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.

نائب رئيس التحرير : أ.م. د / **أحمد سالم** - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د / **محمود عبدالعاطي** - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د / **إبراهيم بسيونى** - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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.

التدقيق اللغوي:

أ/ **عمر غنيم** - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ **جمال أبو جبل** - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الخامس والستون - الجزء الثاني - رمضان ١٤٤٤هـ - أبريل ٢٠٢٣ 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 والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون 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 وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... 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.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- توظيف ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الجديد في إدارة السمعة الإلكترونية - دراسة ميدانية مقارنة على المنظمات العاملة في القطاع الحكومي والخاص بالمملكة العربية السعودية ٦٧٩
  أ.م.د/ نهى السيد أحمد ناصر

- فاعلية برنامج تعليمي مدمج لتنمية الجوانب المعرفية والمهارية والدافعية للإنجاز لدى طلاب الإعلام التربوي في إنتاج مشروعات التخرج ٧٤٣
  أ.م.د/ دعاء فكري عبد الله محمود- أ.م.د/ سكرة على حسن البريدي

- معالجة الصحف الإلكترونية المصرية والأمريكية لموضوعات التغيرات المناخية «دراسة تحليلية في ضوء مؤتمر المناخ COP 27» ٧٩٧
  أ.م.د/ سحر عبد المنعم محمود الخولي

- واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية- دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٢) ٨٧٧
  أ.م.د/ وليد العشرى إبراهيم علي

- دور الصحف الإلكترونية المصرية في التثقيف بالتغذية العلاجية- دراسة حالة لصفحة (صحة وطب) بموقع اليوم السابع ٩٤٧
  د/ محمد فرغلي عطا أحمد

- التماس الجمهور للمعلومات حول تحديات الاقتصاد المصري عبر الصحافة الرقمية وعلاقته بإدراكه لها ٩٩١
  د/ سحر أحمد غريب محمد

- الأطر الإخبارية للحرب الروسية الأوكرانية في الصحافة العربية- بالتطبيق على صحيفة الأهرام المصرية والشرق الأوسط السعودية نموذجًا — د/ أنغام مجدي سليمان — ١٠٤١

- سيميولوجية تناول قضايا المرأة المُطلَّقة في الدراما التليفزيونية- دراسة حالة: مسلسل فاتن أمل حربي — د/ هاجر شعبان سعداوي — ١١٣٧

- استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالترابط الأسري — لينا جميل عليان الجلسي — ١١٨٩

- Consumers' Attitudes Towards Augmented Reality Advertising as Compared to Traditional Media Advertising — Dr.Nesrin El-Sherbini — ١٢٥٥

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجله يوليو2022	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
5	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
8	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
10	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
11	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	7	2536-9237	2735-4326
12	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016

- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية

دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (2018-2022)

The Reality of Arab and Foreign Media Studies in the Field of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practice

Meta-Analysis study in the period (2018-2022)

أ.م.د/ وليد العشرى إبراهيم علي

أستاذ الصحافة المساعد- قسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة طنطا

Email: walid.ali@sed.tanta.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية الحديثة في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من 2018م حتى 2022م. وتنتمي هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التحليلية، والتي تعتمد على استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني (Meta-Analysis). في هذا السياق، تم الاعتماد على إجراء التحليل الكمي والكيفي معًا لـ (155) بحثًا.

ومن أهم النتائج التي تَوَصَّلَت إليها الدراسة:

- أحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولًا في المُمارسة الصحفية وأثَّرت على جميع جوانب الصحافة، من المنتجات الصحفية إلى عمل الصحفيين، وعلاقة الصحافة مع الجمهور.
- تؤكد النتائج أنّ البحث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة كمهنة وعلى المُمارسة الصحفية لا يزال في مراحله الأولى، وتهيمن عليه وجهات نظر متناقضة ونتائج غير متسقة.

وتمثلت الرؤية المُستَقْبَلية والأجندة البحثية المقترحة لتطوير بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية في ضرورة القيام بدراسات طولية تتبعية لفهم كيفية استخدام الجماهير لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار والنشر، وآثار هذا الاستخدام على الصحافة.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المُمارسة الصحفية، أسلوب التحليل من المستوى الثاني.

Abstract

The study aims to explore and analyze recent Arab and foreign media studies in the field of the impact of Artificial Intelligence (AI) on journalistic practice from various research schools worldwide in the period from 2018 to 2022 This study belongs to the type of analytical descriptive research, which depends on Meta-Analysis method. In this context, both quantitative and qualitative analysis was relied upon, where the number of studies reached (155) research.

Among the most important results of this study:

- Artificial intelligence technologies have transformed journalistic practice and affected all aspects of journalism, from journalistic products to the work of journalists, and the relationship of journalism with the public.
- This study confirms that research on the impact of (AI) on journalism as a profession and journalistic practice is still in its infancy and is dominated by contradictory views and inconsistent results.

The vision for the future and the proposed research agenda for the development of research on the impact of (AI) on journalistic practice are represented in the following:

The need to carry out longitudinal studies to understand how the masses use artificial intelligence tools in news production and publishing, and the effects of this use on journalism.

Keywords: Artificial Intelligence, Journalistic Practice, Meta-Analysis

أولاً: مقدمة:

أصبحت التكنولوجيا قوة دافعة حقيقية لقطاع الإعلام لإنتاج محتوى رقمي جديد يتماشى مع متطلبات مستخدمي الإنترنت. ومِنْ ثَمَّ يمكن القول إنّ التغيرات الهائلة في مجال الصحافة ارتبطت مباشرة بأدوات التكنولوجيا المتقدمة.

في هذا السياق، أصبح استخدام "تقنيات الذكاء الاصطناعي" جزءًا لا غنى عنه في مجال الإعلام والذي أدى إلى تحولات جذرية في مجال الصحافة- على وجه الخصوص، بات يُنظر إلى هذه التكنولوجيا على أنّها تحالفًا موضوعيًا لتغيير الممارسات المهنية للصحافة، إلى جانب تغيير مهارات الصحفيين.

وفي الآونة الأخيرة، شهد المشهد الصحفي تحولات سريعة وغير مسبوقة، بسبب "تقنيات الذكاء الاصطناعي" والتي تُعد أحد أكثر أطر الابتكار الواعدة والتي رقمنت العمل الصحفي بطرق لم يكن أحد يتوقعها حتى قبل بضع سنوات، خاصَّة على مستوى تطور الآليات التي يتم من خلالها إنتاج الأخبار والمحتوى الإعلامي وتوزيعه واستهلاكه (Pihlajarinne & Alén-Savikko, 2022[1])، وتوسيع نطاق التغطية الإخبارية والخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية (Meng & Zhang, 2022)[2]. في هذا الصدد، تصدرت التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي (AI) المرتبة الأولى في قائمة التقنيات الجديدة التي يُنظر إليها على أنّها تحمل مُستَقْبلًا واعدًا للصحافة (Newman, 2021)[3].

تأسيسًا على ما سبق، تهدف الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة فى مجال بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية على مستوى الدراسات العربية والأجنبية من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من 2018م

حتى 2022م، وهو أمر حيوي لمقارنة آثار الذكاء الاصطناعي في سياقات اجتماعية، واقتصادية، وبيئات إعلامية مختلفة.

