التالية:

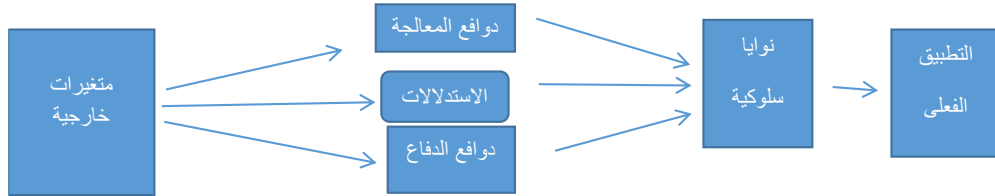
- نموذج فيجوشايكن "Vigo Chaicken 2022":

فقد ظهر هذا النموذج مع بداية عام "2022م" في ظل الانتشار المتزايد لتقنيات الذكاء الاصطناعي، والواقع المعزز، وتعدد استخداماتها وتطبيقاتها في كافة المجالات. ويرجع الفضل في وضع هذا النموذج إلى العالم الأمريكي "فيجوشايكن" الذي أكد على أن العالم في السنوات المقبلة سوف يتعرض إلى هجمة تكنولوجية ستؤثر على تاريخ وسائل الاتصال وعلى مسار التطور الحضاري؛ مما سيؤثر بشكل تراكمي سلبي أو إيجابي على البشر. وأن التأثير الحقيقي سوف يكون للوسيلة وليس للرسالة⁽²⁶⁾.

ويعد "Chaicken" أول من تحدث عن التأثيرات التكنولوجية الحتمية الناجمة عن التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي والواقع المعزز، والعوالم الافتراضية بشكل مختلف؛ حيث رأى أنها سوف تؤثر على الحواس، ومن ثم تغير الوعي والإدراك. وسيصبح الإنسان أكثر عزلة وانطوائية، وسيعتمد على الخيال بشكل كلي، وسيختفي وراء نظارات معززة بشكل كامل. قدم "Vigo" هذا النموذج لتفسير كيفية الأفراد والمجتمعات على التقنيات الحديثة الناجمة عن الثورة الصناعية الرابعة والخامسة مثل "الخوارزميات، وصحافة الروبوت، والذكاء الاصطناعي والواقع المعزز، والواقع المختلط، ونظارات XR". كما وضع دليلاً أمبريقياً لتحديد الأساليب المختلفة التي يفكر بها الأفراد عن المستحدثات التكنولوجية. وقد خضع النموذج للبحث والتطبيق من قبل العالم الألماني "هويل" في بحثه المعنون بـ "آليات تطبيق صحافة الروبوت في وكالات الأنباء العالمية"، والذي أكد على أن النموذج يلئم وبشكل خاص شرح ومعالجة دوافع تقبل الأفراد

للتقنيات الذكية. وقد قسّم الدوافع إلى دوافع سيكولوجية، ودوافع الدفاع عن الماضي (27). كما خضع النموذج أيضاً للدراسة والبحث من قبل الباحث البريطاني الأكاديمي "جراهام كونان" لفهم ما الذي يجعل التقنيات المستحدثة للذكاء الاصطناعي والواقع المعزز أكثر إقناعاً وقبولاً للأفراد، وتوصل إلى أن نموذج "فيجوشاين" يضع أسلوبين في تشكيل الاتجاهات، هما: "المعالجة المتعمقة" وهو ذلك النوع من المعالجة التي تستلزم معالجة تحليلية شاملة للمعلومات المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ورد الفعل نحوها. أما الأسلوب الآخر فهو "المعالجة الاستدلالية" وتعني البنى المعرفية التي يتم تعلمها وتخزينها في الذاكرة، مثل كل ما هو جديد هو جيد، أو إجماع رأي الأغلبية هو الصواب (28). يتشابه هذا النموذج مع النماذج والنظريات الأخرى المفسرة لطبيعة الإعلام الرقمي الجديد في تفسير الكيفية التي تتكيف بها الوسائل التكنولوجية الجديدة داخل المؤسسات، ومدى تقبلها لدى الأفراد. أما الاختلاف يكمن في اعتماد نموذج "VCH" على البيانات والدلالات الاستدلالية، والتي يعتمد الأفراد عليها بشكل أكبر إذا لم يكن لديهم مستوى مرتفع من الدوافع والقدرات الذهنية. ويُفسر هذا النموذج الكيفية التي ينظر من خلالها القائم بالاتصال لفهم وقبول التقنيات المستخدمة، والعوامل الكامنة وراء استخدامها من عدمه، كما يُفسر أيضاً النظرة السلبية اللصيقة بالمجتمعات والأفراد تجاه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويوضح أيضاً احتمالية انتشارها ونجاحها. ويراعي هذا النموذج توجهات المستفيدين، كما يتميز بالمرونة ليلائم أوضاع المؤسسات الصحفية، ويُعد مؤشراً قوياً وناجحاً يمكن من خلاله التنبؤ عن رغبة القائم بالاتصال في استخدام التقنيات الذكية، ويلائم هذا النموذج دراسة تفسير سلوك القائم بالاتصال تجاه التكنولوجيا، والتنبؤ بمدى تقبله لها وفقاً لمجموعة من الاستدلالات المبنية على تصورات المستخدم، ومواقفه، ونواياه، والعوامل الخارجية التي تؤثر على تصوراتهِ. ويفترض هذا النموذج أن القائمين بالاتصال يتبنون المعالجة الاستدلالية عن طريق استخدام دلالات أثناء تقديم التقنيات المستحدثة، وخاصة عندما لا يكون هؤلاء القائمون بالاتصال قادرين أو لديهم الحافز الكافي لتقييم التكنولوجيا؛ فيلجأون إلى المعالجة الاستدلالية، والمعرفة المبنية على تجارب وخبرات الآخرين. فإذا كانت المعلومات

الاستدلالية صالحة ودقيقة يتم تشكيل المواقف والاتجاهات والاستنتاجات، وعلى النقيض من ذلك، فالأفراد يشكّلون أحكامهم بناءً على ما تقوله الأغلبية، وبغض النظر كان ذلك صحيحاً أم لا⁽²⁹⁾.



شكل (1) يوضح نموذج "فيجوشاين" لتقبل التكنولوجيا

وقد تمّ توظيف هذا النموذج بالدراسة الحالية في الكشف عن رؤية الصحفيين "عينة الدراسة" في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية، واحتمالية الاعتماد عليها في صناعة المحتوى وتطويره؛ وذلك من خلال رصد وتحليل وتفسير آليات عملها، وتأثيراتها على مسار العمل الصحفي داخل غرف الأخبار، فضلاً عن التحديات التي قد تعوق تبنيها من قبل الإدارة الصحفية أو الصحفيين أنفسهم، وتوقعاتهم لملاح مستقبلها.

نموذج قبول التكنولوجيا "TAM" Technology Acceptance Model:

يفسر هذا النموذج الكيفية التي ينظر من خلالها القائم بالاتصال لقبول التكنولوجيا، والعوامل الكامنة وراء استخدامها من عدمه. وقد وضع "Fred Davis" وآخرون هذا النموذج ليؤكد على أن عدم قبول المستخدمين للعمل على تكنولوجيا المعلومات يعتبر عائقاً أمام نجاح هذه المنظمة⁽³⁰⁾. ويقوم النموذج على متغيرات "المنفعة المدركة" والتي تعني إدراك الفرد أن استخدام نظام محدد سيحقق له أداءً وظيفياً أفضل ضمن السياق التنظيمي، "سهولة الاستخدام المدركة" وهو مقدار الجهد المبذول لاستخدام التقنية مقارنة بالعائد منها في النظام، "الاستخدام الفعلي للنظام" والذي يتراوح بين الاستخدام القليل والكثيف⁽³¹⁾. وينطلق هذا النموذج من افتراض أن المنفعة المدركة "Perceived Usefulness"، وسهولة الاستخدام المدركة "Perceived Ease

of Use” تتأثر بالمتغيرات الخارجية، وتمثل محددات أساسية لقبول التقنيات الحديثة والميل السلوكي للاستخدام. “Behavioral Intention TO Use” بينما تتأثر النية السلوكية للاستخدام بشكل مباشر بالمنفعة المدركة، وتتوسط العلاقة بين الاتجاه للاستخدام والاستخدام الفعلي⁽³²⁾.



شكل (2) يوضح نموذج قبول التكنولوجيا TAM

ويستفيد الباحث من هذا النموذج في دراسته الحالية من خلال التعرف على رؤية الصحفيين "عينة الدراسة" في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث، وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك في ضوء تأثير عاملين رئيسيين، هما "المنفعة المدركة منها" عبر رصد وتوصيف دوافع ممارسة الصحفيين لهذا النمط المستحدث من الصحافة، العوامل المؤثرة على نجاح وانتشار ممارستها بينهم، تأثيراتها الإيجابية والسلبية على أداء العمل الصحفي، مقترحات الصحفيين بشأن تعزيز ممارستها داخل غرف الأخبار الحديثة، تحدياتها المستقبلية". وكذلك سهولة الممارسة والمتمثلة في المهارات الرقمية التي يتطلب توافرها في الصحفيين لممارسة هذا النمط من الصحافة داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية، وهذه العوامل بمثابة محددات للممارسة العملية لصحافة الذكاء الاصطناعي.

المفاهيم النظرية للدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

1- صحافة الذكاء الاصطناعي: Artificial Intelligence Journalism

- المفهوم النظري: ذلك النوع من الصحافة الذي يعتمد على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل "البرمجيات أو الخوارزميات" لإنشاء قصص إخبارية تلقائياً دون أي

مدخلات من البشر، باستثناء المبرمجين الذين طُوروا هذه الخوارزميات للإفادة منها في مجال الصحافة⁽³³⁾.

- **التعريف الإجرائي:** هي ذلك النمط المستحدث من الصحافة التي تعرف على أنها الخوارزميات، والروبوتات، والتطبيقات، والمواقع، والأدوات التي تستخدم في إنتاج المحتوى الصحفي داخل غرف الأخبار من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة سواء استخدمت صحافة الذكاء الاصطناعي من قبل الصحفي، أو المؤسسات، أو المواقع الصحفية العربية.

2- غرف الأخبار الذكية: Intelligent newsrooms

المفهوم النظري: هي المكان المخصص للصحفيين والقيادات بالمؤسسات الصحفية، والذي تصب فيه الأخبار من مصادرها المختلفة المحلية أو العالمية، تُدار آلياً بما يمكن المحررين من كتابة الأخبار ومراجعتها والمراقبة الدقيقة والسريعة للتدفق الإخباري⁽³⁴⁾.

التعريف الإجرائي: يقصد بها الباحثُ المكان الذي يتم فيه عملية إنتاج الأخبار من أجل نشرها أو بثها باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي؛ ومن خلال فريق ذي مهارات رقمية ومُلمٍ بالتقنيات الحديثة؛ بهدف تسهيل وتسريع إنجاز مهام غرفة الأخبار بكفاءة أعلى.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- **نوع الدراسة:**

تتنمي هذه الدراسة إلى النمط الكيفي الذي يهتم بالتعمق في الظاهرة محل الدراسة وعدم الاقتصار على الرصد الكمي لها، خاصة حينما لا يعطي هذا الرصد الكمي دلالات مفيدة⁽³⁵⁾؛ لذلك تُعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الوصفية "Exploratory Discovery"، "Descriptive Studies". وبذلك فإنها تجمع ما بين نمطين من أنماط البحوث المعرفية، فهي استكشافية لكونها من الدراسات الأولى التي تسهم في محاولة توفير قدرٍ من المعرفة عن رؤية الصحفيين في تأثير ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية، فضلاً عن اعتبارها وصفية؛ لسعيها للبحث في المتغيرات والعوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة؛ للوقوف على مسبباتها وتأثيراتها على

أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار بالبيئة الصحفية العربية، والتحديات التي تواجهها، وملامح مستقبلها؛ وذلك لاستخلاص الاستدلالات العلمية الموضوعية، والدراسة هذه لا تعتمد على الأساليب الكمية في صياغة استنتاجاتها، لكنها تعتمد على الأساليب الكيفية في وصف واقع ظاهرة صحافة الذكاء الاصطناعي، واستقراء أبعادها وتأثيراتها الإيجابية والسلبية.

- منهج الدراسة:

وتعتمد هذه الدراسة على إطار منهجي يتسق وأهدافها، ويدعم عملية الوصول إلى نتائج ذات جدوى وصلة مباشرة بالمشكلة البحثية؛ حيث يوظف الباحث منهج المسح "Survey Method" بشقيه الوصفي والتحليلي؛ للتوصل إلى إجابات لتساؤلات الدراسة وإلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منظم؛ وذلك من خلال مسح التقنيات التكنولوجية المدعومة بالذكاء الاصطناعي المستخدمة في غرف الأخبار المتطورة في الصحف والمواقع الإلكترونية العربية، وأيضاً مسح آراء الصحفيين حول استخدام هذه التقنيات في أداء العمل الصحفي بغرف الأخبار، والوقوف على أهم الإشكاليات التقنية والمؤسسية والجوانب البشرية والمجتمعية التي يمكن أن تواجه توظيف تلك التقنيات، فضلاً عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لها.

وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية؛ للتعرف من خلاله على واقع ممارسة الصحفيين لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية.

الإطار الإجرائي للدراسة:

- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الصحفيين العرب والأجانب المشاركين بنشر موضوعات خاصة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي على الموقع الإلكتروني لشبكة الصحفيين الدوليين.

- عينة الدراسة:

اعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل في اختياره لعينة الدراسة الميدانية والتي بلغ قوامها "32" مفردة، شملت صحفيين وصحفيات من مصر وبعض الدول

العربية الأخرى؛ ممن نشرُوا موضوعات خاصة بالصحافة والذكاء الاصطناعي على الموقع الإلكتروني لشبكة الصحفيين الدوليين والتي عكست تجاربهم المهنية في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي، ورؤيتهم لواقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف أخبار الصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ حيث قام الباحث بالتواصل معهم عبر حساباتهم الشخصية على منصتي "إكس وفيس بوك"، ودعوتهم لإجراء مقابلات إلكترونية متعمقة معهم عن "رؤيتهم في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث على بيئة الصحافة العربية"، عبر تطبيق "Zoom". وقد استجاب "28" صحفياً وصحفية لدعوة الباحث من أصل "32".

- مبررات اختيار العينة:

- 1- يتيح الموقع الإلكتروني لشبكة الصحفيين الدوليين على الإنترنت "Ij net" للباحث عينة الصحفيين المهتمين بصحافة الذكاء الاصطناعي والملائمة لموضوع بحثه.
- 2- استخدام الصحفيين "عينة الدراسة" لأدوات ومواقع الذكاء الاصطناعي في أداء عملهم الصحفي داخل غرف الأخبار، حسبما أفادوا في موضوعاتهم المنشورة على موقع "Ij net" على الإنترنت.

- 3- يمثل أفراد عينة الدراسة صحفيين من عدة دول عربية ذات توجهات سياسية متباينة، وأنماط ملكية مختلفة؛ مما يثري الدراسة ويسهم في تحقيق أهدافها.

- أداة جمع البيانات:

في إطار إنجاز الأهداف المحددة لهذه الدراسة وللإجابة عن تساؤلاتها، تم الاعتماد على أداة من أدوات البحث الكيفي لجمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة، وهي: أداة المقابلة المتعمقة In-Depth Interview؛ والتي يلجأ الباحث إلى استخدامها عندما يكون على علم بالأسئلة التي يريد إجابة عنها، ولكنه لا يرغب في تقنين الأسئلة حتى لا يضعف من التفاعل بينه وبين المبحوثين؛ لذلك أطلق على المقابلات المتعمقة اسم "الحديث بهدف" "Conversation With A purpose" وهو بالفعل جهد تضافري بين الباحث والمبحوث. فكما أن هناك أسئلة، هناك أيضاً إجابات، ولكن المقابلة المتعمقة ليست مجرد وسيلة لجمع البيانات فحسب والتي يصعب الحصول عليها من خلال صحيفة الاستبانة والمنهج الكمي، بل المقابلة تصبح عملية لتوليد البيانات، والحصول

على المعلومات المتعمقة، وتفسير بعض المعاني الغامضة للباحث حول الظاهرة؛ وذلك بسبب هذا التفاعل بين الباحث والمشاركين في المقابلة من الباحثين. وبناءً على ذلك قام الباحث بتوظيف هذه الأداة في دراسته من خلال إجراءات لعدة مقابلات إلكترونية متعمقة عبر تطبيق "زووم" مع مجموعة من الصحفيين "عينة الدراسة"؛ حيث قام الباحث - في إطار أهداف الدراسة وتصميمها المنهجي - بتوجيه أسئلة مفتوحة للمبحوثين من الصحفيين؛ حيث دعمت هذه الإجابات الحرة والتلقائية الصادرة من الصحفيين "عينة الدراسة" الباحث في تفسير النتائج، ومن ثم إثراء الدراسة وتعميق الرؤية التحليلية لها؛ حيث أفادت هذه الأداة الكيفية في الحصول على الخلفيات التفصيلية التي تشكل رؤى هؤلاء المبحوثين واتجاهاتهم نحو ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث، له تأثيراته الإيجابية والسلبية على بيئة العمل في الصحافة العربية؛ وذلك بهدف رصد وتوصيف وتحليل مدى إدراكهم لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وتأثير ذلك على مستوى أدائهم المهني للعمل الصحفي، بالإضافة إلى الكشف عن إشكاليات الممارسة المهنية التي قد تعوق تعزيز استخدام هذا النمط المستحدث من الصحافة، وتصوراتهم لسبل حلّها، ورؤيتهم لتحديات المستقبل.

- تصميم دليل المقابلة المتعمقة:

قام الباحث بتحديد الأهداف التي تسعى الدراسة الميدانية لرصدها والتعرف عليها، وتقسيمها إلى عدة محاور، ومن ثم إعداد الأسئلة الخاصة بكل محور من هذه المحاور؛ بما يحقق أهداف الدراسة الميدانية، ويجيب عن تساؤلاتها، فقد اشتمل دليل المقابلة المتعمقة على عدد من المحاور الموضوعية وعدد من الأسئلة المفتوحة المرتبطة بسياق كل محور، والتي دار حولها النقاش بين كل من الباحث والصحفيين "عينة الدراسة" وهذه المحاور هي:

- المحور الأول: تصنيف خصائص الصحفيين "عينة الدراسة" وفقاً للبيانات الديموجرافية لكل منهم.

- المحور الثاني: الملامح العامة لواقع ممارسة الصحفيين "عينة الدراسة" لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية.

- المحور الثالث: رؤية الصحفيين "عينة الدراسة" للعوامل المؤثرة في نجاح ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.
 - المحور الرابع: رؤية الصحفيين "عينة الدراسة" للتأثيرات الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.
 - المحور الخامس: رؤية الصحفيين "عينة الدراسة" لإشكاليات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.
 - المحور السادس: مقترحات الصحفيين "عينة الدراسة" لتعزيز الإفادة من ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.
 - المحور السابع: توقعات الصحفيين "عينة الدراسة" للتحديات المستقبلية الناتجة عن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.
- ويذكر أن الباحث قد استعان- أثناء إجراءاته للمقابلات الإلكترونية المتعمقة مع الصحفيين "عينة الدراسة" عبر تطبيق زووم- بأداة "Sonix.ai"- التي علم بها الباحث من أحد الصحفيين عند الاتفاق معه على إجراء المقابلة- وهي إحدى أدوات الذكاء الاصطناعي للنسخ التلقائي وتحويل الصوت سواء المسجل أو المباشر في اجتماعات "زووم" إلى نص. حيث تمّ تجميع بيانات هذه الدراسة عبر إجراء المقابلات الإلكترونية المتعمقة بين الباحث والصحفيين "عينة الدراسة" عبر تطبيق "Zoom" من شهر أكتوبر إلى شهر ديسمبر 2024م.

إجراءات الصدق والثبات:

- اختبار الصدق والثبات:

- أولاً: اختبار الصدق "Validity":

يعني "الصدق" الصراحة، والأمانة، وصدق المحتوى، وصلاحية الأداة أو المقياس الذي يستخدمه الباحث لقياس ما ينبغي قياسه" ⁽³⁶⁾، "ومدى قدرة هذا المقياس على توفير المعلومات المطلوبة لموضوع الدراسة" ⁽³⁷⁾. وهناك عدة أنواع لقياس الصدق، ولكن أكثر هذه الأنواع استخداماً في بحوث الإعلام هو قياس الصدق الظاهري الذي يعتمد على فحص أداة القياس من جانب عدد من المحكمين والخبراء الذين يُقرّون أن الأداة تقيس بالفعل ما يفترض قياسه ⁽³⁸⁾، وترجع أهمية هذه الخطوة إلى ضرورة التأكد من

مدى صدق أداة الدراسة "دليل المقابلة الإلكترونية المتعمقة"، ومراعاتها للأسس العلمية ومدى قدرتها على تحقيق أهداف البحث وتوفير المعلومات اللازمة؛ للإجابة عن تساؤلاته، وللتأكد من صحة وصدق أسلوب القياس المستخدم، ومدى ملائمة لقياس ما يفترض قياسه؛ فقد قام الباحث بإعداد دليل "المقابلة الإلكترونية المتعمقة" مقسم إلى عدة محاور من خلال مجموعة من الأسئلة، كما قام الباحث كذلك باختبار مدى صدق "أداة الدراسة"؛ وذلك من خلال عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين (*) في مجال الصحافة وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، والتمس منهم النظر في مدى كفاية "أداة الدراسة" من حيث الشمول، وتنوع المحتوى وكفايته لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، وإبداء أية ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل، أو التغيير، أو الحذف؛ وذلك وفق ما يراه كلٌّ منهم لازماً، وهو ما يُسمى "بالصدق الظاهري". هذا وقد قام الباحث بدراسة ملاحظات السادة المحكمين واقتراحاتهم بشأن "أداة الدراسة"، وأجرى التعديلات في ضوء توصيات واقتراحات وآراء هيئة التحكيم بعد التوفيق بينها، وقد أصبحت الأداة صالحة للتطبيق.

ثانياً: اختبار الثبات "Reliability":

يشير الثبات إلى "قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس ذاتها، أي مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية مهما اختلف القائمون بالتحليل أو وقت إجراء التحليل" (39). هذا ولقد طبق الباحث اختبار الثبات مع نفسه من خلال أسلوب إعادة الاختبار "Retest"، وهو أسلوب لتقييم مدى ثبات "أداة الدراسة" من خلال تطبيقها في فترتين زمنيّتين مختلفتين؛ لذا فقد قام الباحث بإعادة تطبيق "دليل المقابلة الإلكترونية المتعمقة" على عينة تمثل نسبة "10%" من إجمالي "عينة الدراسة الميدانية"؛ وذلك بعد أسبوعين من التطبيق الأول. وبحساب نسبة الثبات فقد ظهر ثبات بلغت نسبته "97%" وهي نسبة مرتفعة تؤكد ثبات الأداة وصلاحيّتها للتطبيق.

تحليل بيانات الدراسة:

تم الاعتماد على الأسلوب الكيفي في تحليل بيانات الدراسة؛ وذلك لرصد وتوصيف وتفسير أكثر الرؤى والاتجاهات بروزاً بين مفردات العينة فيما يتعلق بواقع ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث داخل غرف أخبار الصحف والمواقع

الإلكترونية العربية، ومن ثم التعرف على مدى إدراك المبحوثين من الصحفيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومجالات توظيفها داخل غرف الأخبار، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية على أداء العمل الصحفي، وتحديد أكثر العوامل والإشكاليات التي قد تعوق تعزيز استخدام الصحفيين- عينة الدراسة- لتقنيات الذكاء الاصطناعي وسبل حلّها، بالإضافة إلى التحديات المستقبلية المتوقعة، وذلك حسبما يرى الصحفيون المبحوثون.

نتائج الدراسة:

يعرض الباحث فيما يلي للنتائج التي توصل إليها من خلال إجرائه لمجموعة من المقابلات الإلكترونية المتعمقة عبر تطبيق "Zoom" مع "28" صحفياً من العاملين في الصحف والمواقع الإلكترونية العربية، وسنبداً أولاً بتقديم تصنيف لهؤلاء الصحفيين والصحفيات وذلك وفقاً للبيانات الديموجرافية لكلّ منهم، يعقبه رصد وتوصيف وتحليل رؤية الصحفيين العرب "عينة الدراسة" في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث على بيئة الصحافة العربية، وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك من خلال الكشف عن آليات العمل والعوامل المؤثرة على ممارسة هذا النمط المستحدث، فضلاً عن تأثيراته الإيجابية والسلبية، وإشكاليات ممارسته، وتحدياته المستقبلية من منظور المبحوثين من الصحفيين أفراد عينة الدراسة.

1- تصنيف خصائص الصحفيين "عينة الدراسة" وفقاً للبيانات الديموجرافية لكل منهم.
جدول (1)

يوضح تصنيف خصائص الصحفيين "عينة الدراسة" وفقاً للبيانات الديموجرافية لكل منهم

النسبة المئوية	التكرار	خصائص العينة	
67.9	19	ذكر	النوع
32.1	9	أنثى	
٪100	28	المجموع	
50	14	من 28 لأقل من 35	السن
28.6	8	من 35 لأقل من 45	
21.4	6	من 45 لأقل من 55	
٪100	28	المجموع	
92.9	26	جامعي	المؤهل الدراسي
7.1	2	ما فوق الجامعي	
٪100	28	المجموع	
3.6	1	من سنة لأقل من 5 سنوات	الخبرة الصحفية
46.4	13	من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات	
28.6	8	من 10 سنوات لأقل من 15 سنة	
21.4	6	من 15 سنة فأكثر	
٪100	28	المجموع	
32.1	9	قيادات	طبيعة العمل
67.9	19	صحفيون	
٪100	28	المجموع	
57.1	16	مصر	الجنسية
14.3	4	لبنان	
14.3	4	تونس	
14.3	4	الإمارات	
٪100	28	المجموع	

يتضح من البيانات الواردة بالجدول السابق تنوع خصائص الصحفيين "عينة الدراسة". فقد جمعت خصائص العينة بين الذكور والإناث بنسبة 67.9٪ للذكور في مقابل 32.1٪ للإناث؛ وقد يرجع هذا إلى أن "الذكور" هم الفئة الأكثر عملاً في الصحافة. وتركزت العينة في فئة "السن" في المرحلة العمرية "من 28 عاماً لأقل من 35

عاماً" بنسبة 50٪؛ وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن هذه "الفئة العمرية" هي الأنسب للعمل في الصحف والمواقع الإلكترونية، وهم الأكثر والأفضل استخداماً للتقنيات الرقمية لكونهم في مرحلة الشباب؛ الأمر الذي يفسر أيضاً مجيء الفئة العمرية من "45 لأقل من 55 عاماً" في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.4٪. وبالنسبة للمؤهل الدراسي فقد جاءت معظم العينة بواقع 92.9٪ من الحاصلين على شهادات جامعية "بكالوريوس/ ليسانس". أما فيما يتعلق "بالخبرة الصحفية" فقد جاءت النسبة الأكبر من المبحوثين بواقع 46.4٪ للذين تتراوح خبرتهم الصحفية "من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات". وبالنسبة لطبيعة العمل الصحفي فقد جاءت النسبة الغالبة للصحفيين بنسبة 67.9٪ في مقابل القيادات الصحفية بنسبة 32.1٪. وقد احتل الصحفيون المصريون المرتبة الأولى بنسبة 57.1٪ من إجمالي الصحفيين العرب "عينة الدراسة".

2- مدى اهتمام الصحفيين "عينة الدراسة" بالحصول على دورات تدريبية في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي:

كشفت نتائج المقابلات الإلكترونية المتعمقة التي أجراها الباحث مع الصحفيين "عينة الدراسة" عبر تطبيق "Zoom" عن وجود درجة من التفاوت بين المبحوثين فيما يتعلق بمسألة التدريب الصحفي والحصول على دورات تدريبية متخصصة في ممارسة هذا النمط المستحدث من الصحافة؛ حيث أشاد بعض الصحفيين من "عينة الدراسة" أثناء مناقشة الباحث معهم بحرص الإدارة الصحفية واهتمامها بإكسابهم المهارات الرقمية اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي؛ وذلك من خلال حصولهم على الدورات التدريبية المتخصصة؛ وذلك نظراً للمهارات الرقمية الخاصة التي تتطلبها ممارسة هذا النمط من الصحافة، والتي لا بد من توافرها في الصحفي. بينما أرجع البعض الآخر من الصحفيين "عينة الدراسة" انخفاض اهتمامهم بالحصول على دورات تدريبية في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي إلى عدم اقتناع إدارة التحرير بجدوى مثل هذه الدورات على أداء العمل الصحفي، وبالتالي رفض التماس الصحفي لتوفير الوقت أو المال اللازم للحصول على هذه الدورات؛ الأمر الذي يجعل التعلم الذاتي هو السبيل الذي يسلكه بعض الصحفيين من "عينة الدراسة" لتعلم تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي؛ مما ينعكس بدوره على مستوى إجادة هؤلاء الصحفيين لمهارات ممارسة هذا النمط من

الصحافة، وبالتالي ينعكس أيضاً على مستوى أدائهم المهني. وهو ما اتَّفَقَ مع ما توصَّلت إليه دراسة (فراس العزة، 2019م)⁽⁴⁰⁾ من أهمية تدريب وتأهيل الكادر البشريِّ لمواكبة التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال صحافة الذكاء الاصطناعي.

3- كيفية حصول الصحفيين "عينة الدراسة" على دورات تدريبية في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي؟

أكَّدَ غالبية الصحفيين "عينة الدراسة" للباحث أثناء إجرائه للمقابلات الإلكترونية المتعمِّقة معهم على حصولهم على دورات تدريبية في تقنيات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي. غير أن مناقشة الباحث مع الصحفيين "عينة الدراسة" عن كيفية حصولهم على هذه الدورات أظهرت وجودَ تباينٍ بينهم في وسائل الحصول عليها؛ فقد أشار "16" صحفياً- أي ما يزيد عن نصف عينة الدراسة- للباحث إلى حصولهم على دوراتهم التدريبية في تقنيات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من خلال تنظيم الإدارة الصحفية لهذه الدورات، بينما حصل بقية عينة الدراسة والبالغ عددهم "12" صحفياً على دوراتهم التدريبية من خلال "التعلُّم الذاتي"؛ وذلك عبر مواقع الإنترنت المهتمة بنشر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجالات المختلفة، وفي مقدمتها المجال الصحفي كالموقع الإلكتروني لشبكة الصحفيين الدوليين على الإنترنت بما يتيح من موارد عن صحافة الذكاء الاصطناعي، ومنها فرص تدريبية وورش عمل "ON LINE" لمن يرغب في التعلُّم من الصحفيين حول العالم. وموقع الشبكة العربية لمُدَقِّقي المعلومات "AFCN". وموقع مشروع ميتا للصحافة، وأيضاً موقع "مبتكرو مركز نايت للصحافة" التابع للمركز الدولي للصحفيين.

4- ما أهم أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في غرف الأخبار؟ وفيما تستخدم تلك الأدوات؟

التمس الباحث من الصحفيين "عينة الدراسة" أثناء إجرائه للمقابلات الإلكترونية المتعمِّقة معهم عبر تطبيق "Zoom" أن يقوموا بتصنيف أدوات الذكاء الاصطناعي وفقاً للأعمال التي تؤديها تلك الأدوات داخل غرف الأخبار، وقد تعدَّدت وتنوَّعت تلك الأدوات بتعدُّد وتنوع الأعمال والمهام التي تؤديها في غرف الأخبار، وكان بعضها يحمل خطئاً مجانيةً وأخرى مدفوعة، وهي:

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في صناعة المحتوى المكتوب وتحريره وإعادة صياغته،
مثل:

- ❖ Rytr
- ❖ Katteb
- ❖ any word
- ❖ Guinrank

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في صناعة وتحرير الفيديو، مثل:

- ❖ Narakeet
- ❖ Synthesia
- ❖ Surreal Vinci
- ❖ Rawshots
- ❖ Pictory
- ❖ Invideo
- ❖ Fliki.ai

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنشاء وتحرير الصور وتحسين جودتها، مثل:

- ❖ Let's Enhance
- ❖ Vsco
- ❖ My Heritage
- ❖ Dall-E-2
- ❖ Generated Photos
- ❖ MidJourney
- ❖ Bing Image Creator

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في توليد المحتوى الصحفي، مثل:

- ❖ Magic Write
- ❖ help me write
- ❖ copymatic
- ❖ Easy-Peasy

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تدقيق المعلومات وكشف الأخبار الزائفة والصور
والفيديوهات المضبوكة، مثل:

- ❖ Exceed.Ai
- ❖ Logically
- ❖ Alto Analytics
- ❖ The Factual
- ❖ Forensically

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في عمليات البحث العميق وتحليل النصوص وتقديم الملخصات، مثل:

- ❖ Google Scholar
- ❖ Microsoft Academic
- ❖ Semantic Scholar

أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الترجمة والتدقيق اللغوي، مثل:

- ❖ Reverso
- ❖ Grammarly

وفي هذا السياق أشار الصحفي "تركي بن منصور" بموقع "الإمارات اليوم" إلى تطبيق يُدعى "داتاميز" والذي يقدم التنبهات والنصائح المبكرة للأخبار العاجلة في الوقت الحقيقي لغرف الأخبار، ويساعد على تكوين الأخبار الحاسوبية وعرضها؛ بالإضافة من توليد اللغة الطبيعية والذكاء الاصطناعي لإنشاء نصوص إخبارية مكتوبة، ومسموعة، ومرئية، وأيضاً تطبيق "Google Imagen3" والذي يمثل ثورة في تحويل النصوص إلى صور عبر الذكاء الاصطناعي. وفي نفس السياق ذكر الصحفي "أسامة الديب" مدير قسم "Multi Media" بموقع "مصرأوي" أن بعض المواقع والمنصات المدعومة بنماذج الذكاء الاصطناعي المتطورة وآليات عملها كموقع "HyperWrite" الذي يتضمن حزمة من أدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن أن يستخدمها الصحفي في إنجاز بعض الأعمال الصحفية، مثل تلخيص وإعادة صياغة النصوص، وتوليد عناوين جذابة، وكتابة أي نص يريد، وإنشاء منشورات على فيسبوك، وعلى لينكد إن، وموقع "Shortlyai" أيضاً يقدم الحل الأمثل للصحفي للخروج من ما يُطلق عليه "Writer's block"، فما على الصحفي إلا وضع النص الذي كتبه فقط والموقع سيواصل الكتابة، كما يساعد هذا الموقع الصحفي أيضاً في الحصول على أفكار تُعيد له الشغف بمواصلة الكتابة وإتمام عمله. وهناك موقع "Leonardo.Ai" المجاني والذي يوفر العديد من أدوات الذكاء الاصطناعي المميزة لإنشاء وتوليد الصور والفيديوهات والرسوم؛ من خلال الأوامر أو المدخلات النصية التي يقدمها الصحفي؛ حيث يجمع هذا الموقع بين قوة الذكاء الاصطناعي وروح الإبداع، هذا بالإضافة لمنصة "Burst" المدعومة من "Shopify" لتحميل الصور للمواقع والمدونات بجودة عالية ومتنوعة، كما تسهل المنصة

على الصحفي البحث عن الصور المطلوبة مجاناً. وقد استطرد بعض أفراد عينة الدراسة- ونخص بالذكر- الصحفي "أحمد يوسف أبو هارون" بموقع المصري اليوم، الصحفيّة "سارة أبو شادي" بموقع مصراوي، الصحفي "يوسف حاتم" ببوابة الأهرام، الصحفيّة "منى خليفة الحمودي" ببوابة العين الإماراتية؛ أثناء المقابلة في الحديث عن تطبيقات روبوتات الدردشة التي يمكن للصحفي استخدامها في عمله، ومن أمثلة تلك التطبيقات التي ذكروها للباحث.