وهكذا سيحاول الباحث في الصفحات القادمة الرصد العلمي والموضوعي للتراث البحثي العربي والأجنبي الذي تناول تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية، ومراجعة هذا التراث وتحليله في محاولة لتقديم رؤية متكاملة عن المشكلات أو القضايا البحثية التي تناولتها هذه البحوث، والأطر النظرية أو النماذج التي اعتمدت عليها، والمناهج المستخدمة، وأدوات جمع البيانات، وأهم النتائج التي وصلت إليها.

ثانيا: أهداف العرض التحليلى:

1. رصد الدراسات العربية والأجنبية المرتبطة ببحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية خلال الفترة من عام 2018م حتى 2022م، مع مراعاة التنوع في المدارس الأمريكية، والآسيوية، والأوروبية، والعربية.
2. الكشف عن أهم المشكلات أو القضايا البحثية التي تناولتها الدراسات عينة التحليل؛ من أجل تصنيف توجيهات مجالات الاهتمام البحثي لدراسات تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية.
3. رصد الأطر أو النماذج النظرية التي اعتمدت عليها، والمناهج المستحدمة، وأدوات جمع البيانات.
4. الكشف عن أهم النتائج التي تَوَصَّلَت اليها الدراسات والبحوث الخاصة بتأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية ومقارنة نتائجها؛ للتعرف على أوجه اتفاق واختلاف الباحثين ومحاولة تفسيرها.
5. تقديم رؤية مُستَقْبَلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية.

ثالثًا: منهجية العرض التحليلى:

ينتمي العرض التحليلي الحالي محل الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والذي اعتمد على منهج المسح بأسلوب تحليل البيانات من المستوى الثاني (Meta-Analysis) لبحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية المتاحة والمنشورة في دوريات أجنبية وعربية محكمة، في الفترة من عام 2018م حتى 2022م.

وقد اعتمد العرض على التحليل الكمي والكيفي معًا، حيث تم بشكل كمي حساب النظريات التي اعتمدت عليها الدراسات محل الدراسة، وكذلك أنواع المناهج وأدوات جمع البيانات، وأنواع العينات، وطبيعة المدرسة العلمية التي تنتمي إليها الدراسات عينة التحليل، بينما تم تحليل القضايا البحثية التي تناولتها الدراسات كيفيًّا، واستخلاص أهم الإضافات المعرفية والمنهجية والنظرية، ثم تقديم رؤية نقدية مقارنة بين المدارس الأمريكية والأوروبية والآسيوية والعربية، وَصُولًا إلى تقديم أجندة بحثية مُستَقْبَلية للباحثين في مجال بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية.

رابعا: مجتمع وعينة العرض التحليلى:

يتمثل مجتمع العرض التحليلي في البحوث العربية والأجنبية التي تناولت تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية المختلفة وذلك في الفترة من 2018 وحتى 2022، كما استعان الباحث في جمع الدراسات العربية والأجنبية عينة الدراسة بقواعد البيانات العربية والأجنبية على شبكة الإنترنت وعدد من المواقع الأكاديمية، ومواقع المجلات العلمية العربية وتمثلت في المصادر التالية:

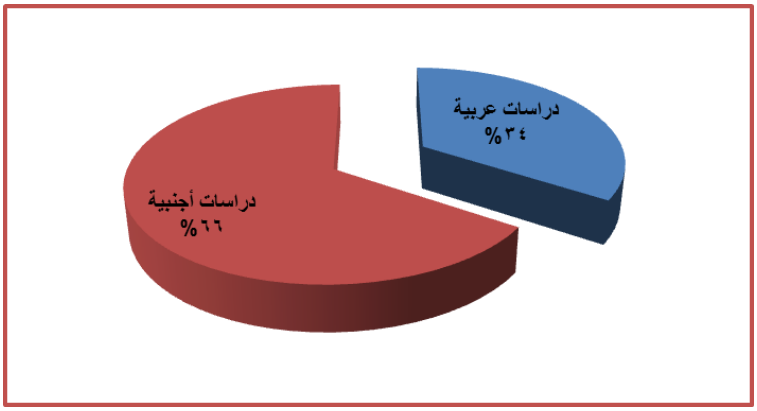
قاعدة بيانات اتحاد مكتبات الجامعات المصرية- بنك المعرفة المصري- دار المنظومة- Emerald -Web of sicence - JSTOR – EBSCO host -Askzad Research gate - Google - Clarivate Analytics - SAGE – Insight .Springer – ProQuest – Schoolar

وهكذا توصل الباحث إلى 53 دراسة باللغة العربية و102 دراسة باللغة الإنجليزية، وبذلك بلغ إجمالي الدراسات عينة التحليل 155 دراسة.

جدول (1)

تقسيم الدراسات وفقا للغة النشر

النتائج / لغة النشر	التكرار	النسبة %
دراسات عربية	53	%34.2
دراسات أجنبية	102	%65.8
المجموع	155	**%100**



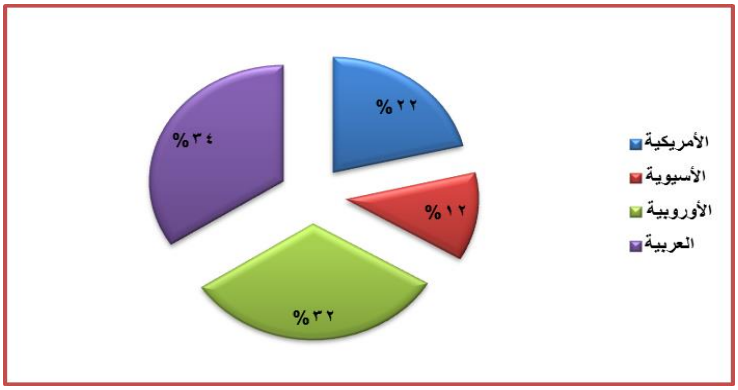
شكل (1) تقسيم الدراسات وفقًا للغة النشر

ويوضح الجدول التالي تقسيم الدراسات وفقًا لبيئة إجرائها:

جدول (2)

تقسيم الدراسات وفقًا لبيئة إجرائها

النتائج المدرسة العلمية	التكرار	النسبة %
الأمريكية	33	%21.3
الآسيوية	19	%12.2
الأوروبية	50	%32.3
العربية	53	%34.2
المجموع	155	**%100**



شكل (2) تقسيم الدراسات وفقًا لبيئة اجرائها

خامسا: عرض المحاور والاتجاهات البحثية في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعى في المُمارسة الصحفية:

تُعرض الدراسات عينة التحليل وفقًا للمحاور التالية:

المحور الأول: تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، ويضم (43 دراسة).

المحور الثانى: جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تُنْتِجُها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي، ويضم (30 دراسة).

المحور الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية، ويضم (27دراسة).

المحور الرابع: التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، ويضم (21 دراسة).

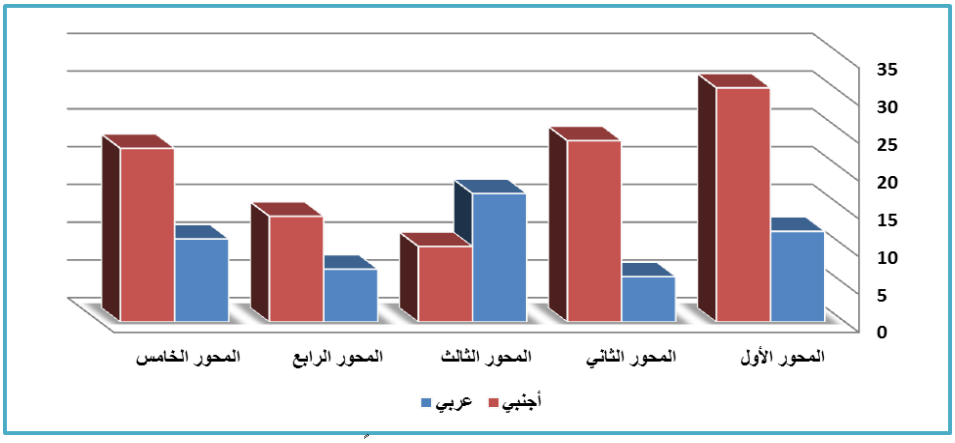
المحور الخامس: المُمارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي، ويضم (34 دراسة).

ويوضح الجدول التالي توزيع المحاور البحثية وفقًا للغة النشر المستخدمة لبحوث ودراسات الذكاء الاصطناعي والمُمارسة الصحفية:

جدول (3)

توزيع المحاور البحثية وفقًا للغة النشر

لغة النشر / محاور الدراسة	عربى		أجنبى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
المحور الأول: بحوث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار	12	%22.6	31	%30.4	43	%27.7
المحور الثاني: جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي	6	%11.3	24	%23.5	30	%19.4
المحور الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية	17	%32.1	10	%9.8	27	%17.4
المحور الرابع: التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي	7	%13.2	14	%13.7	21	%13.5
المحور الخامس: الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي	11	%20.8	23	%22.6	34	%22
المجموع	53	%100	102	%100	155	%100



شكل (3) توزيع المحاور البحثية وفقاً للغة النشر

تُشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى وجود مجموعة من القضايا والإشكاليات البحثية التي ركّزت عليها البحوث والدراسات التي خضعت للتحليل، ويأتي في مقدمتها بحوث ودراسات تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، حيث قدمت (43) دراسة بنسبة 27.7%، يليها بحوث ودراسات الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي بنسبة 22%، ثم تأتي بعد ذلك بحوث ودراسات جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي بنسبة 19.4%، وأخيراً بحوث ودراسات التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 13.5%.

المحور الأول: بحوث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار:

دفع الاستخدام المُتزايِد للتكنولوجيا المدعومة بالذكاء الاصطناعي العلماء والباحثين إلى التحقيق في تأثير الذكاء الاصطناعي (AI) على غرف الأخبار وآليات توظيفه بشكلٍ أفضل في مجال الصحافة. في هذا السياق، كشفت دراسة (Galily, 2018) [4] عن أنّ استخدام تقنيات "الذكاء الاصطناعي" في العمل الصحفي أعادَ تشكيل غرف الأخبار بشكلٍ جذري، وتحديدًا في جَميع جوانب إنتاج الأخبار ونشرها. واتفقت معها في النتائج إلى حد كبير دراسة (Loosen, 2018) [5] والتي خَلُصت إلى أنّ التكنولوجيا أثرت بشكلٍ كبير على الصحافة في جوهرها، خاصَّة على مستوى إنتاج المحتوى الآلي.

وفي الإطار ذاته، تُظهر نتائج الدراسة التى أجراها[6] (Pashevich, 2018) إمكانيات الأتمتة في غرفة الأخبار في إنشاء منتجات إخبارية مبتكرة باستخدام خوارزميات التخصيص، جنبًا إلى جنب مع إتاحة الفرصة للصحفيين للقيام بأعمال أكثر إبداعًا. وتَوصَّلَت دراسة [7] (Blankespoor, deHaan & Zhu, 2018) إلى أنّ المقالات الآلية التي أنتجتها "صحافة الروبوت" زادت من حجم تداول المعلومات العامة. في حين أَشَارَتْ دراسة [8] (Chan-Olmsted, 2019) إلى تَزَايُد اعتماد الشركات العاملة بالإعلام على أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال تحليل محتوى الجمهور وتصنيفه، والذي يستخدم في مجال التسويق بشكلٍ فعال، وإشراكه عبر الواقع المعزز، وتحسين الرسائل الموجه له.

وفي سياق متصل، خَلُصت دراسة [9] (Lewis et al, 2019) إلى أنّ "تقنيات الذكاء الاصطناعي" تقدم فُرَصًا لإنتاج الأخبار بشكلٍ أسرع، وعلى نطاق واسع. واتفقت معها في النتائج إلى حد كبير دراسة [10] (Series, 2019) والتي أَشَارَتْ إلى أنّ خوارزميات الذكاء الاصطناعي لها تأثير إيجابي كبير على إنشاء المحتوى وتحسينه وتقييم جودته. وتَوصَّلَت نتائج دراسة [11] (Stray, 2019) إلى أنّ إعداد البيانات باستخدام تقنيات "الذكاء الاصطناعي" يُقلِّل بشكلٍ كبير من تكلفة الصحافة الاستقصائية، ومِنْ ثَمَّ تطويرها على المدى القريب.

من ناحية أخرى، أَشَارَتْ نتائج دراسة كل من [12] (Ali & Hassoun, 2019) إلى أنّ "تقنيات الذكاء الاصطناعي" أصبحت عنصرًا أساسيًّا لمتطلبات إنتاج الصحف المعاصرة. وأَظْهَرَتْ دراسة [13] (Braghieri, 2019) أنّ الذكاء الاصطناعي قد أسهم بشكلٍ كبير في نشر المعلومات التي تقوم المؤسسة الصحفية بإنتاجها. علاوة على ذلك، أكدت النتائج دور الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار المعاصرة وتنظيمها والتحقق من صحتها. وقد اتفق مع هذه الدراسة ما توصل إليه [14] (Wu, Tandoc & Salmon, 2019) من تَزَايُد استخدام الأتمتة في غرف الأخبار المعاصرة في ظل طوفان البيانات.

وفي الإطار ذاته، أكدت دراسة [15] (Whittaker, 2019) التأثير المُتزايِدْ للخوارزميات والذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار، خاصَّة في ظل قُدرتها على توفير

محتويات يصعب على البشر التوصل إليها. وأَشَارَتْ نتائج دراسة الحالة التي أجراها كل من (Ufarte Ruiz & Manfredi Sánchez, 2019) [16] إلى قُدرة الخوارزميات والروبوتات المطبقة في الصحافة على الإنتاج الآلي والدقيق والسريع للنصوص الصحفية باستخدام برنامج (Gabriele) في توزيع الأخبار لوسائل الإعلام المختلفة.