- ❖ ChatGPT
- ❖ Bard
- ❖ Chat sonic
- ❖ Chinchilla
- ❖ Replika
- ❖ Reve Chat
- ❖ Youchat
- ❖ Perplexity
- ❖ Poe

وقد اتفق معظم المبحوثين على أن تطبيق "ChatGPT" هو أكثر تطبيقات روبوتات الدردشة استخداماً بينهم. وهو ما يتفق مع دراسة (أمل محمد خطاب، 2023م)⁽⁴¹⁾ والتي أشارت في نتائجها إلى عدد من التطبيقات المدعومة بالذكاء الاصطناعي واستخداماتها من قبل الصحفيين بغرف الأخبار، وفي مقدمتها تطبيق "ChatGPT" كأكثر التطبيقات استخداماً بين الصحفيين من أفراد عينة الدراسة.

وهو ما يلائم تفسير نموذج فيجوشاين "Vigo Chaicken2022" لقبول القائم بالاتصال لاستخدام التقنيات الحديثة والذي يرتبط بمستوى إدراك القائم بالاتصال للفوائد الكامنة وراء استخدامه لهذه التقنيات من عدمه- وفقاً لنموذج "V.C.H" بمعنى أنه توجد علاقة طردية بين ارتفاع مستوى وعي الصحفيين بفوائد استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في أداء عملهم وبين قبولهم لتلك التقنيات وإقبالهم على استخدامها، والعكس صحيح.

5 - كيفية توظيف الصحفيين "عينة الدراسة" لروبوت الدردشة "ChatGpt" في غرف الأخبار؟

شهدت المقابلات الإلكترونية المتعمقة التي أجراها الباحثُ عبر تطبيق "Zoom" مع الصحفيين "عينة الدراسة" حول طرق توظيف الصحفيين "عينة الدراسة" لروبوت الدردشة "ChatGpt" في غرف الأخبار اتفاقاً بين بعض أفراد العينة، واختلافاً بين البعض الآخر في طرق توظيفه، وأهمية استخدامه في أداء العمل الصحفي بغرف الأخبار. فتقول "د. رضوى عبد اللطيف"، نائب رئيس تحرير صحيفة الأخبار المصرية ومديرة العلاقات الأكاديمية بمؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف في دبي "استُخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي منذ سنوات في المراحل المختلفة للعمل الصحفي وخاصة في مجالات أتمتة المحتوى، وعمليات النشر، والتوزيع، والتسويق.. وغيرها، حتى وصلنا إلى روبوت الدردشة ChatGpt وهو أحدث نتاج لتعلم الآلة والذي خلق بيئة تفاعلية مع المستخدم، وقدم لنا إجابات متناسقة ومترابطة مدعومة بالمعلومات الإضافية بمجرد ضغطة زر، وذلك في ثوان معدودة؛ فجعل كل من يتعامل معه يشعر أنه يتحدث مع إنسان، فهناك الكثير من المزايا التي يقدمها لنا روبوت الدردشة ChatGpt وهي قدرته على الكتابة الجيدة باللغة العربية، وهي الميزة التي كنا نفتقدها في الكثير من تقنيات الذكاء الاصطناعي في السنوات الماضية؛ حيث كان تعلم الآلة بطيئاً فيما يتعلق باللغة العربية لصعوبتها، وكثرة مفرداتها، ولهجاتها، ولكن تغلب روبوت الدردشة على تلك الصعاب، وأصبح قادراً على جمع المعلومات، وتوليد الأفكار الجديدة، كما أنه قادر على ترجمة النصوص المسموعة أو المكتوبة، ولا يتوقف مزايا استخدام الصحفي لروبوت الدردشة ChatGpt عند هذا الحد، ولكنه يمكن أن يساعد في إنجاز عدد من المهام المختلفة، مثل إنتاج ملخصات للمقالات الطويلة أو التقارير، ويمكن أيضاً أن يستخدم لإنشاء مساعدين إلكترونيين للاستخدام الشخصي أو المهني، أو لتحقيق توصيات مخصصة أو نتائج البحث، هذا بالإضافة إلى قدرته على كتابة المقالات والأبحاث، فضلاً عن الرسائل النصية في كل المجالات والمواضيع، والأكواد البرمجية بلغات البرمجة المختلفة، ويُقدم الحلول لأي حدث أو موضوع يطرحه المستخدم عليه، ولكن على الصحفي أن يراجع النص جيداً ويقوم بتدقيقه قبل النشر، كذلك يستخدم في

الاستشارات والدعم الفني، والتخطيط الزمني وإدارة المهام، والتسويق والإعلان. وقد أشار "د/ عادل اللقاني" الصحفي بالأهرام ورئيس تحرير مجلة "لغة العصر" سابقاً أثناء المقابلة إلى سلبية استخدام "روبوتات الدردشة" في العمل الصحفي، قائلاً: "من الأهمية بمكان عدم الاعتماد الكلي على روبوتات الدردشة في العمل الصحفي؛ لأن هذه الأدوات أخذت معلوماتها من عدة مستخدمين، فضلاً عن قاعدة البيانات التي وضعها مُصنَّعها في البداية، وبالتالي فمن المحتمل العثور على معلومات، وسياقات خاطئة، هذا بالإضافة إلى احتمالية إنتاج نسخ متطابقة من الموضوعات؛ وذلك في حالة اعتماد جموع الصحفيين على نفس المعلومات المستمدة من قاعدة بيانات روبوتات الدردشة، وهو ما يتعارض بالطبع مع طبيعة مهنة الصحافة القائمة على الإبداع والابتكار". ونوه الصحفي "محمد إبراهيم الدسوقي" رئيس تحرير بوابة الأهرام للباحث خلال المقابلة إلى المشكلة الأخلاقية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، قائلاً: "إننا لم نحلّ حتى الآن معضلة أخلاقيات الذكاء الاصطناعي الذي يستبيح بيانات كثير من المستخدمين، ولكن ما يميز مهنة الصحافة هو وجود قوانين وكيانات منظمة للعمل الصحفي ومدونات سلوك مهنية، وبالرغم من أن البعض قد يغفل تطبيقها، ولكنها تنظم وجودها وتردع من يخالف قوانينها". وهو ما اتفق مع ما توصلت إليه دراسة "Borges-Rey, 2023"⁽⁴²⁾ حول سلبية استخدام روبوتات الدردشة بغرف الأخبار والتي أظهرت نتائجها أن العديد من الصحفيين يواجهون درجة من التردد في الاعتماد بدرجة كبيرة على روبوتات الدردشة في إنتاج قصصهم الإخبارية خوفاً من حدوث بعض الأخطاء التي قد يترتب عليها مشاكل أخلاقية، أو قانونية، أو مهنية.

6- في رأيك. كيف يمكن زيادة فعالية النصوص التي يقدمها روبوت الدردشة "ChatGpt" للصحفيين بغرف الأخبار؟

أشار كلٌّ من الصحفي "عمرو أحمد الأنصاري" مدير التحرير الرقمي ببوابة روزاليوسف، الصحفية "إيمان مبروك" مديرة وحدة "الوسائط المتعددة" بموقع المصري اليوم، وكذلك الصحفي "عبد الله أبو ضيف" بنفس الموقع، الصحفية "روزانا بومنصف" ببوابة تونس الإخبارية، الصحفية "عائشة الكعبي" بموقع الاتحاد الإماراتي- من أفراد

عينة الدراسة- خلال إجراء المقابلة الإلكترونية عبر تطبيق "Zoom" مع الباحث إلى بعض الخطوات الاسترشادية لاستخدام الصحفي لروبوت الدردشة "ChatGpt" بغرف الأخبار والتي قد تساعده عند اتباعها في زيادة فعالية النصوص التي يقدمها له "ChatGpt" بغرف الأخبار، وتلك الخطوات هي:

* اطلب من "ChatGpt" أن يتجنب كل المحادثات السابقة في حال وجودها؛ وذلك لأن الأوامر السابقة قد تؤثر في النصوص الجديدة ودقة الرد.

* اطلب من "ChatGpt" أن يتقمص شخصية خبير في المجال الذي تسأله عنه مع بلورتك لسؤال محدد وواضح.

* حدد "ChatGpt" مهمة واضحة ليتسنى له إعطاءك رد واضح ومحدد بناءً على طلبك.

* ضع له شروطاً يتيقّد بها لزيادة فرصة حصولك على الجواب الأمثل والأدق.

* وأخيراً اسأله ما إذا كان فهم تعليماتك له بوضوح؛ وذلك لفتح المجال أمامه لسؤالك عن أي أمر قد لا يكون واضحاً بالنسبة له.

7- في رأيك من يقود إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار؟
شهدت المناقشات- التي أجراها الباحث مع الصحفيين "عينة الدراسة" أثناء المقابلات الإلكترونية المتعمّقة عبر تطبيق "Zoom"- حول من يقود إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار اتفاقاً بين ما يقرب من نصف المبحوثين خلال المقابلة "12" صحفياً بنسبة بلغت "42%" من إجمالي مفردات عينة الدراسة على أن "الإدارة الصحفية" هي المنوط بها إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار؛ من خلال توفيرها التمويل المالي اللازم لشراء الأجهزة الرقمية المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحديث غرف الأخبار بها؛ فضلاً عن تشجيع الصحفيين على إجادّة المهارات الرقمية الخاصة بممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي؛ وذلك من خلال تنظيم "الإدارة الصحفية" للدورات التدريبية الملائمة لممارسة هذا النمط المستحدث من الصحافة، بالإضافة إلى تقديم الدعم المعنوي والامتياز المادي للصحفيين الذين يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أداء عملهم الصحفي داخل غرف الأخبار.

بينما يرى "9" صحفيين بنسبة بلغت "31%" من أفراد العينة أن فرق التقنية والبيانات "المبرمجون" هم المسؤولون عن تطوير البنية التكنولوجية لغرف الأخبار من خلال دعمها بتقنيات الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن تقديم الدعم الفني والتقني للصحفيين كلما لزم الأمر ذلك. في حين يعتقد "7" من المبحوثين بنسبة بلغت "27%" من إجمالي "عينة الدراسة" أن "الصحفيين" أنفسهم باعتبارهم منتجي المادة الصحفية وصناع المحتوى هم من يقود إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار؛ من خلال التطوير من أدائهم المهني عبر إكسابهم لمهارات جديدة تؤهلهم لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (أميرة محمد محمد، 2024م)⁽⁴³⁾ والتي أظهرت وعي الصحفيين بأهمية الدور الذي تقوم به الإدارة العليا للمؤسسة الصحفية في تزويد غرف الأخبار بتطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ وذلك من خلال اهتمام الإدارة الصحفية بتطوير البنية التحتية تقنياً لغرف الأخبار، وتأهيل الكادر البشري على ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي.

8- ما المهارات التقنية اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين "عينة الدراسة"؟

اختلف الصحفيون من أفراد العينة - أثناء تطبيق الباحث لدليل المقابلات المتعمقة معهم - في سرد قائمة بمجموعة المهارات الرقمية التي ينبغي للصحفي اكتسابها حتى يتسنى له ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. وبعد مناقشة الباحث للصحفيين "عينة الدراسة" فيما طرحوه من مهارات مختلفة استطاع الباحث استخلاص بعض المهارات التقنية التي لقيت اتفاقاً بين غالبية أفراد عينة الدراسة؛ حيث قام الباحث بإعدادها في قائمة وعرضها عليهم وأخذ موافقتهم عليها، وقد كانت كالتالي:

- مهارة استخدام خرائط جوجل "Google Maps".
- مهارة توظيف تطبيقات الترجمة الآلية.
- مهارة إدارة الشبكات الرقمية وتوزيع المحتوى عبر المنصات المتعددة.
- مهارة التسويق الرقمي والنشر المكتبي.
- مهارة التعامل مع تقنيات الكشف عن الأخبار الزائفة.
- مهارة التعامل مع البيانات الضخمة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "Stavelin & Karisen, 2025"⁽⁴⁴⁾ والتي أشارت في نتائجها إلى المهارات الرقمية والأدوات التكنولوجية اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي.

9- ما دوافع ممارسة الصحفيين "عينة الدراسة" لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؟

أظهرت المناقشات التي أجراها الباحث مع الصحفيين "عينة الدراسة" خلال المقابلات الإلكترونية المتعمقة عبر تطبيق "Zoom" - حول دوافع استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في أداء بعض الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار تعدداً وتنوعاً في دوافع استخدامات الباحثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، فقد اتفق معظم أفراد عينة الدراسة "26 صحفياً" بنسبة بلغت "93%" تقريباً من إجمالي الباحثين على أن أهم دوافع ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار تتمثل في "سعيهم إلى تطوير المحتوى الصحفي بشكل عام، والسرعة العالية والدقة التي تتيحها تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في عملية التغطية والكتابة الصحفية، فضلاً عن التخلص من الأعمال الروتينية قدر الإمكان، هذا بالإضافة إلى مواجهة الزيادة المطردة في عدد الأخبار التي يجب تغطيتها والتحقق من صحة المعلومات والأخبار خاصة المنشور منها على مواقع التواصل الاجتماعي".

وقد أشار بعض أفراد عينة الدراسة من الصحفيين- "محمد عمارة" بموقع مصراوي، "محمد عبد السلام" ببوابة الأهرام، "سعيد الوشاحي" بموقع البيان الإماراتي، "حسين صبرا" بموقع النهار العربي اللبناني- خلال إجراء المقابلة الإلكترونية معهم إلى ما تؤدي إليه ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من تحقيق "التميز المهني" للصحفي بين أقرانه الصحفيين داخل غرف الأخبار وفي الوسط الإعلامي بشكل عام؛ باعتبار أن صحافة الذكاء الاصطناعي نمطٌ مُستحدثٌ على بيئة الصحافة العربية، بالإضافة إلى أن تعلم المهارات التقنية الجديدة الخاصة بصحافة الذكاء الاصطناعي من شأنها أن ترفع من مستوى الأداء المهني للصحفي، وأن تفتح أمامه فرصاً لآفاق مهنية أفضل؛ مما يساعد على أداء العمل الصحفي وتطويره، وبالتالي تقديم خدمة صحفية مميزة لجمهور القراء. الأمر الذي أكدت عليه العديد من الدراسات العلمية، نذكر منها دراسة "Abelson & Keller, 2024"⁽⁴⁵⁾ والتي أثبتت أن الصحفيين في غرف الأخبار الذكية

أكثر قدرة على تحقيق نجاح في التواصل مع الجمهور والاحتفاظ به؛ نتيجة قدرتهم على القيام بإعداد مادة صحفية ونشرها على عدة منصات إعلامية. ودراسة "SueRobinson,2020"⁽⁴⁶⁾ والتي أشارت نتائجها إلى تميز الصحفيين ذوي المهارات التقنية في التسلسل الهرمي لغرفة الأخبار. ودراسة Whittaker, J.,& Whittaker, J.P.,2016"⁽⁴⁷⁾ والتي توصلت إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي ستساعد في الكشف عن الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيس بوك. ويرى الباحث أن استجابات المبحوثين من الصحفيين على دوافع ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي تتفق مع متغيرات نموذج قبول التكنولوجيا "T.A.M" خاصة فيما يتعلق "بالمنفعة المدركة" والتي تعني إدراك الفرد أن استخدام نظام محدد سيحقق له أداءً وظيفياً أفضل ضمن السياق التنظيمي، والذي يعني هنا ما أكد عليه أفراد عينة الدراسة من الصحفيين للباحث خلال المقابلات أن من أهم دوافع ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار يتمثل في أنها تفتح أمام الصحفي فرصاً لأفاق مهنية أفضل؛ مما يساعد على أداء العمل الصحفي وتطويره، ومن ثم تحقيق "التميز المهني لهم بين أقرانهم داخل غرف الأخبار".