من ناحية أخرى، هدفت عدة دراسات إلى رصد الفوائد الكبيرة التي تتيحها "تقنيات الذكاء الاصطناعي" في العمل الصحفي. وفي هذا الصدد، تَوَصَّلَت دراسة (Torrijos, 2019) [17] إلى أنّ "استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي" يعمل على إرضاء المستخدمين الذين يحتاجون إلى أحدث الأخبار على كل أنواع الأجهزة التكنولوجية، ولم يكن هناك احتياج للتدخل البشري في إنتاج الأخبار. وفي الإطار ذاته، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (Broussard et al, 2019) [18] أهمية الذكاء الاصطناعي في معالجة المعلومات والبيانات الصحفية في صورة ملائمة لأخلاقيات ومعايير ميثاق الشرف الصحفي. وقد اتفقت معها دراسة (Goni & Tabassum, 2020) [19] والتي أَشَارَتْ إلى أنّ "تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي" أصبحت مهمة؛ لما لها من فوائد كبيرة في تحسين وتطوير وتسريع العمل الصحفي. في حين تَوَصَّلَت دراسة (Beenish, 2020) [20] إلى أنّ المؤسسات الصحفية التي لا تتبنَّى "تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي" ستواجه مُستَقْبَلًا قاتمًا، وأَشَارَتْ النتائج أيضًا إلى أنّ استخدام الذكاء الاصطناعي من شأنه أنْ يجعل العمل الصحفي أكثر فعالية وإيجازًا وجذبًا للجماهير.

وفي سياق متصل، أَشَارَتْ (Costera Meijer, 2020) [21] إلى أنّ الابتكار أصبح ممارسة راسخة في الصحافة اليوم، والذي يقود المؤسسات الإخبارية إلى تحليل البيانات، وأتمتة إنتاج الأخبار، ورواية القصص الغامرة. وخَلُصت نتائج دراسة (Biswal & Gouda, 2020) [22] إلى تأثر إنتاج الأخبار وتوزيعها واستهلاكها باستخدام أحدث "تقنيات الذكاء الاصطناعي" ودون التدخل المباشر من قبل المحررين. واتفقت معها في النتائج إلى حد كبير دراسة (Hikmet Tosyalı, Çiğdem Aytekin, 2020) [23] حيث أكدت إمكانية إنشاء نصوص الأخبار تلقائيًا وتقديمها للقراء دون مشاركة بشرية من خلال "تقنيات الذكاء الاصطناعي" . في حين أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (2020[24]

Brennen et al,) حتمية إدخال الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الإخبارية مع التأكيد على أنّ مُستَقْبَل هذه التقنيات لا يزال في طور البناء.

وعلى الصعيد المصري، أكدت دراسة (نوفل، 2020) [25] إلى أنّ التقنيات الحديثة "الطائرات بدون طيار" تُعتبر ذات قيمة على مستوى خفض تكلفة إنتاج الأخبار وتوفير الأمان للصحفيين. واتفقت معها إلى حد كبير دراسة (عبد المعطي، 2020) [26] والتي أَشَارَتْ إلى سعي وسائل الإعلام إلى تَوظيف "تقنيات الذكاء الاصطناعي" في جَميع مراحل صناعة الخبر. في حين تَوَصَّلَت دراسة (عبد المعطي، 2020) [27] إلى توظيف تقنية الواقع المعزز لربط المحتوى الورقي بنظيره الإلكتروني، بما يسهم في إعلاء نسب مشاهدته من خلال التحديث الفوري.

وفي الإطار ذاته، أَشَارَتْ دراسة [28] (Trattner et al, 2021) إلى أنّ التطورات الأخيرة في الذكاء الاصطناعي أحدثت فرصًا جديدة لتحسين وتوسيع نطاق التغطية الإخبارية والخدمات التي تقدمها المؤسسات الإعلامية. واتفقت معها إلى حد كبير دراسة [29] (Kotenidis & Veglis, 2021) والتي تَوَصَّلَت إلى أنّ ظهور الأتمتة أحدث تغييرات عديدة وبشكلٍ أساسي في إنتاج المحتوى الآلي، وتقليل البيانات، ونشر الأخبار وتحسين المحتوى. وتُشير نتائج دراسة [30] (Túñez-López et al, 2021) إلى أنّ تقنيات "الذكاء الاصطناعي" في الصحافة الإسبانية ستسمح بتمديد الأخبار النصية الآلية إلى الصوت والفيديو، واستهلاك الأخبار بشكلٍ غير منظم، والإفادة من تلك التقنيات في إيجاد طرق جديدة لربط الجمهور بالمنتج الصحفى.

وفي سياق متصل، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (Calvo Rubio, & Ufarte Ruiz, 2021) [31] قُدرة تقنيات "الذكاء الاصطناعي" على تغطية المناطق التي يصعب على الصحفي الوصول إليها. واتفقت معها دراسة (عبد المعطي، 2021) [32] والتي أكدت قُدرة تقنيات "الذكاء الاصطناعي" على تغطية الأماكن التي يصعب الوصول إليها من جانب الصحفيين خاصَّة وقت الأزمات.

وعلى نحو آخر، سعت دراسة [33] (Parratt-Fernández, et al, 2021) إلى التعرف على المجالات التي تتم دراستها أكثر من غيرها من خلال تحليل الإنتاج العلمي

العالمي حول "تطبيق الذكاء الاصطناعي على الصحافة " خاصَّة بين عامي 2015 و2020. وقد أَظْهَرَتْ النتائج أنّ صحافة البيانات وكتابة الروبوت والتحقق من الأخبار تصدرت المجالات الأكثر تركيزًا من جانب الباحثين.

أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (El Gody, 2021) [34] أهمية دور الذكاء الاصطناعي، وخاصَّة تقنيات الترقب، في الكشف عن المحتوى المزيف والمصادر الوهمية وإدارة عمليات غرفة الأخبار. واتفقت معها إلى حد كبير دراسة (عبد المعطي، 2021) [35] والتي تَوَصَّلَت إلى قُدرة تقنية Blockchain من التحقق من المعلومات وحفظها وحمايتها من التزوير.

وفي سياق متصل، تُشير نتائج دراسة (Sirén-Heikel, Kjellman & Lindén, 2022) [36] إلى أنّ أدوات الذكاء الاصطناعي ذات طبيعة ثنائية ومفترق طرق بالنسبة للعمل الصحفي، ليس فقط على مستوى توفر تكاليف غرف الأخبار، وإنّما أيضًا على مستوى استخدامها المقصود من جانب الجمهور. واتفقت معها نتائج الدراسة الصينية التي أجراها (Wang, 2022) [37] والتي أكدت أنّ أخبار الذكاء الاصطناعي لن تُغير طريقة إنتاج الأخبار فحسب، بل ستغير أيضًا الحياة الثقافية للمجتمع البشري بأسره. وتَوَصَّلَت دراسة (Robertson & Ridge-Newman, 2022) [38] إلى أنّ هناك إمكانات كبيرة للذكاء الاصطناعي لإعادة ثقة الجمهور في الصحافة مع اقتراب عام 2030.