10- كيف يوظف الصحفيون "عينة الدراسة" آليات الذكاء الاصطناعي في أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار؟

وفي هذا السياق أشارت جميع المقابلات التي أجراها الباحث مع الصحفيين من أفراد عينة الدراسة إلى أن مجالات توظيفهم لآليات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تمثلت في جمع المادة الصحفية وتحريرها، وإنتاج الأخبار خاصة الاقتصادية والخدمية منها، وقراءتها بشكل آلي على الجمهور، وإدارة المحتوى الصحفي دون تدخل بشري، ونشره على منصات التواصل الاجتماعي بشكل آلي، وأيضاً الرد الآلي ومتابعة التعليقات الخاصة بجمهور القراء على الموقع الصحفي، هذا بالإضافة إلى التحقق من الصور والفيديوهات خاصة المنشور منها على الشبكات الاجتماعية المختلفة؛ حيث أكد الصحفيون "عينة الدراسة" للباحث أثناء المقابلة على قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي على التعامل مع كم كبير من المعلومات والبيانات، وتحليلها، وترجمتها آلياً إلى أكثر من لغة، ونشرها للجمهور بسرعة فائقة؛ مما

يساعدهم على تفرّغهم للقيام بالمهام التحريرية التي تعتمد على التفسير، والتعمق، والتحليل، والتفكير النقدي. وفي هذا السياق سرد "محمود نجم" الصحفي الاقتصادي بموقع القاهرة "24" الإخباري للباحث أثناء إجراءاته للمقابلة معه تجربة الموقع في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرفة الأخبار في عدة مجالات، ومنها إنتاج الأخبار الاقتصادية دون أي تدخل بشري، أو ما يسمى نظام "الأتمتة"؛ وذلك من خلال استحداث برنامج يعمل على تحويل الأرقام إلى بيانات صحفية دون تدخل بشري، حيث يختار البرنامج المدلول اللغوي المناسب للأرقام ليقوم بترجمتها على الفور لإنتاج البيانات الاقتصادية بنظام "الأتمتة"، وقد قمنا في موقع القاهرة "24" الإخباري بتجربة البرنامج لمدة تسعة شهور، ثم قمنا بتوصيل البرنامج على الموقع لكي يقوم بتغذية الموقع بالبيانات الاقتصادية، وكل يوم نقوم بعمل تحديثات كثيرة في البرنامج، حتى نتمكن من تغطية القطاع الاقتصادي، وعلى صعيد آخر قمنا بنشر بيانات التوظيف بتقنية "الأتمتة" أيضاً. ويضيف "نجم" للباحث قائلاً: ليس هذا فحسب، بل نقوم بتوظيف آليات وتقنيات الذكاء الاصطناعي أيضاً لقراءة الأخبار المنشورة في المواقع الإخبارية، ومواقع الطقس، والمواقع الاقتصادية؛ وذلك من أجل إنتاج تقارير صحفية بنظام "الأتمتة". وقد سرد الصحفي "نبيل الجبوري" بموقع النهار العربي اللبناني للباحث خلال إجراءاته للمقابلة الإلكترونية معه تجربتهم في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالموقع قائلاً: "قمنا في موقع النهار العربي بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي- تحت إشراف بشري دقيق- لتحويل كلماتنا المكتوبة إلى تجربة سمعية غنية؛ وذلك بهدف جعل محتوانا الإعلامي في متناول الجميع. ولم تخل هذه التجربة من بعض التحديات بدءاً من محاولة تطويع الخوارزميات، والتي تحبذ الكلام باللغة الإنجليزية، لاستيعاب محتوانا المكتوب بالعربية، إلى معضلة ابتكار نسخ صوتية تحافظ على أصالة النبرة البشرية، وقد استعنا بأحدث إصدارات GPT-4 لصياغة ملخصات تحترم خصوصية اللغة العربية وتعقيدياتها، فيما وفّرت Eleven Labs تقنية استتساخ الأصوات؛ لتساعدنا على إيصال دفء الحضور الإنساني الذي نصبو إليه". وفي نفس السياق تحدّث الصحفي "تركي بن منصور" عن تخصيص الإدارة الصحفية لموقع "الإمارات اليوم" قسم خاص بالذكاء الاصطناعي؛ حيث يوظّف القسم

تقنية "الواقع المعزز" في عرض المادة التحريرية، إضافة إلى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إجراء الإحصاءات، وتحليل البيانات الضخمة، وربط البيانات ببعضها، وإتاحة الفرصة لجمهور القراء للتعبير عن وجهة نظره فيما يتم نشره من قضايا، وإتاحة فرصة التواصل من خلال الشات والدردشة الآلية، وكذلك نشر الأخبار والتقارير بطريقة آلية على الموقع. وهو ما يتفق مع دراسة⁽⁴⁸⁾ "Series T.B,2021" والتي أشارت في نتائجها إلى أن التطبيقات الذكية ساعدت على زيادة الإنتاجية، والكفاءة، والفرص الإبداعية، وتحسين سير العمل داخل غرف الأخبار، وإنشاء المحتوى الآلي وربطه بالأرشيف. هذا ويرى الباحث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قد طورت من الآليات الخاصة بأداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار؛ الأمر الذي من شأنه أن يؤكد على ضرورة العمل على تطوير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار المؤسسات الصحفية العربية؛ لتحقيق الاستفادة المثلى من هذه التقنيات في تطوير المحتوى الصحفي داخل غرف الأخبار بشكل أفضل.

11- ما طبيعة المحتوى الصحفي الذي يفضل الصحفيون "عينه الدراسة" استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديمه؟

كشفت نتائج المقابلات الإلكترونية المتعمقة- التي أجراها الباحث مع الصحفيين "عينه الدراسة" عبر تطبيق "Zoom"- حول طبيعة المحتوى الصحفي التي يفضل أفراد العينة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إعداد داخل غرف الأخبار عن اتفاق بين معظم المبحوثين "24" صحفياً بنسبة بلغت "98%" تقريباً من إجمالي العينة على تفضيل الصحفيين "عينه الدراسة" استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الصحفي الاقتصادي. وبسؤال الباحث لهم عن أسباب ذلك؟ أجابوا بأن طبيعة الموضوعات الاقتصادية تتلائم مع تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ فتلك الموضوعات تعتمد على البيانات والأرقام والإحصاءات القابلة للتحويل إلى نصوص صحفية، فضلاً عن أن الموضوعات الاقتصادية ثابتة في ميعاد النشر، كما أنها محددة المصدر كأخبار البورصة وسعر الصرف في البنوك المختلفة؛ الأمر الذي يتحقق في الصحافة الاقتصادية، وينطبق أيضاً على الموضوعات الخدمية كأخبار الطقس مثلاً بصورة أكبر من غيرها كالموضوعات السياسية، والعلمية، والفنية، والتي تحتاج صياغتها إلى عمق في المعرفة،

ومزيد من التحليل، والتفسير، والشرح، أكثر من اعتمادها على الأرقام والإحصاءات، وهو ما لا تقدمه أدوات الذكاء الاصطناعي، ولهذا تستخدم المؤسسات الصحفية تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج التقارير اليومية التي تتضمن أحوال الطقس، ودرجات الحرارة، ومتابعة أسواق المال، وكل ما له علاقة بالأرقام ولا يحتاج لكتابة إبداعية. وفي هذا الصدد يذكر الصحفي "سعيد الوشاحي" بموقع البيان الإماراتي للباحث خلال المقابلة الإلكترونية أمثلة على طبيعة المواد الصحفية التي يتم إنتاجها بغرفة أخبارالموقع من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي تشمل إنتاج بيانات أسواق الأسهم، والعملات، والوظائف دون تدخل بشري "بنظام الأتمتة". وتشمل أيضاً تغطية أخبار كافة الهيئات والمؤسسات الرسمية، ومختلف منصات التواصل الاجتماعي، وحسابات الشخصيات العامة، بالإضافة إلى إنتاج البيانات الخاصة بأسواق العقارات، والتجارة الإلكترونية، وكذلك إنتاج نشرات اقتصادية وإخبارية شاملة". الأمر الذي أكدت عليه دراسة "Ekaterina Pashevich, 2018"⁽⁴⁹⁾ عن تبني غرف الأخبار في كوريا الجنوبية لصحافة الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها على الممارسات المهنية والمحتوى الصحفي. والتي توصلت إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي تسهم في أتمتة المهام الروتينية بسرعة ودقة، وتفرغ الصحفيين داخل غرف الأخبار للمهام الإبداعية، وتقدم قصصاً إخبارية باستخدام خوارزميات التخصيص "Personalization Algorithms" ويرى الباحث أن هذه الرؤية للمبحوثين تتفق مع التوجه العام العالمي في ممارسة الصحفيين لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؛ حيث بدأت التجارب العالمية في هذا المجال بالصحافة الاقتصادية، وأخبار الطقس، والزلازل.

12- ما أكثر الفنون الصحفية تطوراً داخل غرف الأخبار بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المبحوثين؟

أجمع الصحفيون "عينة الدراسة" خلال إجراء الباحث للمقابلات الإلكترونية معهم على أن الفنون الصحفية الإخبارية "الخبر والتقرير" تعد أكثر الأشكال الصحفية تطوراً في غرف الأخبار بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي. وباستفسار الباحث منهم عن أسباب ذلك من وجهة نظرهم: أوضح الصحفيون أفراد عينة الدراسة وجهة نظرهم والتي ترجع إلى أن الأشكال الإخبارية لا تحتاج إلى برمجة لغوية معقدة من قبل المبرمجين، كما أن

أعادة صياغتها ونشرها من مصدر الخبر لا يحتاج إلى جهد؛ حيث تنتشر أدوات الذكاء الاصطناعي القادرة على إعادة الصياغة والتصحيح اللغوي؛ الأمر الذي من شأنه تطوير الأشكال الإخبارية، كذلك شهدت الرسوم البيانية "الإنفوجراف" تطوراً بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ مما انعكس بالإيجاب على صحافة البيانات. فهناك العديد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل موقع "Leonardo.ai" المجاني والذي يوفر العديد من أدوات الذكاء الاصطناعي المميزة لإنشاء وتوليد الصور، والفيديوهات، والرسوم، بواسطة الذكاء الاصطناعي؛ من خلال الأوامر أو المدخلات النصية التي يقدمها الصحفي المستخدم لتصميم الرسوم البيانية؛ الأمر الذي يختلف كلياً بالنسبة للأشكال التفسيرية "كالحوار الصحفي، والتحقيق الصحفي". فتقنيات الذكاء الاصطناعي ومنها أدوات البرمجة اللغوية مصممة بأنها لا تعطي آراء حول قضايا معينة، وهو ما يحتاج إليه "الحوار الصحفي" و"التحقيق الصحفي"؛ الأمر الذي يمكن من خلاله تفسير إجابات الصحفيين "عينة الدراسة" عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في إنتاج الأشكال الصحفية التفسيرية. وفي هذا السياق أفاد الصحفي التونسي محمد غساني "بموقع آخر خبر أونلاين: أن الصحفي يمكن له أن يستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في جمع وتحليل المعلومات والمادة الصحفية اللازمة لإعداد الحوار أو التحقيق الصحفي، كذلك يصح له توظيف تلك الأدوات في التحقق من بعض المعلومات أي كانت تلك المعلومات "نصوص، صور، فيديوهات" وأيضاً في إعادة الصياغة التي سيتضمنها الحوار أو التحقيق الصحفي. وهو ما يتفق مع نتيجة دراسة "Bingjie" (50)

Liu,2017 والتي اختبرت تصورات القراء الأمريكيين لدور "الربوت تايمز نيوز" ككاتب للقصص الإخبارية، وقد أسفرت الدراسة عن إيجابية القراء الأمريكيين تجاه الأخبار الجادة المكتوبة آلياً.

13- من واقع ممارستك المهنية لصحافة الذكاء الاصطناعي، كيف يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي دعم مهام الصحفيين داخل غرف الأخبار؟

شهدت المقابلات الإلكترونية المتعمقة عبر تطبيق "Zoom" مناقشات بين الباحث والصحفيين "أفراد عينة الدراسة" من جهة وبين الصحفيين أنفسهم من جهة أخرى. وقد كشفت تلك المناقشات للباحث عن وجود تعدد وتنوع في رؤية المبحوثين للمهام الصحفية

التي يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي دعم الصحفيين من خلال أدائها عنهم في غرف الأخبار. وقد أمكن للباحث بلورتها في ثلاث مهام رئيسة وعرضها على الصحفيين "عينة الدراسة" وأخذ موافقتهم عليها، وهي:

- أولاً: مهام تتعلق بعملية البحث عن أخبار: من خلال التحقق من صحة الأخبار، ورصد الأحداث فور وقوعها، وترجمة مصادر الأخبار الأجنبية، وجمع المشاركات ذات الصلة من وسائل التواصل الاجتماعي، والبحث ضمن القصص والتقارير والسجلات المؤرشفة للعثور على معلومات إضافية.

- ثانياً: مهام تتعلق بعملية كتابة المقالات: من خلال اقتراح تصحيحات نحوية، وتحسينات في الصياغة، وتخصيص مقالات لمجموعة متنوعة من شرائح الجمهور المختلفة.

- ثالثاً: مهام تتعلق بعملية النشر والتوزيع: من خلال تحليل الأخبار ووضع علامات على الأخبار المهمة تلقائياً، بحسب تصنيف الموضوعات بحيث يتسنى للقراء الذين يتابعون عادة مواضيع مشابهة العثور على محتوى في دائرة اهتمامهم، وبالتالي تساعدنا تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوصول إلى جمهورٍ أوسع من جهة، وجمهورٍ محددٍ ومستهدف بشكل خاص من جهة أخرى.

وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (قاسم أبو زيد، 2022م)⁽⁵¹⁾ والتي خلُصت إلى أن للذكاء الاصطناعي تأثيرات إيجابية داخل غرف الأخبار كالسرعة في النشر والتوزيع، والتنوع في التقارير الإخبارية. ويرى الباحث أن وعي أفراد عينة الدراسة بالمهام التي يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي دعم الصحفيين من خلال أدائها عنهم في غرف الأخبار يتفق مع متغيرات نموذج قبول التكنولوجيا "T.A.M" خاصة فيما يتعلق بمتغير "سهولة الاستخدام المدركة" وهو مقدار الجهد المبذول لاستخدام التقنية مقارنة بالعائد منها في النظام، والذي نعني به هنا قبول استخدام الصحفيين "عينة الدراسة" لأدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في أداء تلك المهام السابق ذكرها.

14- في رأيك، ما العوامل المؤثرة على نجاح وانتشار ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين داخل غرف الأخبار؟

وفي هذا الإطار أشارت جميع المقابلات الإلكترونية المتعمقة التي أجراها الباحث مع الصحفيين "عينة الدراسة" عبر تطبيق "Zoom" إلى عدة عوامل مؤثرة يعطي توافرها مؤشراً قوياً على نجاح وانتشار ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين في غرف الأخبار، وذلك من وجهة نظر المبحوثين، يأتي في مقدمتها "العوامل التكنولوجية" والتي تتطلب توفر بنية إلكترونية حديثة وبنية قوية لشبكات الإنترنت والاتصالات لدى المؤسسات الصحفية كغرف الأخبار الرقمية، والتي تضم كافة أقسام الصحيفة أو الموقع في غرفة واحدة، وتعمل على توزيع المحتوى الصحفي المنتج آلياً للعديد من المنصات في وقت واحد. وفي هذا السياق أفاد "إيهاب الزلاقي" رئيس التحرير التنفيذي بموقع المصري اليوم سابقاً للباحث خلال المقابلة: "أن فلسفة الصحافة الآلية تقوم في الأساس على مدى توافر العامل التكنولوجي، فبقدر حداثة التكنولوجيا وحجم السعي لامتلاكها والإدراك الكامل لأهميتها؛ سواء من جانب الإدارة الصحفية، أو من جانب الصحفيين أنفسهم؛ تتحقق النجاحات لاستخدامها وانتشارها في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار؛ الأمر الذي أكدته عليه دراسة (أميرة محمد محمد، 2024م)⁽⁵²⁾ والتي أشارت في نتائجها إلى أن التطوير التقني للبنية التحتية لغرف الأخبار يعد من أهم المتطلبات التقنية اللازمة للنجاح في توظيف الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار. ثم استطرد الصحفيون "عينة الدراسة" إلى الحديث عن أهمية وجود العوامل القانونية والمتمثلة في التشريعات والتي توفر الغطاء الشرعي لتنظيم عمل هذا النوع من التكنولوجيا، على حد تعبير الصحفية التونسية "كريمة داغراش" بموقع الصباح نيوز. فقدرتها على محاكاة ذكاء البشر وتطورها المستمر في هذا الشأن يجعل خروجها عن الإطار القانوني يعظم من خطورتها، ليس على حرفة الصحافة فحسب، بل على المجتمع بأكمله. وتطرقت المناقشات بين الباحث والصحفيين "عينة الدراسة" أثناء إجراءات للمقابلات معهم إلى "العوامل المهنية" والمتعلقة بحقيقة سعي المؤسسات الصحفية العربية لتطبيق هذه التكنولوجيا، ومدى إدراك الإدارة الصحفية لأهميتها؛ وذلك من خلال تشجيع الصحفيين وتخصيص بعض الامتيازات المادية والمعنوية لهم؛ لتبني أدوات الذكاء

الاصطناعي في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار. ولا يمكن أن يتأتى هذا بدون توافر العوامل الاقتصادية المرتبطة بالقوة المالية للمؤسسات الصحفية العربية، والتي من شأنها أن تمكن تلك المؤسسات من امتلاك تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار. كما أكد الصحفي "محمد إبراهيم الدسوقي" للباحث خلال المقابلة على أهمية العوامل الاجتماعية والمتعلقة بمدى تقبل الجمهور للمحتوى الصحفي المنتج آلياً، ومستوى مصداقية هذا المحتوى الصحفي لديهم، موضحاً ذلك بقوله: "كلما كنت أكثر شفافية بشأن هذا الأمر، كان الجمهور أكثر استعداداً لتقبل استخدام الذكاء الاصطناعي". ويرى الباحث أنه لا يتأتى ذلك إلا من خلال التواصل مع الجمهور بشأن كيفية وأسباب استخدام غرف الأخبار للذكاء الاصطناعي؛ وذلك لبناء الثقة مع الجماهير. هذا وقد استخلص الباحث من مناقشته مع المبحوثين حول العوامل المؤثرة في نجاح وانتشار ممارسة الصحفيين لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. إن تلك العوامل سواء كانت "تكنولوجية، أو اقتصادية، أو قانونية، أو اجتماعية" ما هي إلا منظومة متكاملة يكمل كل منها الآخر، ويتأثر به ويؤثر فيه، وأن هناك علاقة طردية بين مدى توفر تلك العوامل سواء في البيئة الداخلية أو الخارجية للمؤسسة الصحفية وبين نجاح الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي وانتشار ممارستها بينهم داخل غرف الأخبار. وهو ما حدا بالباحث إلى الاتفاق مع "Vigo Chaicken" في رؤيته لتفسير سلوك القائم بالاتصال تجاه التكنولوجيا، والتنبؤ بمدى تقبله لها وتوجهاته نحوها؛ وذلك في ضوء العوامل الخارجية للمجتمع، والتي قد تؤثر على هذه التوجهات للقائم بالاتصال نحو التكنولوجيا.