وحول استخدام صور الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الجغرافيا المكانية في الصحافة، تَوَصَّلَت نتائج دراسة (Ikonen et al, 2022) [39] إلى أنّ تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية أداة قيمة نسبيًا للصحفيين والنشطاء وأي شخص لديه اتصال بالإنترنت. وفي نفس السياق، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (Hassan & Albayari, 2022) [40] أنّ تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أنْ توفر محتويات صحفية وإعلامية يصعب على الصحفي الوصول إليها بنفس الجهد والوقت والتكلفة. وفي الإطار ذاته، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (Gallofré Ocaña & Opdahl, 2022) [41] قُدرة تقنيات "الذكاء الاصطناعي" المستخدمة داخل غرف الأخبار على خفض تكاليف الإنتاج وتحسين جودة المحتوى.

وعلى الصعيد المصري والعربي، وجدت دراسة (الجيار ونوفل، 2022) [42] أنّ دراسات تأثير الذكاء الاصطناعي فى مجال الصحافة تصدرت قائمة الاهتمامات بنسبة بلغت (84.2%). وأكدت دراسة (مساوي، 2022) [43] فعالية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإعلامي. واتفقت معها إلى حد كبير دراسة (صورية وبوعمامة، 2022) [44] والتي أَظْهَرَتْ الحاجة إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في عملية صناعة المحتوى. وتَوصَّلَت دراسة (عبد العزيز وإبراهيم، 2022) [45] إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكلٍ مُتَزايدٍ في العمل الصحفي، ونشر المحتوى الذي يتم إنتاجه على نطاقٍ واسع. في حين أوضحت دراسة (محمد، 2022) [46] أنّ تقنيات "الذكاء الاصطناعي" تُمثل طوق نجاة للمؤسسات الإعلامية خاصَّة ذات الطابع التلفزيوني.

المحور الثاني: جودة ومصداقية محتوى الأخبار التى تُنْتجُها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعى:

هدفت عدة دراسات إلى رصد تأثير الأتمتة على طريقة معالجة الأخبار وتقييمها من قبل الجمهور. وفي هذا الصدد، أجرى (Waddell, 2018) [47] دراستين تجريبيتين حول تأثير الأتمتة على طريقة معالجة الأخبار وتقييمها من قبل الجمهور، كشفت الدراسة الأولى أنّ الأخبار المنسوبة إلى آلة يُنظر إليها على أنها أقل مصداقية من الأخبار المنسوبة إلى صحفي بشري. في حين لاحظت الدراسة الثانية أيضًا الآثار السلبية لتأليف الآلة من خلال المسار غير المباشر للمصدر.

وفي سياق متصل، أَشَارَتْ نتائج الدراسة الأوروبية التى أجراها (Pashevich, 2018) [48] إلى أنّ جودة النصوص المنتجة آليًّا مرضية، ولكن لن تكون مميزة مقارنةً بنظيرتها المكتوبة بواسطة الصحفي. واتفقت معها في النتائج إلى حد كبير دراسة (Changhoon et al, 2020) [49] والتي تَوصَّلَت إلى أن القراء يفضلون الأخبار التي يكتبها الصحفي البشري، ولكنهم اعتبروها أقل مصداقية مقارنةً بالأخبار التي ينتجها الروبوت الإخباري. في حين أَظْهَرَتْ دراسة (Miroshnichenko, 2018) [50] أنّ القراء يصعب عليهم في بعض الأحيان التفرقة بين الأخبار المكتوبة آليا ونظيرتها المكتوبة يدويًّا. كذلك لم تُظهر نتائج المقارنات التجريبية لدراسة (Graefe & Bohlken, 2020) [51] أي اختلاف في تصورات القراء بشأن مصداقية الأخبار الآلية وجودتها

وقابليتها للقراءة مقارنةً بالأخبار المكتوبة بواسطة الإنسان. واتفقت معهما في النتائج الدراسة التي أجراها (عبد الحميد، 2020) [52] والتي أَظْهَرَتْ أنّ الجمهور العادي قد يصعب عليه التمييز بين المحتوى المكتوب عبر الذكاء الاصطناعي والمراسل الحقيقي.

وفي الإطار ذاته، وجدت الدراسة التي أجراها [53] (Graves, 2018) أنّ التحقق الآلي من الحقائق يساعد الصحفيين على تتبع الادعاءات الكاذبة والتحقق منها على الفور. واتفقت معها في النتائج دراسة [54] (Paschen, 2020) والتي أكدت قُدرة "خوارزميات الذكاء الاصطناعي" على التمييز بين المحتوى الإخباري المزيف والحقيقي. وعلى النقيض، أَشَارَتْ نتائج دراسة [55] (Lindén & Tuulonen, 2019) إلى أن الانتقال إلى الصحافة الآلية سوف يجلب بعض التحديات أهمها: إنشاء مقالات ذات جودة منخفضة بسبب استخدام بيانات غير دقيقة من جانب الأشخاص القائمين على تصميم النموذج الذي تستخدمه الخوارزميات.

وفي سياق متصل، تَوَصَّلَت نتائج الدراسة التشيكية التى أجراها [56] (Moravec et al, 2020) إلى أنّ الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي أثبتت جدية في جودة المحتوى الصحفي الذي تنتجه في مقابل ما ينتجه الصحفيون البشريون. وتتفق معها في ذلك دراسة [57] (Maswadi, 2020) والتى تَوَصَّلَت إلى أنّ المحتوى الصحفي الذي تنتجه "صحافة الروبوت" أكثر دقة من ذلك الذي يكتبه البشر بأيديهم، وأنها تمثل نقلة في موضوعية الصحافة وتأثيرها الإيجابي على الجمهور. في حين خَلُصت دراسة [58] (Jamil, 2020) إلى أنّ إدخال الصحافة الآلية والذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الباكستانية من المحتمل أَنْ يُؤدي إلى تحسين جودة المحتوى الإخباري ودقته.

وفي الإطار ذاته، أكدت نتائج الدراسة الآسيوية التي أجراها كلٌّ من (Biswal & Gouda, 2020) [59] أنّ الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي أسهما بشكلٍ كبير في تطوير العمل الصحفي، خاصَّة فيما يتعلق بتقديم جودة محسنة للأخبار من خلال التحقق الآلي من الحقائق، وإزالة المعلومات المضللة تلقائيًا. وتتفق معها في ذلك دراسة [60] (Kim et al, 2020) والتي أثبتت أنّ التقنيات المتطورة في الذكاء الاصطناعي

(AI) تؤدي دوراً ملحوظًا في حصول مستهلكي الأخبار على جودة أكبر ورضا وقراءة للمحتوى.

من ناحية أخرى، تَوَصَّلَت دراسة [61] (Sangwon Lee et al, 2020) إلى وجود ارتباط إيجابي بين استخدام وسائل الإعلام ومصداقية أخبار الذكاء الاصطناعي. واتفقت معها في النتائج إلى حد كبير دراسة (عبد الحميد، 2020) [62] والتي أَظْهَرَتْ وجود علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائيًا بين سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستفادة المتوقعة لها على الأداء الوظيفي. في حين انتهت دراسة [63] (de-Lima-Santos & Salaverría, 2021) إلى ضرورة تقديم قادة غرف الأخبار المساعدة للصحفيين لتحسين قدرتهم الإبداعية وتطوير مهارات إنتاج الأخبار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وفي سياق متصل، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (Bastian, Helberger & Makhortykh, 2021) [64] إمكانية التحيز في المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث لا يمكن تحقيق معيارالموضوعية. في ذات السياق، تُظهر نتائج دراسة (حسين، 2021) [65] عدم قُدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على التحقق من صدق أوزيف المعلومات، ومِنْ ثَمَّ عدم مصداقية المحتوى.