15- ما التأثيرات الإيجابية الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار من منظور الصحفيين "عينة الدراسة"؟

يرى جميع الصحفيين أفراد عينة الدراسة أثناء إجراء الباحث للمقابلات الإلكترونية المتعمقة معهم عبر تطبيق "Zoom" أن هناك عدّة تأثيرات إيجابية لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي في أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار، وأن التأثيرات الإيجابية لهذه الممارسة تعود بالنفع ليس على الصحفيين الممارسين لصحافة الذكاء الاصطناعي فحسب، بل تعود بالنفع على مؤسساتهم الصحفية العاملين بها، وعلى

جمهورهم أيضاً، وهو ما أكد عليه الصحفي "مجدي الجلاد" رئيس تحرير مؤسسة "أونا" للصحافة والإعلام للباحث أثناء إجراء المقابلة الإلكترونية معه قائلاً: "تستفيد المؤسسات الصحفية والإخبارية من تأثيرات الذكاء الاصطناعي خاصة فيما يتعلق بتطوير المحتوى الصحفي عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، وتسهم أيضاً في تحسين المعالجات المهنية للقصص الخبرية؛ من خلال جمع وتحرير المعلومات والبيانات من مصادر مختلفة، والذي يحدث إلكترونياً دون التدخل البشري من جانب المحررين؛ مما من شأنه أن يعمل على زيادة جودة المنتج الصحفي بواسطة إثرائه بالخلفيات والمعلومات الموثوقة، والعمل على توسيع نطاق التغطية الصحفية لتوفير الوقت والجهد، ونشرها للمستخدمين بسرعة فائقة هذا من جانب، من جانب آخر تقدير وتحليل الاتجاهات المعقدة للأحداث بصورة سريعة تنبؤية، كما يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لمساعدة العاملين في مجال الصحافة على تحديد الأخبار الزائفة؛ مما يمنح المحررين الفرصة لبناء التقارير بشكل متوازن وموضوعي غير متحيز، مستعدين إلى تحليل المعلومات الدقيق وليس العاطفة الشخصية أو المسيسة، وسيكون لذلك تأثيرات إيجابية على تلك المؤسسات، منها على سبيل المثال لا الحصر: تطوير مخرجاتها الإخبارية للصمود في وجه التنافس الإعلامي الشرس، وأهم من ذلك تطوير الأداء المهني للصحفيين وقدراتهم بما يوائم متطلبات المستقبل الجديد. فتقنيات الذكاء الاصطناعي تتميز بقدرتها على إنتاج المحتوى بشكل أسرع وبلغات متعددة وبأعداد أكبر. وربما مع عدد أقل من الأخطاء والتحيز؛ مما يؤدي إلى تحسين جودة الأخبار ودقتها، والتغلب أيضاً على مشكلة "الأخبار الزائفة". ليس هذا فحسب، بل توفير قدر كبير من التكلفة المالية التي تحتاجها المؤسسات الصحفية لإعداد تقارير وقصص صحفية قوية، خاصة للموضوعات والأحداث الجادة مثل الأزمات السياسية، وأخبار الحروب، والكوارث. علاوة على ذلك يمكن للمؤسسات الإخبارية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات، والنشر مع فرز واختيار وتصفية الأولويات، ووضع علامات على المقالات تلقائياً. وتوفر هذه النظم مزايا عديدة، منها تعزيز علاقات

المؤسسات الصحفية مع جمهورها؛ من خلال تزويدهم بسياقٍ شخصي وفقاً لموقعهم أو تفضيلاتهم. وفي هذا السياق يرى الصحفي "محمد غساني" أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار أنها توفر للصحفيين الممارسين لها بيئة عمل أكثر راحة من خلال تيسير أداء العمل الصحفي بغرف الأخبار. فتلك التقنيات تعمل على تغيير أدوار الصحفيين داخل غرف الأخبار بتفريغهم للمهام الإبداعية والبُعد عن المهام الروتينية، كما تساهم في تقديم محتوى صحفي عالي الدقة، واختيار أنسب طرق النشر وأسرعها وصولاً للجمهور المستهدف، وتوفير الأدوات المناسبة للتحليل والرصد وتقديم النتائج الدقيقة؛ لذا فإن صحافة الذكاء الاصطناعي سوف تسود عملية تطوير أداء العمل الصحفي بمعالجتها التلقائية للبيانات، وتوليد المحتوى الصحفي وخلق تجارب مميزة مع الجمهور. وفي سياق متصل أفاد "د/ عادل اللقاني" أثناء المقابلة مع الباحث بوجود تأثيرات إيجابية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على ممارسة المهنة وأداء العمل الصحفي وتذليل معوقاته، فالذكاء الاصطناعي س يدعم إنجاز المهام المعقدة بسرعة وكفاءة وموضوعية؛ لكونه يشمل كافة العمليات والإجراءات التي تساهم في الحصول على أخبار وتحليلات لا يستطيع الصحفي البشري الوصول إليها، والإسراع من عمليات البحث، وتقديم خدمات صحفية مزودة بالبيانات الضخمة، والوصول لقاعدة جماهيرية أوسع من خلال توزيع المحتوى الصحفي وفقاً لاحتياجات القراء، كما ستعمل على تحسين أداء العمل الصحفي. فالخوارزميات يمكن أن تساعد الصحفيين على ترتيب النصوص، وتصنيفها، وصياغتها بسرعة لا يمكن تصورها، والتعامل مع الكم الهائل من البيانات والمعلومات ومعالجتها آلياً، ليس هذا فحسب، بل إن تقنيات تعلم الآلة كيفية معالجة وإنتاج اللغات المختلفة سيجعل تطبيقات الذكاء الاصطناعي تقوم بإنتاج نصوص أكثر تطوراً بمراحل، وأنه في الغد القريب ستكون هناك عبارة نقرأها إلى جانب التقارير "قامت خوارزمية بتحرير هذا النص"، وسيتم الاعتماد بشكل متزايد على أدوات التفريغ الأتوماتيكية "Automated Transcription Service"؛ مما يساعد الصحفيين على التفريغ لأداء الأعمال الإبداعية داخل غرف الأخبار. وفي نفس السياق عبرت الصحفية "لينا فخر الدين" بموقع الشرق اللبناني عن

اعتقادها بأن تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي ستساعد على إعادة تشكيل مجال الإنتاج الإخباري؛ من خلال رفع مستوى جودة المحتوى الإخباري، وتعميق التفاعل بين الجمهور والقائمين بالاتصال من الصحفيين الممارسين لصحافة الذكاء الاصطناعي. وتتماشى هذه النتائج مع ما توصلت إليه نتائج العديد من الدراسات العلمية، نذكر منها دراسة (علياء عبد الفتاح رمضان، 2021م)⁽⁵³⁾ والتي توصلت إلى أن صحافة الذكاء سيكون لها فوائد كثيرة داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية العربية؛ حيث ستخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام؛ حيث تستطيع صحافة الذكاء الاصطناعي توفير المزيد من الوقت للقيام بالمهام المعقدة، ودراسة (عيسى عبد الباقي، أحمد عادل، 2020م)⁽⁵⁴⁾ والتي أشارت في نتائجها إلى أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار، ومنها أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، وأكدت عليه نتائج دراسة (عمر أبو عرقوب، 2017م)⁽⁵⁵⁾ أيضاً حول أهمية توظيف تكنولوجيا الأتمتة بغرف الأخبار الذكية، والتي خلصت إلى أن غرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة، وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي فرضت تغييرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري والأدوات المستخدمة فيها، ما تطلب تغييرات في هيكلية غرف الأخبار، كما أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تنتجه غرف الأخبار الذكية.

16- ما التأثيرات السلبية الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار من منظور الصحفيين "عينة الدراسة"؟

على الرغم من إيجابية رؤية الصحفيين "عينة الدراسة" نحو تأثير ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار؛ إلا أن المقابلات الإلكترونية المتعمقة التي أجراها الباحث مع أفراد عينة الدراسة شهدت مناقشات - سواء فيما بينهم أو وبين الباحث - حول بعض التأثيرات السلبية الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، فقد أشار ما يقرب من نصف الباحثين "13 صحفياً" بواقع 46.4% من إجمالي أفراد العينة إلى تلك التأثيرات،

والتي يمكن ردها إلى المخاوف التي تعترهم من تقليص عدد المحررين الصحفيين من البشر، كأحد أهم التأثيرات السلبية الناتجة عن توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار؛ الأمر الذي أكد عليه "إيهاب الزلاقي" أثناء إجراء المقابلة مع الباحث بقوله: "إن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل وفق خوارزميات بشكل آلي؛ مما يقلل من الحاجة إلى التدخل البشري، فضلاً عن تأثير تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي على الفنون الصحفية التقليدية، وما يقتضيه ذلك من ظهور أساليب جديدة في الكتابة الصحفية متناغمة مع التواصل عبر الشاشات المرتبطة بالإنترنت ومواقع الويب، حتى لا تفقد الصحافة فعاليتها وقدرتها على إنتاج محتوى صحفي متنوع بالوسائط المتعددة قادر على مجاراة المحتوى الرائج عبر منصات التواصل الاجتماعي، والذي تهيمن عليه الوسائط المتعددة، وسهولة التلقي، وجاذبية التفاعل، وإمكانية التمرير، وإعادة الاستخدام. وفي سياق متصل أشار الصحفي "وجدي بن مسعود" ببوابة تونس الإخبارية أثناء المقابلة الإلكترونية مع الباحث إلى أن أي تجربة لا تخلو من السلبيات، خاصة إذا كانت تجربة حديثة لم يسبق تطبيقها من قبل، وأن هذه السلبيات قد ترجع في كثير من الأحيان إلى عوامل خارجة عن سيطرة الصحفيين أنفسهم الممارسين لصحافة الذكاء الاصطناعي في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار، ومن هذه السلبيات الشائعة أن المحتوى الإخباري المنتج بواسطة هذه التقنيات يفتقد لبعض القواعد والمعايير التحريرية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية على سبيل المثال، ولا يُقدم شرحاً أو تفسيراً للأحداث الإخبارية، كما يمكن وصفه بالجمود؛ كونه لا يراعي الاهتمامات والجوانب الإنسانية في الحدث، بالإضافة إلى أن هذا المحتوى الصحفي المنتج آلياً لا يلقى استحساناً لدى جمهور القراء؛ الأمر الذي أكدت عليه نتائج العديد من الدراسات العلمية، كدراسة "Borges-Rey, 2023"⁽⁵⁶⁾ والتي أثبتت أن العديد من الصحفيين يواجهون درجةً من التردد في الاعتماد بدرجة كبيرة على صحافة الروبوت وأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج قصصهم الإخبارية خاصة ذات الطابع الإنساني. وأيضاً دراسة (شيرين البحيري، 2018م)⁽⁵⁷⁾ والتي أشارت في نتائجها إلى تخوف الصحفيين من خسارة وظائفهم في حالة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أداء

العمل الصحفي. أما دراسة Bingjie Liu, 2017⁽⁵⁸⁾ فقد اختلفت نتائجها جزئياً مع نتائج الدراسة الحالية؛ فقد توصلت تلك الدراسة إلى اختلاف إدراكات القراء للقصص الإخبارية، فأشاروا بإيجابية للأخبار الجادة المكتوبة آلياً، فيما فشلوا في وصف القصص الإخبارية البشرية رغم تمتعها بمصداقية وجودة أعلى مقارنة بالآلية.

17- ما أهم الإشكاليات التي تواجه الصحفيين "عينة الدراسة" في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؟

اتفق جميع الصحفيين "عينة الدراسة" على وجود عدة إشكاليات مختلفة تواجههم عند ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؛ فهناك إشكاليات "مهنية" أجملها أفراد عينة الدراسة للباحث أثناء المقابلة في: نقص المتخصصين القادرين على ملء الشواغر التي أسفرت عنها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وانخفاض مستوى الخبرة بين الصحفيين في التعامل معها، وكذا عدم وجود حوافز مادية أو معنوية تخصصها الإدارة للصحفيين الذين يستخدمون هذه التقنيات في أداء عملهم الصحفي بغرف الأخبار، وكذلك نقص الموارد المخصصة للبحث والتطوير للأنظمة الحديثة، وصعوبة فهم تقنيات الذكاء الاصطناعي للمشاعر الإنسانية والقيم الاجتماعية، إلى جانب صعوبة تعامل وفهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للهجات المحلية والعامة؛ مما يؤدي إلى التشويه في المعنى وفقدان الموضوعية في التغطية الإخبارية، كما يصعب على تطبيقات الذكاء الاصطناعي أيضاً تحليل وفهم الأحداث والمناسبات المهمة التي تحدث في الوقت الحالي؛ مما يؤثر سلباً على جودة التغطية الإخبارية، بالإضافة إلى غياب التفاعل بين الصحفي والجمهور، وصعوبة التأكد من استيعاب الجمهور للمحتوى الصحفي الذي يتم إنتاجه بواسطة أدوات الذكاء الاصطناعي، ويؤثر كذلك على ثقة الجمهور في مصداقية المحتوى الصحفي، فليس بإمكان هذه الأدوات الوصول إلى المصادر الصحفية الحية للمعلومات "الأشخاص"، ولا يزال توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الصحفي تقتصر إلى الإبداع والابتكار خاصة في الصحافة العربية. أما على صعيد الإشكاليات "الأخلاقية" والتي يثيرها توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار؛ فقد أشار الصحفيون "عينة الدراسة" للباحث أثناء إجرائه للمقابلات الإلكترونية معهم إلى تعدد الإشكاليات

"الأخلاقية" التي تثيرها هذه الأدوات في بيئة العمل الصحفي بغرف الأخبار، لعل أبرزها: تحيز أنظمة الذكاء الاصطناعي وتأثيرها بقيم مصممها، ولهذا يتطلب دمجها في صناعة المحتوى الصحفي إلى صياغة دليل أخلاقي، فضلاً عن تسببها في اختراق أمن وخصوصية البيانات للمؤسسات الصحفية ومستخدمي تلك الأدوات من الصحفيين، ومن ثمَّ عدم استعداد البعض من الجماهير لقبول فكرة الحصول على محتوى صحفي من تقنيات الذكاء الاصطناعي لارتباطه بمخاوف الخصوصية والأمان. وقد لخص الصحفيون "عينة الدراسة" الإشكاليات "التكنولوجية" التي تواجههم عند ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار في: افتقار بعض غرف الأخبار للصحف والمواقع الإلكترونية العربية للبنية الإلكترونية المتطورة، والتي لا غنى عنها لممارسة هذا النمط المستحدث من الصحافة، وعدم وجود أنظمة تشغيل متقدمة بها، بالإضافة إلى عدم توفر خوارزميات تحرير النصوص بالنسخة العربية، هذا بخلاف غياب التدريب والتأهيل التقني الكافي، وصعوبة توفر متخصصين محترفين في البرمجيات الحديثة. وفي هذا السياق أكد "إيهاب الزلاقي" على أن نجاح الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار يتوقف على مدى وجود تقنية إلكترونية حديثة كغرف الأخبار الرقمية، والتي تضم كافة أقسام الصحيفة في غرفة واحدة تعمل على توزيع المحتوى الصحفي للعديد من المنصات في نفس الوقت، فبقدر حداثة التكنولوجيا ومدى السعي لشرائها والإدراك التام لأهمية توظيفها لتحقيق النجاحات بين الصحفيين في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار". وهو ما يتفق مع نموذج قبول التكنولوجيا TAM "Technology Acceptance Model" من حيث إن توفر البنية التحتية والتقنية من حواسيب، وشبكات، وأجهزة هواتف، وإنترنت داخل المؤسسة الصحفية، يعدُّ من أهم العوامل المؤثرة على تبني الصحفيين وقبولهم لاستخدام التكنولوجيا في أداء عملهم مع إدراكهم للمنفعة العائدة عليهم من استخدامها لتلك التكنولوجيا، وفي الوقت نفسه سهولة استخدامهم لها. هذا وقد أثار بعض أفراد عينة الدراسة من الصحفيين "وجدي بن مسعود، حسين صابرا، أحمد يوسف أبو هارون، محمد عمارة" انتباه الباحث أثناء إجراءاته للمقابلات إلى الإشكاليات "الاقتصادية" كإحدى

أهم الإشكاليات التي قد تعوق ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي. وفي هذا الصدد نوه الصحفي الاقتصادي "عبد الله أبو ضيف" بموقع المصري اليوم إلى غياب الاستراتيجيات التسويقية التي تساعد على اقتناء المستحدثات التكنولوجية باهظة التكاليف، هذا بخلاف نقص التمويل والميزانيات المخصصة لإصلاح وتطوير البنية التكنولوجية لغرف الأخبار. وعلى صعيد الإشكاليات التي يثيرها استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي على "المستوى التنظيمي والمؤسسي"؛ فقد ذكر الباحثون "عينة الدراسة" خلال إجراء الباحث للمقابلات الإلكترونية المتعمقة معهم عبر تطبيق "Zoom" جملة من الإشكاليات "التظيمية والمؤسسية" والمتمثلة في: عدم تحديث الهياكل التنظيمية ببعض المؤسسات الصحفية، بالإضافة إلى عدم تبني أنظمة الجودة بهذه المؤسسات، هذا بخلاف إغفال العديد من هذه المؤسسات لدور وأهمية توظيف المستحدثات التكنولوجية وتقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بها، بل قد يصل الأمر إلى فرض الإدارة الصحفية للمؤسسة بعض الآليات التي قد تعوق تطبيقها، هذا بالإضافة إلى عدم وضوح مجالات تطبيقها وآليات عملها عند قيادات بعض المؤسسات الصحفية؛ نتيجة الافتقار إلى المعرفة لديهم، وغياب الرؤية الاستراتيجية للتعريف بها عندهم، بالإضافة إلى ما سبق نجد نقص المهارات التقنية في بعض الكوادر البشرية القادرة على العمل والتعامل مع غرف الأخبار الذكية، والافتقار أيضاً إلى الابتكار والتجديد والتطوير بينهم داخل غرف الأخبار. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (فراس العزة، 2019م)⁽⁵⁹⁾ والتي خلصت إلى أن الاستفادة من التقنيات الحديثة في مجال الأخبار يتطلب الاهتمام والربط بين ثلاثة مجالات، هي: توفير التجهيزات والأنظمة الرقمية، وتطوير وتأهيل الكادر البشري، وتحديث الهيكلة التنظيمية والوصف الوظيفي. ولقد أوضحت الدراسة أيضاً آليات التعامل مع المجالات الثلاثة، وربطت بينها كعناصر لعملية تطوير واحدة. هذا ويرى الباحث اتساق هذه النتائج مع ما أوضحه نموذج قبول التكنولوجيا "T.A.M" خاصة فيما يتعلق بأن مدى قبول الصحفيين للتكنولوجيا وتطبيقهم لها بالمؤسسات الصحفية يتوقف على مدى سهولة استخدامهم لها في عملهم الصحفي، فكلما كان هناك صعوبة عند الصحفيين في استخدامهم للتكنولوجيا

كلما تراجع إقبالهم عليها. وقد كشفت أيضاً المقابلاتُ الإلكترونية التي أجراها الباحثُ مع أفراد عينة الدراسة عن مجموعةٍ من الإشكاليات "القانونية" والتي يرى "المبحوثون" أنها قد تضعف من فرص ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، والتي تتمثل في مسألة الخصوصية واختراق البيانات. وفي هذا الصدد نوهت الصحيفة "روزانا بومنصف" إلى المسؤولية القانونية عن المحتوى غير الدقيق، وتزايد مشكلات قرصنة المعلومات، والسرقة المهنية، وإمكانية السطو على إنتاج الصحفيين، وبالتالي فقدان السيطرة على الملكية الفكرية وحقوق النشر. وفي نفس السياق أشار الصحفي "محمود نجم" إلى أن التقنيات الحديثة تجمع بياناتنا الشخصية، وتتبع تحركاتنا على شبكة الإنترنت للإفادة من تلك المعلومات في مجال الإعلانات الموجهة؛ مما يعطي الأولوية للأرباح قبل الأمان. هذا وقد تبين للباحث من مناقشته للصحفيين عينة الدراسة حول إشكاليات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؛ سواء كانت إشكاليات "مهنية، أخلاقية، تكنولوجية، اقتصادية، تنظيمية ومؤسسية، قانونية"؛ اختلاف المبحوثين في رؤيتهم لهذه الإشكاليات، وأسبابها، ومدى أهمية كل إشكالية من هذه الإشكاليات الست في نجاح ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وبالتالي اختلاف أولويات الاهتمام بها لديهم. ويرى الباحث أن هذا الاختلاف بين الصحفيين "عينة الدراسة" إنما يرجع في جوهره لاختلاف الظروف المحيطة ببيئة العمل الصحفي الذي يمارس فيها الصحفي عمله من دولة عربية إلى أخرى؛ حيث لا يمكن تجاهل كل من ظروف العمل المحيطة بالبيئة الداخلية للمؤسسة الصحفية، والظروف المحيطة بالبيئة الخارجية للمؤسسة الصحفية؛ فكل منهما يتأثر ويؤثر في الآخر، وليس بمعزل عنه؛ الأمر الذي من شأنه أن ينعكس على رؤية الصحفيين واتجاهاتهم ومعتقداتهم، وبالتالي ممارستهم لعملهم.

18- ما رؤيتك المهنية أو تقييمك المهني لتجربة دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟ أسفرت نتائج المقابلات الإلكترونية المتعمقة- التي أجراها الباحث مع الصحفيين عينة الدراسة حول رؤيتهم المهنية لتجربة دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار- عن اتفاق جميع المبحوثين على أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في أداء

الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار يُعدُّ في مرحلة الاستكشاف؛ ورغم ذلك يتوقع أفراد عينة الدراسة أن تلك الأدوات ستكون عاملاً مؤثراً في تشكيل غرف أخبار المؤسسات الصحفية مستقبلاً، بما تطرحه من إمكانيات، وكيفية إفادة الصحفيين من تلك الإمكانيات من خلال توظيفها في أداء بعض الأعمال الصحفية بغرف الأخبار؛ بشرط رشادة الاستخدام. وفي هذا السياق عبر "علاء الغطريفي" رئيس تحرير المصري اليوم عن رؤيته المهنية التي يشوبها بعض المخاوف قائلاً: "إن رؤيتي تعنى بالفوائد الناتجة عن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بشرط رشادة الاستخدام في ظل ممارسات يومية تشوبها انتهاكات فيما يتعلق باستخدام الأدوات أو التطبيقات في بعض غرف الأخبار، مثلما حدث مع تقنية البث المباشر عبر منصات التواصل الاجتماعي. بينما يعتقد "مجدي الجلاد" أن الذكاء الاصطناعي ليس أولوية في المؤسسات الصحفية، بقدر ما هو حاجة، سيسهل استخدامها الكثير من المهام، وسييسر تطويرها في مواجهة الكثير من التحديات". في حين أفادت الصحفية "نازك نصر" بموقع النهار العربي أن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات غرف الأخبار الحديثة يسهم في تحسين الكفاءة والدقة، ويعزز أيضاً من قدرة الصحفيين على تقديم محتوى غني وموثوق، وأكدت "نصر" أثناء المقابلة على أن استخدامها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال تجربتها المهنية قد ساعدها في تسريع عملية البحث داخل كم هائل من المستندات ومصادر المعلومات، وفي تحليلها وتدقيقها أيضاً؛ مما أتاح لها المزيد من الوقت للتركيز على الكتابة وتحليل المحتوى، ليس هذا فحسب، بل أصبحت من خلال استخدامها لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها الصحفي قادرةً على العثور أيضاً على الصور والفيديوهات المطلوبة بسرعة فائقة؛ مما عمل على تحسين جودة التقارير التي تقدّمها، وتضيف "نصر" قائلة: "إنني أرى- استناداً إلى تجربتي المهنية في استخدام هذه التطبيقات، ومع استمرار التطور التكنولوجي في هذا المجال- سيكون من الضروري للصحفيين تبني هذه التطبيقات في أدائهم لعملهم داخل غرف الأخبار، بل والبقاء على اطلاع بأحدث الابتكارات ومواكبة كل جديد، مع ضرورة التنويه أيضاً إلى رشادة استخدامنا كصحفيين لهذه التطبيقات في غرف الأخبار، ولكي يتأتى لنا ذلك يجب علينا أن نفهم كيف يعمل

الذكاء الاصطناعي؟ وبماذا يفيدنا؟ وكيف يمكننا استخدامه بشكل مهني وأخلاقي في أداء عملنا الصحفي داخل غرف الأخبار؟ وفي نفس السياق أكدت "د/ رضوى عبد اللطيف" في رؤيتها لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار على ضرورة رشادة استخدام الصحفيين أيضاً لهذه التطبيقات، وأوضحت "د/ رضوى" للباحث أنها تقصد برشادة الاستخدام تلك الرشادة المستقاة من الروح النقدية للعمل الصحفي، والمعايير المهنية المستقرة للصحافة العربية، قائلة: "نحن كصحفيين نوّمن بقوة التكنولوجيا في إحداث التغيير، لكننا ندرك أيضاً أنّ هذه القوة تحتاج إلى ترشيد وإشراف دائمين، وبذلك نستطيع أن نتسيّد الآلة ولا تتسيّدنا الآلة" - على حدّ تعبيرها -". الأمر الذي يتفق مع نتائج العديد من الدراسات العلمية كدراسة (أمل محمد خطاب، 2023م)⁽⁶⁰⁾ والتي أظهرت نتائجها أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار أصبح حتميةً استراتيجية لتطوير دورة العمل، والحصول على كفاءة أكبر للأداء، وأشكال جديدة للنشر وتعزيز ولاء الجمهور. ودراسة "Vacla Moravec, 2022"⁽⁶¹⁾ والتي توصّلت إلى اتفاق معظم الصحفيين في غرف الأخبار التشيكية على حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بالصحافة التشيكية لمواصلة مهمتها، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير الصحفية على نحو أفضل. وهو ما يتفق أيضاً مع نتائج دراسة "Series T.B, 2021"⁽⁶²⁾ والتي خلصت إلى أن التطبيقات الذكية ساعدت على زيادة الإنتاجية، والكفاءة، والفرص الإبداعية، وتحسين سير العمل داخل غرف الأخبار.

19- ما مقترحات الصحفيين "عينة الدراسة" بشأن تعزيز الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار؟

تعددت وتنوعت المقترحات التي عرضها الصحفيون "عينة الدراسة" على الباحث بشأن إمكانية تعزيز الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. فقد اتفق جميعُ المبحوثين أثناء المقابلة على أنه حان الوقت لاتخاذ الإدارة الصحفية بالصحف والمواقع الإلكترونية العربية الإجراءات والآليات اللازمة التي من شأنها أن تعمل على تعزيز إفادة الصحفيين من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، بل والعمل على الإسراع في اتخاذ هذه الإجراءات حتى لا تتخلف الصحافة العربية في هذا المجال؛

وذلك من خلال الإسهام بكل الآليات التي تجعلنا ننجح في توظيف تلك التقنيات، ومن أهم تلك الآليات أن يقوم المبرمجون بالمؤسسات الصحفية العربية باختراع أدوات جديدة للذكاء الاصطناعي باللغة العربية تناسب احتياجاتها واحتياجات جمهورها. وهنا تتجلى مقترحات أفراد عينة الدراسة لتعزيز استخدام تلك التقنيات لتصبح قوة تحويلية محتملة تتحدى المفاهيم التقليدية للصحافة العربية. فقد طرح غالبية المبحوثين "19" صحفياً بنسبة بلغت 67.9% من إجمالي عينة الدراسة على الباحث خلال المقابلة عدة مقترحات؛ يعتقد أنها قد تعمل على تعزيز الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، والتي تمثلت في: "ضرورة تعلم الصحفيين أدوات الذكاء الاصطناعي التي تساعدهم في أداء العمل الصحفي بغرف الأخبار، ولا يمكن أن يتأتي ذلك إلا من خلال تعزيز التدريب التقني المستمر للصحفيين؛ لدعم مهاراتهم الرقمية، وفي الوقت نفسه إكسابهم مهارات رقمية جديدة، العمل على الإفادة من التجارب الناجحة لغرف الأخبار العالمية في استخدام تلك التقنيات، تبادل الخبرات المهنية بين الصحفيين في مجال ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي، تعظيم موارد المؤسسات الصحفية العربية وزيادة الكوطة المخصصة للمواد الصحفية المنتجة من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحوافز الصحفية؛ الأمر الذي من شأنه تحقيق التميز المادي للصحفيين الممارسين لصحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بينما ركّز بعض الصحفيين من عينة الدراسة "أسامة الديب، عمرو أحمد الأنصاري، إيمان مبروك، إيهاب الزلاقي" في مقترحاتهم على: "ضرورة إعادة هيكلة غرف أخبار المؤسسات الصحفية العربية وتطويرها؛ بما يتماشى مع متطلبات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي؛ وذلك من خلال توفير البنية التقنية اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي، والعمل على توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتقديم أشكال صحفية جديدة، وصياغة دليل أخلاقي ومهني يضبط توظيف هذه الأدوات في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف أخبار المؤسسات الصحفية العربية". وفي سياق متصل اقترح كل من "د/ عادل اللقاني"، "د/ رضوى عبد اللطيف"، "توفير قاعدة تكنولوجية قوية داخل المؤسسات الصحفية تكون قادرة على التعامل مع المحتوى الإخباري الرقمي، وتطوير منظومة العمل داخل غرف أخبار

المؤسسات الصحفية العربية؛ من خلال عدم فرض أي قيود مادية أو إدارية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وإتاحة هذه التطبيقات لتلائم مختلف أنظمة التشغيل التي تعمل بنظامي "أندرويد، IOS"، وأهمية توقيع بروتوكولات تعاون بين المؤسسات الصحفية العربية وشركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ لتنظيم دورات تدريبية للصحفيين لشرح الذكاء الاصطناعي، وتطبيقاته، وماهية استخداماته في العمل الصحفي داخل غرف الأخبار، مع شرح مميزات وعيوب تلك التطبيقات، وكيفية توظيفها في أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار، وتحفيز الصحفيين على استخدامها سواء تحفيزاً مادياً أو معنوياً. وقد أبدى "محمد إبراهيم الدسوقي" موافقته على هذه المقترحات قائلاً: "إنه يشارك زملاء المهنة هذه المقترحات، ويعتقد أن من شأنها أن تعمل على حل بعض الإشكاليات التي قد يواجهها الصحفيون عند ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار". وهو ما يتفق مع دراسة (أميرة محمد محمد، 2024م) ⁽⁶³⁾ والتي أظهرت نتائجها وعي الصحفيين بأهمية تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في الغرف الإخبارية بالمؤسسات الصحفية، وأن تطوير البنية التحتية تقنياً لغرف الأخبار تُعدّ من أهم المتطلبات التقنية اللازمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار. وأيضاً نتائج دراسة (فراس العزة، 2019م) ⁽⁶⁴⁾ والتي خلّصت إلى إن الاستفادة من التقنيات الحديثة في مجال الأخبار يتطلب الاهتمام والربط بين ثلاثة مجالات، هي: توفير التجهيزات والأنظمة الرقمية، وتطوير وتأهيل الكادر البشري، وتحديث الهيكلية التنظيمية والوصف الوظيفي، ولقد أوضحت الدراسة آليات التعامل مع المجالات الثلاثة، وربطت بينها كعناصر لعملية تطوير واحدة. هذا ويرى الباحث أن الأخذ بهذه المقترحات ووضعها موضع التنفيذ من جانب قيادات المؤسسات الصحفية العربية سيدفع شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العالمية باتجاه إنتاج برمجيات تتوافق مع متطلبات الصحف والمواقع العربية؛ مما يساعد على تطوير آليات عملها، وتلبية احتياجات الصحفيين العاملين بها، وبالتالي تعزيز الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.