وعلى عكس النتائج السابقة، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة [66] (Hofeditz et al, 2021) أنّ تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤثر بشكلٍ إيجابي على مصداقية المحتوى. ووفقًا لنتائج دراسة [67] (Kim, 2021) فإنَّ الجودة المتصورة للأخبار المكتوبة بواسطة الصحفيين الآليين أدى إلى زيادة الرضا لدى المستخدمين؛ مما أدى إلى زيادة نية قبول الصحافة الروبوتية. وتَوَصَّلَت دراسة (بدوي، 2021) [68] إلى قُدرة "صحافة الروبوت" على إنتاج محتوى صحفي أكثر تميزًا ومصداقية لدى الجمهور، فضلًا عن تأثيرها الإيجابي على البعدين المهني والأخلاقي. واتفقت معها في النتائج دراسة (الزعنون، 2021) [69] والتي خَلُصت إلى أنّ مصداقية العمل الصحفي تزداد بدرجة كبيرة بسبب توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، إلى جانب زيادة المهنية الإعلامية. أَظْهَرَتْ دراسة (Ganguly,

(70) (2022 أهمية الأتمتة والذكاء الاصطناعي مفتوح المصدر بالنسبة للصحفيين في مجال الصحافة الاستقصائية.

ويركز فرع آخر من الدراسات على الطريقة التى يختبر بها الجمهور جودة ومصداقية محتوى الأخبار التى تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعى. في هذا الصدد درس (71) (Melin et al, 2018 طرق تقييم القراء للأخبار التي ينتجها أحد أنظمة أتمتة الأخبار Valtteri NLG خلال الانتخابات الفنلندية لعام 2017. وتَوصَّلَت الدراسة إلى أنّ الأخبار التي أنتجت من قبل Valtteri كانت أقل تقديراً من تلك التي كتبها الصحفي.

على النقيض، تُظهر دراسة (72) (Zheng, Zhong & Yang, 2018 أنّ القراء من الولايات المتحدة والصين يصنفون الأخبار الناتجة عن الخوارزميات على أنها ذات جودة أعلى وأكثر جدارة بالثقة مقارنةً بتلك التي يكتبها الصحفي. وتُشير نتائج دراسة (Liu & Wei, 2019) (73) إلى أنّ الأخبار التي يتم إنتاجها آليًا يُنظر إليها على أنّها أكثر موضوعية. واتفقت معها في النتائج دراسة (74) (Wu, 2020 والتي خَلُصت إلى أنّ القصص الإخبارية المكتوبة تلقائيًا تم تصنيفها على أنها أكثر موضوعية ومصداقية وأقل تحيزًا.

وفي سياق متصل، كشفت دراسة (75) (Edson, Lim & Shangyuan, 2020 عن عدم وجود اختلاف في مصداقية المحتوى البشري والآلي. واتفقت معها إلى حد كبير الدراسة الأوروبية التي أجراها كل من (76) (Wölker & Powell, 2021 والتي خَلُصت إلى أنّ تصورات القراء لمصداقية المحتوى البشري والآلي متساوية إلى حد كبير.

المحور الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى بالمؤسسات الصحفية:

أَشَارَتْ نتائج دراسة (77) (Galily, 2018 إلى أنّ الصحفيين يرون أنّ استخدام الذكاء الاصطناعي يُعتبر بمثابة تغيير شامل في العمل الصحفي نتيجة المهام المتعددة والمتنوعة التي تقوم بها تلك التكنولوجيا في العمل الصحفي؛ حيث قد سمح بوجود ما يُعرف بإنتاج المحتوى الإلكتروني أو "صحافة الروبوت"، والذي تتم صياغته من قبل الحاسوب، الأمر الذي قد وفَّر الكثير من الوقت والجهد.

وفي الإطار ذاته، خَلُصت نتائج الدراسة الآسيوية [78] (Kima & Kim, 2018) إلى أنّ هناك ثلاثة اتجاهات للصحفيين تجاه استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الروبوتية. يؤمن النوع الأول بأن الذكاء الاصطناعي أوصل الكثير من الصحف إلى مكانة الصحف الأولى وهو ما يُطلق عليه "النخبة الصحفية". أما النوع الثاني وهو على النقيض من النوع الأول حتى أنه تم تصنيفه بأن لديه عقدة فرانكشتاين؛ حيث أظهر قلقًا أكبر بشأن إدخال الذكاء الاصطناعي في الصحافة الروبوتية بناءً على بعض التجارب السلبية على سبيل المثال (الأعطال الحاسوبية- الاختراق)، أما النوع الثالث الأخير لديه وجهة نظر وردية نسبيًا، في ظل ما يتمتع به الذكاء الاصطناعي من إيجابيات.

وفي سياق متصل، تَوصَّلَت نتائج دراسة [79] (Tatalovic, 2018) إلى أنّ مجتمع الصحافة العلمية لا يزال غير مدرك إلى حد كبير تطورات الذكاء الاصطناعي، ولا يشارك في توظيفها بطرق يمكن أنْ تعزز التقارير الصحفية. ووفقًا لدراسة استقصائية أجراها [80] (Beckett, 2019) أكد الصحفيين أنّ التأثير المُستَقْبَلي للذكاء الاصطناعي غَيْر مُؤَكّد، لكن من المحتمل أنْ يكونَ له تأثير عميق وواسع النطاق على كيفية صنع الصحافة واستهلاكها.

من ناحية أخرى، تُظهر نتائج دراسة [81] (Bronwyn & Rhianne, 2019) أنّ أتمتة المهام الصحفية تتزايد مع تطور البرامج على مستوى جمع الأخبار وإنتاجها وتوزيعها وتعيد تكوين ممارسات العمل الصحفي. في حين تكشف نتائج دراسة [82] (Waddell, 2019) أنّ الأخبار المنسوبة إلى الصحفي يمكن اعتبارها أكثر موثوقية من الأخبار المنسوبة إلى الآلة؛ بسبب الاختلافات في مصداقية المصدر.

وفي سياق متصل، أَشَارَتْ نتائج دراسة [83] (Mütterlein,Kunz, Baier,2019) إلى أنّ المتغيرات السلوكية المتمثلة في المتعة والسعادة والتأثير الاجتماعي أكثر العوامل المؤثرة في قبول الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي. واتفقت معها في النتائج دراسة (عطية، 2019) [84] والتي خَلُصت إلى وجود ارتباط دال إحصائيًّا بين المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام لتقنيات الذكاء الاصطناعي. وكشفت نتائج الدراسة التى أجراها كلٌّ من [85] (Wu, Tandoc, Salmon 2019) عن أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي

بشكلٍ مُتزايدٍ في مرحلة كتابة الأخبار. كما أَظْهَرَتْ النتائج أنّ الصحفيين ما زالوا يحتفظون بأدوارهم في جَميع مراحل إنتاج المحتوى وتوزيعه.

وعلى الصعيد المصري، أكدت دراسة (بريك، 2020) [86] انخفاض مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في مصر والسعودية. على النقيض، تَوَصَّلَت دراسة (الخولي، 2020) [87] إلى اعتماد الصحف المصرية على تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة كبيرة في العمل الصحفي، خاصَّة في عمليات الجمع، والتحرير، والإخراج، والنشر. واتفقت معها في ذلك أيضاً دراسة (موسى وعبد الفتاح، 2020) [88] والتي أَظْهَرَتْ أنّ نسبة 88% من الصحفيين والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية يؤكدون أهمية توظيف تقنيات بغرف الأخبار، والتي توفر بيئة عمل مناسبة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية.

وفي الإطار ذاته، تؤكد دراسة (منصور، 2021) [89] على استمرار "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي" في الصحف والاعتماد عليها بشكلٍ كبير بما يضمن لها زيادة عائدات الاستثمار وتحقيق التنافسية على مستوى كافة الصحف الأخرى. على النقيض، أَشَارَتْ نتائج دراسة (الجيار، 2021) [90] إلى أنّ تقنيات الذكاء الاصطناعي سيكون لها تأثيرات سلبية على المنتج الإعلامي. في حين أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (عرام، 2021) [91] زيادة مخاوف الصحفيين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، خاصَّة في ظل تقديم معلومات غيردقيقة عبر هذه التقنيات.

وفي سياق متصل، أجرت (عبد العزيز، 2021) [92] دراسة حول "مُستَقْبَل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري". وأوضحت النتائج ضعف استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وفقًا لإجابات الخبراء المتخصصين والأكاديميين. وأوضحت نتائج دراسة (عبد اللطيف، 2021) [93] إلى أنّ هناك العديد من تقنيات الذكاء الاصطناعي يُعتمد عليها في إنتاج، وتحريرن ونشر، أو بث المحتوى الصحفي. واتفقت معها إلى حدٍ كبير دراسة (الداغر، 2021) [94] والتي خَلُصت إلى اتفاق المبحوثين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإبداع على مستوى إنتاج وتطوير المحتوى المحتوى. وتَوَصَّلَت دراسة (دياب، 2021) [95] إلى

إيجابيات "الثقافة الروبوتية في القنوات الإخبارية"، من حيث خفض تكاليف العمل مقارنةً بالعمالة البشرية، وزيادة إنتاجية الأخبار وعائدات الاستثمار، واستمرار العمل دون توقف.

وفي الإطار ذاته، تَوَصَّلَت نتائج دراسة [96] (Naoaín, 2022) إلى أنّ الذكاء الاصطناعي سيعزز قدرات الصحفيين من خلال توفير الوقت وزيادة كفاءة عمليات صنع الأخبار، وبالتالي زيادة إنتاجية صناعة الإعلام. وكشفت نتائج الدراسة التى أجراها[97] (Moran & Shaikh, 2022) عن وجود اختلافات في مواقف وتصورات الصحفيين فيما يتعلق بإيجابيات وسلبيات تقنيات الذكاء في العمل الصحفي، والتي يمكن أنْ تُعزى إلى سياقهم الثقافي. في حين تباينت التأثيرات المُدركة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي لدى المبحوثين ما بين الإيجابية والسلبية (عزمي، 2021)[98].

وفي سياق متصل، تَوَصَّلَت نتائج دراسة (بريك، 2022) [99] إلى تأكيد خبراء الإعلام الرقمي "المهنيين والأكاديميين" على أنّ الميتافيرس سيكون بديلًا محتملًا للصحافة في المُستَقبَل، ومِنْ ثَمَّ تهديد عمل الصحفيين الحاليين. وتُشير نتائج دراسة (إسماعيل، 2022) [100] إلى أنّ نسبة كبيرة من الصحفيين ترى أنّ استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية. واتفقت معها دراسة (البحيري، 2022) [101] والتي تَوَصَّلَت إلى زيادة نسبة قبول الصحفيين تقنيات الذكاء الاصطناعي إزاء إنتاج المحتوى.

على الجانب الآخر، أَشَارَتْ دراسة (عبد الرازق، 2022) [102] إلى حالة الجدل القائمة بشأن "مزايا وعيوب تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي". في حين بينت نتائج دراسة (حرب، 2022) [103] أنّ العوامل الاقتصادية تأتي على رأس العوامل الأكثر تأثيراً على "تبنِّي تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية"، فَضْلًا عن العوامل المهنية الأخرى.

المحور الرابع: التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعى في العمل الصحفى:

اهتمت دراسة (Grafe et al, 2018) [104] بتأثير الأخبار الآلية على الجمهور، من ناحية المصداقية والخبرة وسهولة القراءة. وتَوصَّلَت إلى أنّ القراء يميلون إلى تصنيف الأخبار الآلية على أنّها أكثر مصداقية وأعلى في الخبرة الصحفية ولكنها أقل قابلية للقراءة. بينما يجادل (Wang & Siau, 2018) [105] بأنّ أمان وخصوصية البيانات يشكلان مخاطر كبيرة ليس فقط للمستخدمين، ولكن أيضاً للمطورين والحكومات.

وفي سياق متصل، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (الصرايرة وطومار، 2018) [106] ضرورة وضع مواثيق أخلاقية تحكم عمل المؤسسات الصحفية التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي. وتُعد دراسة (Beckett,2019) [107] إحدى أهم الدراسات التي أجريت حول العالم للتعرف على "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة"، حيث رصدت الدراسة العديد من التحديات التي واجهت القائمين بالاتصال ومنها ضعف الموارد المالية، ونقص المهارة، والخوف من فقدان الوظائف في المُستَقْبَل.

وفي الإطار ذاته، أكدت دراسة (Diakopoulos,2019) [108] خطورة أتمتة الأخبار على أخلاقيات المُمارسة الصحفية فيما يتعلق بقيم الموضوعية والاستقلالية، وذلك حال تركها للشركات غير المتخصصة في مجال الإعلام. وأَظْهَرَتْ الدراسة التي أجراها كل من (Lewis,Sanders & Carmody, 2019[109]) عديد المخاوف في ضوء استخدام الأتمتة والذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام، خاصَّة على مستوى التشهير بالأفراد أو المؤسسات. في حين أَظْهَرَتْ دراسة (Milosavljevic & Vobic, 2019 [110]) أنّ هناك تحديات أخلاقية تواجه المؤسسات الصحفية خاصَّة على مستوى موضوعية واستقلالية المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة خوارزميات الذكاء الاصطناعي. واتفقت معهم في ذلك أيضاً دراسة (Monti, 2019) [111] والتي أكدت على ضرورة الاستخدام الصحيح والموضوعي والدقيق للبيانات من منطلق الواجب الأخلاقي.