20- كيف يرى الصحفيون "عينة الدراسة" تحديات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار مستقبلاً؟

كشفت المقابلات الإلكترونية المتعمقة التي أجراها الباحث عن تعدد وتنوع في رؤية المبحوثين من الصحفيين لتحديات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي مستقبلاً. فقد تمحورت رؤى بعضهم حول التغيرات الجذرية التي ستشهدتها العديد من الممارسات التقليدية للعمل الصحفي داخل غرف الأخبار في المستقبل؛ كنتيجة حتمية لانتشار استخدام الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار؛ مما سيؤدي إلى خلق ممارسات مهنية جديدة تتناسب مع تلك الأدوات، وستشمل هذه الممارسات المهنية الجديدة - حسب اعتقاد بعض أفراد العينة - جميع عناصر العملية الإخبارية بدايةً من المحرر الصحفي "البشري"، الذي يجب عليه العمل على تطوير أدائه المهني، وتنمية المهارات الفردية والقدرات الإبداعية لديه، مروراً بالموقع الإخباري أو المؤسسة الصحفية، ومدى القدرة على إعادة هيكلة بنيتها التكنولوجية لتكون أكثر قدرة على إنتاج محتوى صحفي متنوع وبوقت أقل وبلغات متعددة أيضاً، فضلاً عن القدرة على تحليل سلوكيات الجمهور المستخدم للمواقع الصحفية الإلكترونية وبيعها للمعلن كبيانات أساسية عنه؛ مما يمثل مصدر دخل إضافي للموقع. وفي هذا السياق أوضح "د/ عادل اللقاني" أن التغيير بغرف الأخبار مستقبلاً سوف يتمحور حول تطوير مهارات الكادر البشري كمهارات البرمجة، وإدارة الشبكات، وتدقيق البيانات، وريادة الأعمال الرقمية؛ وذلك للتكيف مع بيئة العمل الصحفي الجديدة وما طرأ عليها من وظائف مستحدثة كمدير الحوسبة والابتكار الرقمي، ومحلل البيانات ونظم الأتمتة، ومدققي المعلومات. الأمر الذي أكد عليه نتائج دراسة (عمر أبو عرقوب، 2017م)⁽⁶⁵⁾ والتي خلّصت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي فرضت تغيرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري والأدوات المستخدمة فيها؛ ما تطلب تغيرات في هيكلية غرف الأخبار، كما أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تنتجه غرف الأخبار الذكية. وقد سيطر الخوف من فقدان الوظيفة وأن يحلّ "الروبوت" محلّ البشر في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار على رؤى البعض الآخر من أفراد عينة الدراسة، وفي هذا الإطار أفاد الصحفيون "عينة الدراسة" للباحث أثناء

المقابلة عن توقُّعاتهم بظهور أشكال من الصراع والتنافس بين التقنيات الذكية "الروبوتات" والبشر مستقبلاً؛ مما قد يمثل تهديداً وجودياً لمهنة الصحافة والصحفيين، هذا ما لم يكن هناك نوع من التناغم بين الإنسان والآلة لكبح جماحها، وفي الوقت نفسه الإفادة من إمكاناتها الهائلة، فالسنوات القادمة ستشهد تحولات أكبر وأعمق في المشهد الإعلامي؛ ستظهر تقنيات جديدة، وستتغير عادات استهلاك المحتوى وستتطور توقُّعات القراء - حسبما أفادت "إيمان مبروك". وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (شيرين البحيري، 2018م)⁽⁶⁶⁾ والتي أظهرت تخوف الصحفيين من خسارة وظائفهم في حالة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وهو ما يختلف مع رؤية "علاء الغطريفي" لهذا النوع من التحديات، والذي عبر عن رؤيته لهذا الأمر بقوله: "إنَّ الخوف لا يبني مستقبلاً، الهلع من "طغيان الآلة" وهيمنة الذكاء الاصطناعي فيه شيء من المبالغة؛ فأَيُّ تكنولوجيا في جوهرها محايدة، إلا أنَّ تأثيرها يعتمد على كيفية استخدامنا لها. فالتوجه نحو استخدام الروبوتات داخل غرف الأخبار لا يقضي على عمل الصحفيين، ولكنها ستحقق تغييراً واضحاً في مهنتهم، وستبقى الحاجة الماسة للحسَّ الإنساني، والخبرة، والمعرفة العميقة بشكلٍ أساسي، لبرمجة وضبط تلك الآليات. فغرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة؛ الأمر الذي يتطلب توافر العنصر البشري أيضاً. ويضيف "الغطريفي" قائلاً: "إنه مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي سيكون من الضروري للصحفيين البقاء على اطلاع بأحدث التقنيات للالتزام بالتميز في مجالهم". ويرى الباحث أنَّ المقابلات الإلكترونية المتعمقة التي أجراها مع الصحفيين - عينة الدراسة - في هذا الصدد تشير إلى سيادة حالة من التفاؤل الحذر بينهم بشأن مستقبل أداء العمل الصحفي بغرف الأخبار في ظل أدوات الذكاء الاصطناعي، وفي الوقت نفسه تشير تلك المقابلات إلى توفُّر عنصر الدافعية لدى الصحفيين "عينة الدراسة" نحو مواكبة التطورات التقنية للذكاء الاصطناعي في أداء عملهم الصحفي بغرف الأخبار؛ وذلك من خلال تفعيل الدورات التدريبية وتبادل الخبرات المهنية حول استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتدريب الصحفيين على كيفية توظيف تلك الأدوات في أداء عملهم؛ مما يستوجب منهم تحديث

أساليب ممارستهم المهنية للعمل الصحفي، وتغيير الأنماط التقليدية بما يتوافق مع التحولات المتسارعة في بيئة الإعلام الرقمي والمرتكزة على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

21- في رأيك، ما مدى إمكانية تهديد تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي لوظائف الصحفيين مستقبلاً؟

يرى معظم الصحفيين بواقع "22" صحفياً بنسبة بلغت 78.6٪ من أفراد عينة الدراسة "أن تهديد تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي لوظائف الصحفيين مستقبلاً قد يتمثل في أن يحلّ محلهم في أداء بعض المهام التحريرية. وفي هذا السياق أشار "إيهاب الزلاقي" إلى بعض العوائق التي تتعلّق بمحدودية استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي التوليدي في فهم اللغة البشرية الطبيعية، وخاصة في سياق الأفكار والاستعارات؛ مما يجعل فهم الذكاء الاصطناعي للغة الطبيعية يتم "بشكل بيروقراطي" - على حسب تعبيره - خالي من العواطف، وبالتالي فإن الصحفي الآلي لن يكون قادراً على كتابة قصص يتخطى عمقها وثنائها "المستوى البيروقراطي"؛ الأمر الذي قد يمنح الصحفي البشري ميزة متفردة تتمثل في التعاطف، وفهم السياقات الثقافية المعقدة، وهي تُعد ميزة مهمة للعنصر البشري على خوارزميات الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنتاج المحتوى بشكل آلي؛ أي أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي والصحافة الروبوتية تعزز العمل الصحفي بشكل عام، كما تعطي فرصة للصحفي للتركيز على الموضوعات ذات الطابع الإنساني، أضف إلى هذا أن الصحفيين البشريين يتمتعون بمهارة في تطوير العلاقات مع المصادر، وتقديم تحليل متعمق للبيانات، وكل ذلك لا تستطيع أنظمة الذكاء الاصطناعي القيام به، وبالتالي سيظل التتقيب عن المعلومات هو أساس عمل الصحفيين الذين يجب عليهم الذهاب إلى مصادر المعرفة مباشرة، وليس إلى مستخلصات المعرفة التي يقدمها روبوت الدردشة". وفي نفس السياق أكّد "حسين صبرا" على أن الذكاء الاصطناعي بوسعه أن يحلّ محل صحفي لا يتعدى دوره جمع الأخبار والبيانات الرسمية، لكنه سيكون زميلاً متعاوناً لصحفي يصنع محتوى مختلفاً وطازجاً. الأمر الذي أكّد عليه أيضاً "د/ عادل اللقاني" للباحث خلال المقابلة بقوله: إن كلّ هذه التوظيفات للذكاء الاصطناعي التوليدي تحديداً تكشف عن حقيقة متأصلة تغافل عنها في غمرة انبهارنا بإمكاناته الخارقة؛ فهذه المنظومات التقنية برغم براعتها المذهلة في محاكاة

السلوك البشري تظل قاصرةً عن استيعاب جوهر التجربة الإنسانية في تفردِها وتعقيداتها. وتتفق هذه النتائجُ مع نتائج دراسة “Borges-Rey,2023”⁽⁶⁷⁾ والتي أظهرت أن العديد من الصحفيين يواجهون درجةً من التردد في الاعتماد بدرجة كبيرة على صحافة الروبوت وأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج قصصهم الإخبارية خاصة ذات الطابع الإنساني. ويرى "علاء الغطريفي" أنه من المستحيل أن يستبدل الإنسان المبدع في الصحافة بالآلة بأي شكلٍ من الأشكال، بالذات في مجال الصحافة الاستقصائية، وفي مجال صحافة البيانات والتحقق من المعلومات، ولكن دخول أدوات الذكاء الاصطناعي في أدوار المساعدة التقليدية قد يهدد بعض الوظائف الروتينية المتعلقة بالصحافة مستقبلاً كلما تطورت غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية؛ ومن ثم فالصحفي المتسلح بالمهارات الرقمية والتقنية، والذي يمتلك القدرة على دمج الذكاء الاصطناعي وتطويع التكنولوجيا بكافة تقنياتها لخدمة عمله الصحفي، المعتمد على العمق والجودة والمعايير الصحفية هو صحفي المستقبل؛ لأنه حتى ولو شاركه الروبوت في فحص البيانات الضخمة مثلاً فلن يكون ذلك سوى إجراء لن يكون له معنى في التحليل والاستخلاص دون عقل بشري يضعه في سياقه، ويدرك ما أراد في البداية عندما قرر أن يختار قصة خبرية لينجزها على أي وسيط إعلامي يبتغي بها مخاطبة جمهورٍ ما. ويرى الباحث أن هذا الأمر يتفق- إلى حدٍّ ما- مع التوجه العام الذي يعرض سيناريو التفاؤل الذي يمثله كلٌّ من “Linden2017,Marconi2017,Graefe2018”⁽⁶⁸⁾ والقائم على فكرة أن التكنولوجيا تعمل على تحسين حياة المواطنين تدريجياً وجعل العالم مكاناً أفضل.

22- في رأيك، كيف يمكن تحقيق رشادة استخدام الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي بغرف الأخبار مستقبلاً؟

اتفق جميع الصحفيين من أفراد "عينة الدراسة" أثناء إجراء الباحث للمقابلات الإلكترونية معهم حول رؤيتهم لكيفية تحقيق استخدام رشيد من قبل الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل غرف الأخبار مستقبلاً. فقد اتفقوا جميعاً على أن سبل تحقيق هذا الاستخدام الرشيد لا يقع على عاتق الصحفيين وحدهم، بل هو مسؤولية مجتمعية، أي لا بد من تضافر جهود جميع منظمات المجتمع المعنية بالأمر، وفي

مقدماتها مجالس نقابة الصحفيين، والهيئة الوطنية للصحافة، والمؤسسات الصحفية؛ لإرساء القواعد واللوائح والمواثيق التي من شأنها إلزام الصحفيين بالمعايير المهنية والأخلاقية عند استخدامهم لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في أداء العمل الصحفي بغرف الأخبار. كذلك لا يمكن لنا أن نغفل دور السلطة التشريعية ممثلة في مجلس النواب لسن القوانين والتشريعات الصحفية، التي من شأنها العمل على تحقيق الضبط القانوني والأخلاقي لاستخدام الصحفيين الرشيد لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل غرف الأخبار. أما فيما يتعلق بدور الجماعة الصحفية في هذا الصدد فيتمثل في القدرة على دمج رشيد لأدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار وفق رؤية آمنة للممارسة المهنية، وحق الجمهور في المعرفة بالزامية المعايير والقواعد الأخلاقية المنظمة للعمل الصحفي داخل غرف الأخبار. وفي هذا السياق أكدت "د/ رضوى عبد اللطيف" على ضرورة فهم الصحفيين داخل غرف الأخبار لكيفية عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ أي أن ندرك جوهر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي قبل استخدامنا للأدائي لهذه التقنيات في عملنا الصحفي، وعندئذ فقط سنستطيع أن نحدد ما يصلح لاستخدامه في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار، وما يجب تجنبه، وعلينا كصحفيين أيضاً ألا ننسى عند استخدامنا لهذه الأدوات أننا في مرحلة الاستكشاف، ومن ثم لا بد من تدخل الصحفي البشري قبل نشر أي شيء ما يسمى "المراجعة البشرية" لجميع المحتوى المنتج بآليات الذكاء الاصطناعي قبل نشره تحقيقاً للمصداقية واحتراماً للجمهور". وفي نفس السياق أفاد "د/ عادل اللقاني" بأنه لا بد من إجراءات تكون أقل آلية لتشكل وتنظم اعتمادنا على هذه الأدوات داخل غرف الأخبار؛ لمواكبة هذا التطور وكيفية توظيفه في إنتاج المحتوى، حتى نحمي الأداء الصحفي من التحيز للأتمتة الذي فرضه التطور للأدوات منذ الثورة الصناعية الرابعة. ويرى الباحث أنه لا بد من رؤية تقنيات الأتمتة كحلفاء بدلاً من اتخاذها كخصوم- مع الأخذ في الاعتبار رشادة الاستخدام-؛ الأمر الذي سينعكس بدوره على رفع مستوى الكفاءة المهنية للصحفيين؛ من خلال مساعدتهم في مواجهة الزيادة المطردة في عدد الأخبار التي يجب تغطيتها، ويعزز من أدائهم المهني في تناول القضايا والموضوعات المختلفة.

- خاتمة الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على رؤية الصحفيين في تأثير ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك من خلال الكشف عن العوامل والمتغيرات المختلفة التي تحكم وتحدد آليات ممارسة الصحفيين لهذا النمط المستحدث من الصحافة، فضلاً عن إشكاليات الممارسة وسبل حلّها، بالإضافة إلى تصوراتهم المستقبلية لطبيعة العلاقة بين الصحفي البشري والصحفي الروبوت داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ وذلك من خلال استخدام كلٍّ من النماذج النظرية التالية: نموذج فيجوشايكن "Vigo Chaiken 2022"، نموذج قبول التكنولوجيا "TAM Technology Acceptance Model"، كإطار نظري للدراسة. وتُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الوصفية , Exploratory Discovery , "Descriptive Studies". حيث اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلامية؛ للتعرف من خلاله على واقع ممارسة الصحفيين لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الذكية للصحف والمواقع الإلكترونية العربية. وقد اعتمد الباحث على أسلوب الحصر الشامل في اختياره لعينة الدراسة الميدانية، والتي تتمثل في مجموعة صحفيين وصحفيات من مصر وبعض الدول العربية الأخرى بواقع "28" صحفياً وصحفية؛ ممن نشروا موضوعات خاصة بالصحافة والذكاء الاصطناعي على الموقع الإلكتروني لشبكة الصحفيين الدوليين، والتي عكست تجاربهم المهنية في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي، ورؤيتهم لواقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف أخبار الصحف والمواقع الإلكترونية العربية؛ حيث قام الباحث بالتواصل معهم عبر حساباتهم الشخصية على منصتي "إكس وفيس بوك". ودعوتهم لإجراء مقابلات إلكترونية متعمقة معهم حول "رؤيتهم في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي كنمط مستحدث على بيئة الصحافة العربية، وتأثيره على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار"، وذلك عبر تطبيق "Zoom"، وقد استعان الباحث أثناء

إجرائه للمقابلات الإلكترونية المتعمقة مع الصحفيين "عينة الدراسة" بأداة "Sonix.ai" وهي إحدى أدوات الذكاء الاصطناعي للنسخ التلقائي وتحويل الصوت سواء المسجل أو المباشر في اجتماعات "زووم" إلى نص. وفي ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة يمكن بلورة مجموعة من النتائج العامة على النحو التالي:

- كشفت المقابلات عن وجود درجة من التفاوت بين المبحوثين فيما يتعلق بمسألة التدريب الصحفي والحصول على دورات تدريبية متخصصة في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي؛ مما ينعكس بدوره على مستوى إجابة هؤلاء الصحفيين لمهارات ممارسة هذا النمط المستحدث من الصحافة.

- أكدت غالبية الصحفيين "عينة الدراسة" للباحث إلى حصولهم على دوراتهم التدريبية في تقنيات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من خلال تنظيم الإدارة الصحفية لتلك الدورات.

- تعددت وتنوعت أدوات الذكاء الاصطناعي التي ذكرها الصحفيون "عينة الدراسة" للباحث بتعدد وتنوع الأعمال والمهام التي تؤديها تلك الأدوات في غرف الأخبار، وكان بعضها يحمل خططاً مجانية وأخرى مدفوعة.

- اتفق معظم المبحوثين على أن تطبيق "ChatGPT" هو أكثر تطبيقات روبوتات الدردشة استخداماً بينهم.

- يرى "42%" من إجمالي أفراد عينة الدراسة أن "الإدارة الصحفية" هي المنوط بها إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار. بينما يرى "31%" أن "المبرمجين" هم المسؤولون عن تطوير البنية التكنولوجية لغرف الأخبار. في حين يرى "27%" أن "الصحفيين" أنفسهم باعتبارهم منتجي المادة الصحفية وصناع المحتوى هم من يقود إدخال تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار.

- جاءت كل من مهارة "استخدام خرائط جوجل Google Maps" ومهارة "توظيف تطبيقات الترجمة الآلية" في مقدمة المهارات التقنية اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين "عينة الدراسة".

- يرى غالبيةُ المبحوثين من الصحفيين أن أهم دوافع ممارستهم لصحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار تتمثل في سعيهم إلى تطوير المحتوى الصحفي، والتخلص من الأعمال الروتينية.
- تمثلت أهم مجالات توظيف الصحفيين "عينة الدراسة" لآليات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في جمع المادة الصحفية وتحريرها، وإنتاج الأخبار خاصة الاقتصادية والخدمية منها، وقراءتها بشكل آلي على الجمهور، والتحقق من الصور والفيديوهات خاصة المنشور منها على الشبكات الاجتماعية.
- أجمع الصحفيون أفراد عينة الدراسة على أن الفنون الصحفية الإخبارية تُعد أكثر الأشكال الصحفية تطوراً في غرف الأخبار بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- هناك عدة عوامل مؤثرة يعطي توافرها مؤشراً قوياً من وجهة نظر المبحوثين على نجاح وانتشار ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين في غرف الأخبار يأتي في مقدمتها "العوامل التكنولوجية"، والتي تتطلب توفر بنية إلكترونية حديثة كغرف الأخبار الرقمية والتي تضم كافة أقسام الصحيفة أو الموقع في غرفة واحدة.
- يرى جميع الصحفيين أفراد عينة الدراسة أن التأثيرات الإيجابية لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف لا تعود بالنفع على الصحفيين فحسب، بل تعود بالنفع على مؤسساتهم الصحفية العاملين بها وعلى جمهورهم أيضاً.
- أشار ما يقرب من نصف المبحوثين إلى بعض التأثيرات السلبية الناتجة عن ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، والتي من أهمها المخاوف التي تعتريهم من تقليص عدد المحررين الصحفيين من البشر.
- كشفت المقابلاتُ اختلافاً بين الصحفيين "عينة الدراسة" في رؤيتهم لإشكاليات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي، وأسبابها، وسبل علاجها.
- شهدت المقابلاتُ اتفاقاً بين جميع المبحوثين حول رؤيتهم في ضرورة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في أداء بعض الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار بشرط رشادة الاستخدام.

- تمثلت أهم المقترحات التي عرضها الصحفيون "عينة الدراسة" على الباحث بشأن إمكانية تعزيز الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، في العمل على الإفادة من التجارب الناجحة لغرف الأخبار العالمية في استخدام تلك التقنيات لتصبح قوة تحويلية محتملة تتحدى المفاهيم التقليدية للصحافة العربية.
- عبر المبحوثون من الصحفيين عن رؤيتهم المستقبلية لتحديات ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي، والتي تمحورت حول توقعاتهم حدوث بعض التغيرات الجذرية في العديد من الممارسات التقليدية للعمل الصحفي داخل غرف الأخبار.
- يرى معظم الصحفيين من أفراد عينة الدراسة أن تهديد تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي لهم مستقبلاً يتمثل في أنه قد يحلّ محلهم في أداء بعض المهام التحريرية.
- اتفق جميع المبحوثين "عينة الدراسة" أن سبل تحقيق استخدام رشيد لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي داخل غرف الأخبار لا يقع على عاتق الصحفيين وحدهم، بل هو مسؤولية مجتمعية.

نستخلص مما سبق، وفي ضوء ما قدمه "فيجوشاين" في نموذجه الذي فسر من خلاله الكيفية التي يستقي منها الفرد معلوماته عن التكنولوجيا المستحدثة، والتي يتكيف معها وفقاً لمعتقداته وأفكاره. وما قدمه أيضاً "Fred Davis" وآخرون في نموذج "قبول التكنولوجيا T.A.M" والذي يفسر من خلاله الكيفية التي ينظر من خلالها القائم بالاتصال لقبول التكنولوجيا والعوامل الكامنة وراء استخدامها من عدمه. تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن نجاح وانتشار صحافة الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية العربية يتوقف بدرجة كبيرة على وعي الإدارة الصحفية بتلك التقنية، ومدى اقتناعهم بتوظيفها، وإدراكهم لتأثيراتها الإيجابية على أداء العمل الصحفي داخل غرف الأخبار؛ وذلك حتى يتسنى لهم تطوير البنية التكنولوجية لغرف الأخبار بالتقنيات الرقمية الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي اللازمة لممارسة هذا النمط المستحدث من الصحافة، ومن ثمّ نجاح وانتشار ممارستها بين الصحفيين بغرف الأخبار بعد إدراكهم لمزاياها وجدوى استخدامها في أداء الأعمال الصحفية داخل غرف الأخبار.

توصيات الدراسة:

فى إطار النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة يمكن الإشارة إلى مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى ثراء وتطوير البحث العلمي في هذا الموضوع، فضلاً عن محاولة العمل على نجاح وانتشار ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين داخل غرف أخبار الصحف والمواقع الإلكترونية العربية، وهي:

1- تشجيع الباحثين على إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية في مجال صحافة الذكاء الاصطناعي؛ بهدف صياغة رؤية علمية متكاملة لنشر ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين بغرف الأخبار.

2- تدريب وتأهيل الطلاب في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية على اكتساب المهارات الرقمية الملائمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي.

3- توفير إدارة تحرير الصحف والمواقع الإلكترونية العربية لميزانية خاصة بتطوير وتحديث غرف أخبارها وتحويلها إلى النظام الرقمي بالكامل؛ فالتوجه للبيئة الرقمية أصبح ضرورة حتمية واجبة التطبيق اليوم قبل غد.

4- حرص القيادات بالمؤسسات الصحفية العربية على عقد دورات تدريبية منتظمة لمحربيها خاصة بكيفية توظيف أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أداء الأعمال الصحفية المختلفة داخل غرف الأخبار.

5- وضع آليات للتعاون بين كلٍّ من المؤسسات الصحفية العربية والدولية، والتي بادرت بتوظيف أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف أخبارها، مثل "الواشنطن بوست"، و"التايمز"، و"الجارديان"؛ بهدف الاستفادة بما تمتلكه من تجارب رائدة في ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي.

6- تحديث البنية التحتية التكنولوجية للمؤسسات الصحفية العربية؛ لتركز على آليات التكنولوجيا الرقمية، وأنظمة الذكاء الاصطناعي في تطوير منظومة العمل الصحفي داخل غرف الأخبار.

7- ينبغي على الصحفيين داخل غرف أخبار الصحف والمواقع الإلكترونية العربية الاستفادة من نماذج الذكاء الاصطناعي مفتوحة المصدر التي تطرحها شركات

التكنولوجيا الصينية مثل برنامج "Deep Seek" في أداء الأعمال الصحفية، مع ترشيد الاستخدام وفقاً لمدونة سلوك أخلاقية.

8- ينبغي لنقابات الصحفيين والهيئات المعنية بالشأن الصحفي في الوطن العربي من صياغة مدونة سلوك ودليل أخلاقي في إطار تشريعي وقانوني؛ لتنظيم ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين داخل غرف الأخبار؛ بما يضمن عدم خروج الصحفيين عن المعايير المهنية التي يفرضها العمل الصحفي من خلال تحقيق ما يسمى "رشادة الاستخدام".

9- تشجيع إدارت تحرير المؤسسات الصحفية العربية للصحفيين على ممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي سواء بالحوافز المادية أو الإيدبية "التميز المهني"، مع وضع آليات وضوابط لتحقيق الخصوصية وحفظ حقوق الملكية.

المراجع:

- 1- محمد عبد الظاهر: "صحافة الذكاء الاصطناعي- الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام"، (القاهرة: دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، 2019م)، ص 11.
- 2- علياء عبد الفتاح رمضان: "صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي"، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، الجامعة الخليجية، العدد 2، 2021، ص ص 156.
- 3- Wilson Lowreym Peter J. Gade, "Changing the News: The Forces Chaping Journalism IN Uncertun Time", Routledge, New YORK, 2019, p. p. 63-64.
- 4- أمل محمد خطاب: "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار- دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، العدد 22، أكتوبر/ ديسمبر 2023، ص ص 97-98.
- 5 - How AI is Changing Journalism, "MIT Technology Review", 28 September 2024, <https://www.technologyreview.com/2024/09/28/141697/how-ai-is-changing-Journalism>.
- 6 -Joakin Karlsen and Eirik Stavelin," Computational Journalism in Norwegian Newsrooms", Journalism Practice, 8.1"2025", 34-48, Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.813190>.
- 7- Keller, Michael, and Brain A belson." A Tool for Newsroom Impact Measurement.", Columbia Journalism Review, June4, 2024. Available at: https://www.cjr.org/tow_center_reports/newslyno_a_tool_for_newsroom_impact_m easurement.php.

8- أميرة محمد محمد: "اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية السعودية- دراسة ميدانية"، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، العدد "4"، 2024م، ص 98-124.

9-Eddy Borges- Rey, "Unravelling Data Journalism: A study of Data Journalism Pracitice in British Newsrooms" Journalism Pracitice,2023, Available at: <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.1159921>.

10- أمل محمد خطاب: "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار- دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية"، مرجع سابق، ص- ص 93-154.

11-Moravec,Vaclav,Sido,Jakub,Ekstein,Kamil,"Communication Tody", Tmava VOI.11,Iss1,2022,P.P 36-53.

12- قاسم أبوزيد أحمد: "اتجاهات القائم بالاتصال في التلفزيون الأردني نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار"، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2022م.

13- علياء عبد الفتاح رمضان: "صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي"، مرجع سابق، ص- ص 153-182.

14-Series,B.T.,Artificial Intelligence Systems For Programme Production and EXCHANGE", 2021,Availabale at : https://www.itu.int/dms_pUb/itu-r/opb/rep/R-REPBT.2447-2021-pdf-E.pdf .

15- عيسى عبد الباقي موسى، 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، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد "19"، العدد "1"، 2020، ص ص 1-66.

16- Sue Robinson, "Convergence Crises: Work and News Space in the Digitally Transforming Newsroom",

Journal of Communication, 6106,2020, P.P22-14, Available at:

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01603.x>.

17- فراس محمد العزة: "غرف الأخبار الحديثة والاستفادة من التقنيات الجديدة في مجال الأخبار"، تونس، إصدار اتحاد إذاعات الدول العربية، 2019م، ص ص 6-28.

18- Ekaterina Pashevich: "A utomation of News Production in Norway: Augmenting Newsroom With Artificial Intellegence",Un published Masters Thesis, Nordic Media Department of Media & Communication,Faculty of Humanities ,University of Oslo, P.P 85-87 .

19- شيرين البحيري: "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي المصرية بالصحافة المصرية في إنتاج المحتوى الصحفي"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، العدد "24"، 2018، ص- ص 129-158.

20 -Bingjie Liu.Lewen Wei ,”Is The Robot Biased Against Me?An Investigation of Boundary Conditions for Reception of Robot as News Writer”, Paper Presented at

the annual meeting of the AEJMC", Chicago: Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile, IL, 09 Aug 2017.

21- عمر أبو عرقوب: "نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها"، ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام، 2019م، ص ص 16-28.

22 -Whittaker, J., & Whittaker, J. P. "Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism", Routledge, 2016.

23 - المركز الدولي للصحفيين: دراسة في "الصحافة الرقمية حول حالة التكنولوجيا في غرف الأخبار العالمية"، 2023-2024. متاح على: <https://ijnet.org/ar/resource/>

24- How AI is Transforming Journalism," World Economic Forum", 13 June 2022, <https://www.weforum.org/agenda/2022/06/13/how-ai-is-transforming-journalism>

25- أيمن محمد إبراهيم: "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، كلية الإعلام، العدد 53، يناير/ مارس 2020، ص ص 447-526.

26-Vigo Chaiken," The Vigo Chaiken Model in Digital Media Studies", California , Sage Publications, P.132.

27- Howell, D. W. "The Mechanisms of Applying Robot Journalism in News and Technology", VOI 6, No 3, p.60-61.

28- Garham Konan, " Careful Reading of (V.CH) Model, International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology", VoI 9, No 4, P.28.

29- إسماء صابر عبد الرحمن: "توظيف تقنية الميتافيرس داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية العربية- دراسة تطبيقية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد "21"، العدد "2"، 2022، ص ص 444-445.

30- Davis FD, "User Acceptance of Information Technology :System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts", International Journal of Man – Machine Studies, VOI, 38, 2014, P.213.

31- Venkatesh V, Davis FD, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies", Management Science, VOI, 46, Issue 2, 2016, P.166.

32- عيسى عبد الباقي موسى ، أحمد عادل عبد الفتاح: "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية- دراسة تطبيقية"، مرجع سابق، ص ص 22-23.

33- منى عبد الموجود محمد: "توظيف الصحف العربية للمستحدثات التكنولوجية داخل غرف الأخبار"، دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2021م)، ص 128.

34- محمود علم الدين: "أساسيات الصحافة في القرن العشرين"، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2009م)، 232.

- 35- شيماء ذو الفقار: "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009م)، ص 191.
- 36 - سمير محمد حسين: "بحوث الإعلام- الأسس والمبادئ"، (القاهرة: عالم الكتب، 2008 م)، مرجع سابق، ص 222.
- 37- فرج الكامل: "بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها"، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2008م)، ص 128.
- 38- محمد عبد الحميد: "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، (القاهرة، عالم الكتب، 2008م)، ص 197.
- (*) تم تحكيم دليل المقابلة المتعمقة من قبل السادة الأساتذة:
- أ. د/ محمد شومان أستاذ الصحافة وعضو الهيئة الاستشارية لمؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي بدبي.
- أ. د/ محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د/ عيسى عبد الباقي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة بني سويف.
- أ. د/ علي وجدي النجار أستاذ بحوث العمليات والذكاء الاصطناعي- بجامعة القاهرة والجامعة الأمريكية.
- أ. د/ هشام عرفات أستاذ علوم الحاسب والذكاء الاصطناعي- جامعة الدلتا.
- أ. م. د / شريف مودي الحكيم أستاذ الإعلام المساعد بالجامعة الأمريكية.
- 39- عاطف عدلي العبد: "تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام- الأسس النظرية والنماذج التطبيقية"، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2003م)، ص 61.
- 40- فراس العزة، مرجع سابق.
- 41- أمل محمد خطاب، مرجع سابق.
- 42- Borges-Rey, op. cit.
- 43- أميرة محمد محمد، مرجع سابق.
- 44- Stavelin & Karisen, op.cit.
- 45- Abelson & Keller, op.cit.
- 46- SueRobinson, op.cit.
- 47- Whittaker, J., & Whittaker, J.P, op.cit.
- 48- Series T.B, op.cit.
- 49- Ekaterina Pashevich, op.cit.
- 50- Bingjie Liu, op.cit.
- 51- قاسم أبو زيد، مرجع سابق.
- 52- أميرة محمد محمد، مرجع سابق.
- 53- علياء عبد الفتاح رمضان، مرجع سابق.
- 54- عيسى عبد الباقي موسى، أحمد عادل عبد الفتاح، مرجع سابق.
- 55- عمر أبو عرقوب، مرجع سابق.
- 56- Borges-Rey, op.cit.
- 57- شيرين البحيري، مرجع سابق.
- 58- Bingjie Liu, op.cit.
- 59- فراس محمد العزة، مرجع سابق.

60- أمل محمد خطاب، مرجع سابق.

61- Vacla Moravec, op.cit.

62- Series T.B, op.cit.

63- أميرة محمد محمد، مرجع سابق.

64- فراس محمد العزة، مرجع سابق.

65- عمر أبو عرقوب، مرجع سابق.

66- شيرين البحيري، مرجع سابق.

67- Borges-Rey, op.cit.

68- See:

- Andreas Graefe, et al., "Readers Perception of Computer- Generated News: Credibility, Expertise, and Readability", Journalism, VOI,19, Issue,5,2018, p. p.1-16.

- Francesco Marconi, et al.,The Future OF Augmented Journalism: Aguide For Newsroom in the age of Smart Machines, News York,Associated Press,2017,p.p1-26.

- Carl- Gustav Linden "Algorithms For JOURNALISM: the Future of News work, the JOURNAL OF Media Innovations, VOI,4, no,1,2017, P.P 60-76.

- Reference:

- Wilson Lowrey Peter J. Gade,"Changing the News :The Forces Chaping Journalism IN Uncertun Time" , Routledge,New YORK,2019,p.p.63-64.
- How AI is Changing Journalism," MIT Technology Review",28 September 2024, <https://www.technologyreview.com/2024/09/28/141697/how-ai-is-changing-Journalism>.
- Joakin Karlsen and Eirik Stavelin,"Computational Journalism in Norwegian Newsrooms" ,Journalism Practice,8.1"2025",34-48, Available at : <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.813190>.
- Keller, Michael,and Brain A belson."ATool for Newsroom Impact Measurement.",Columbia Journalism Review,June4,2024.Availableat: https://www.cjr.org/tow_center_reports/newslyno_a_tool_for_newsroom_impact_measurement.php.
- Eddy Borges- Rey,"Unravelling Data Journalism : A study of Data Journalism Pracitice in British Newsrooms" Journalism Pracitice,2023,Available at : <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.1159921>.
- Moravec,Vaclav,Sido,Jakub,Ekstein,Kamil,"Communication Tody" ,Trnava VOI.11,Iss1,2022,P.P 36-53.
- Series,B.T.,Artificial Intelligence Systems For Programme Production and EXCHANGE", 2021,Availabale at : https://www.itu.int/dms_pUb/itu-r/opb/rep/R-REPBT.2447-2021-pdf-E.pdf
- Sue Robinson,"Convergence Crises :Work and News Space in the Digitally Transforming N ewsroom", Journal of Communication,6106,2020,P.P22-14 , Available at : <https://doi.org/10.1111/j.1460- 2466.2011.01603.x>.
- Ekaterina Pashevich: "A utomation of News Production in Norway: Augmenting Newsroom With Artificial Intellegence",Un published Masters Thesis, Nordic Media Department of Media & Communication,Faculty of Humanities ,University of Oslo, P.P 85-87.
- Bingjie Liu.Lewen Wei ,"Is The Robot Biased Against Me?An Investigation of Boundary Conditions for Reception of Robot as News Writer", Paper Presented at the annual meeting of the AEJMC", Chicago: Chicago Marriott Downtown Magnificent Mile,IL,09Aug2017.
- Whittaker,J.,&Whittaker,j.P."Tech Giants,Artificial Intelligence,and the Future of Journalism",Routledge,2016
- How AI is Transforming Journalism," World Economic Forum", 13 June 2022, , Available at : [https //www.weforum.org.agenda/2022/06/13/how-ai-is- Transforming – Journalism](https://www.weforum.org/agenda/2022/06/13/how-ai-is- Transforming – Journalism)
- Vigo Chaiken," The Vigo Chaiken Model in Digital Media Studies", California , Sage Publications,P.132.
- Howell,D.w"The Mechanisms of Applying Robt Journalism in News and Technology",VOI 6,No3.p.p.60-61.

- Garham Konan ,” Careful Reading of (V.CH) Model, International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology”, VoI 9,No4,P.28
- Davis FD ,”User Acceptance of Information Technology :System Characteristics,User Perceptions and Behavioral Impacts”,International Journal of Man – Machine Studies, VOI,38,2014,P.213 .
- Venkatesh V, Davis FD ,”A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies”, Management Science,VOI,46,Issue2,2016,P.166.
- Andreas Graefe,et al.,”Readers Perception of Computer- Generated News: Credibility,Expertise,and Readability”, Journalism, VOI,19, Issue,5,2018,p.p.1-16.
- Francesco Marconi, et al.,The Future OF Augmented Journalism: Aguide For Newsroom in the age of Smart Machines, News York,Associated Press,2017,p.p1-26.
- Carl- Gustav Linden “Algorithms For JOURNALISM: the Future of News work, the JOURNAL OF Media Innovations, VOI, 4, no,1,2017, P.P 60-76.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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



Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- 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: Prof. Arafa Amer

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

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Assistant professor at Faculty of Mass Communication,
Al-Azhar University

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

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, 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

● Issue 75 July 2025 - 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.