وفي سياق متصل، اهتمت دراسة (Felzman et al, 2019) [112] بقضية الشفافية في أنظمة الذكاء الاصطناعي بما يضمن حماية البيانات. في حين ركّزت دراسة (Lewis et al, 2019) [113] على ضرورة إعادَة النظر في التحديات الأخلاقية الناتجة عن الخوارزميات خصوصاً قضايا التشهير والقذف. في حين أَشَارَتْ نتائج دراسة (Leavy , 2020) [114] إلى التحيز المنهجي بين الجنسين في تمثيل القادة السياسيين في وسائل الإعلام الأيرلندية باستخدام برامج الذكاء الاصطناعي. كما أَشَارَتْ نتائج دراسة (Leiser, 2022) [115] إلى أنّ أنظمة الذكاء الاصطناعي المستخدمة في غرف الأخبار تعد قوة غير محددة، الأمر الذي قد يؤدي إلى مزيد من عواقب التمييز، والخسائر الاقتصادية والاجتماعية الكارثية، وكذلك فقدان السمعة، وانتهاك الحريات المدنية.

وتأسيسًا على ما سبق، أَشَارَتْ دراسة (Javier Díaz, 2020) [116] إلى ضرورة تطبيق قانون الملكية الفكرية على مخرجات الصحافة الآلية. في حين تؤكد دراسة (Ouchchy, Coin & Dubljevic 2020) [117] على الحاجة إلى نهج متعدد التخصصات للتعامل مع القضايا الاجتماعية والأخلاقية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، بما في ذلك زيادة إمكانية الوصول إلى المعلومات الصحيحة للجمهور. وخَلُصت دراسة (Díaz-Campo & Chaparro-Domínguez, 2022) [118] إلى أنّ احترام الخصوصية يجب أنْ تأتي على رأس المبادئ الأخلاقية التي تتضمنها مدونات قواعد السلوك لمهنة الصحافة.

وعلى الصعيد المصري والعربي، بينت نتائج دراسة (درار، 2019) [119] الحاجة الواضحة إلى المزيد من التطوير والتحسين في معايير سياسات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والروبوت. وتوصلت دراسة (الفداوي، 2021) [120] إلى أنّ هناك العديد من التحديات الأخلاقية التي تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي وعلى رأسها غياب المساءلة، وصعوبة دقة المدخلات التي تتلقاها. وفي ذات السياق، تَوَصَّلَت دراسة (بدوي، 2020) [121] إلى ضرورة تبني الصحافة المصرية الجاد والحقيقي لأدوات الذكاء الاصطناعي في التحرير الرقمي، وتدريب الصحفيين على العمل بما يتناسب مع ممارسات البيئة الرقمية.

وفي الإطار ذاته، تَوَصَّلَت دراسة (رمضان، 2021) [122] إلى أنّ صحافة الذكاء الاصطناعي لها فوائد متعددة داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية، وتستطيع توفير المزيد من الوقت للقيام بالمهام المعقدة، كما تَوَصَّلَت الدراسة أيضًا إلى أنّ أكبر تهديدات الذكاء الاصطناعي للصحافة هو احتمال فقدان كثير من الصحفيين لعملهم. وتَوَصَّلَت دراسة (صقر، 2021) [123] إلى ضعف استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة المصرية إلى جانب حاجته لمزيد من الدراسات المتخصصة. في حين انتهت دراسة (مسودي والصرايرة، 2022) [124] إلى أنّ تطبيق "صحافة الروبوت" مُستَقبَلًا سيؤدي إلى اختلاف الأدوار والمهمات الصحفية التقليدية، والاستغناء عن الصحفيين، إلى جانب اختفاء الإبداع في العمل الصحفي.

المحور الخامس: الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي:

بدأت المؤسسات الإخبارية بالفعل في العديد من الدول الغربية والمتقدمة اقتصاديًا، في استخدام الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية. وحول الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي، أَشَارَتْ دراسة (Shields, 2018) [125] إلى أنّ الغالبية العظمى (80%) من العاملين في مجال الإعلام يرون أنّ الذكاء الاصطناعي ستكون له آثار كبيرة على صناعة الإعلام. وخَلُصت نتائج دراسة (Salazar, 2018) [126] إلى أنّ هناك طريقة جديدة لممارسة الصحافة، تقوم على التعاون القائم بين الإنسان وتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يجب تطوير هذه التقنيات من وجهة نظر مهنية وأخلاقية.

وفي الإطار ذاته، كشف استطلاع أجراه (Future today institute, 2018) [127] إلى أنّ غالبية الصحفيين يعتقدون أنّ الدور الذي تؤديه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار غير واضح، كما أعربوا عن قلقهم من مواجهة البطالة التكنولوجية. وتَوَصَّلَت دراسة (Latar, 2018) [128] إلى أنّ خوارزميات الذكاء الاصطناعي غير قادرة على تحقيق أعلى مستوى من الإبداع خارج الإطار المفاهيمي الذي أنشأه مصممي الخوارزميات. واختلفت معهما دراسة كل من (Ali & Hassoun, 2019) [129] والتي

أكدت أنّ "تقنيات الذكاء الاصطناعي" تمثل قيمة مُضافة للصحافة في العصر الحالي، خاصَّة في ظل تغلبها على المشكلات الرئيسة التي تُعاني منها الصحافة المعاصرة.

وفي سياق متصل، خَلُصت نتائج دراسة [130] (Miroshnichenko, 2020) إلى أنّ الروبوتات سوف تحل محل الصحفيين في المُستَقْبَل لإنتاج أكبر قدر من المحتوى وبأسرع وقت ممكن. واتفقت معها إلى حد كبير نتائج دراسة (Túñez-López et al, 2019) [131] والتي خَلُصت إلى أنّ زيادة استخدام الصحافة لتقنيات الذكاء الاصطناعي سيشكل تهديد لوظائف الصحفيين واستبدالهم بالخوارزميات والروبوتات على مستوى الإنتاج الصحفي. في ذات السياق، أَشَارَتْ دراسة (Upadhyay & Khandelwal, 2019) [132] إلى تعرض وظائف الصحفيين للتهديد بسبب التطبيقات الحديثة للذكاء الاصطناعي.

وعلى النقيض، أكدت دراسة [133] (Lewis et al, 2019) أنّ "تقنيات الذكاء الاصطناعي" لن تلغي وظيفة الصحفي، بل ستسهم في أداء عمله بشكلٍ أفضل، ولا يمكن أن تحل محله في المجال الإعلامي. وأوضحت نتائج الدراسة الأسبانية التي أجراها [134] (Tusa &Tejedor, 2019) مدى التكامل الوظيفي الصحفي باستخدام التكنولوجيا. واتفقت معهما أيضًا الدراسة الأمريكية التي أجراها (Torrijos, 2019) [135] حيث أكدت أنّ استخدام "تقنيات الذكاء الاصطناعي" في العمل الصحفي لن يلغي دور الصحفيين، بل إن العلاقة بينهم هي علاقة تكاملية.

وعلى الرغم من تسهيل الأتمتة إنتاج الأخبار وتوزيعها بشكلٍ سريع، لا يزال الصحفيون هم المصدر الرئيس لعملية صناعة الأخبار (Jamil & Appiah-Adegi, 2019) [136]. في ذات السياق، أَشَارَتْ نتائج دراسة (Lindén & Tuulonen, 2019) [137] إلى أنّ الأتمتة ستصبح زميلًا في العمل، وليست بديلًا للصحفيين البشريين. من ناحية أخرى، ستمنح الأتمتة الصحفيين مزيدًا من الوقت للتركيز على التحقيقات والقصص الموضوعية والمزيد من العمل الإبداعي [138] (Diakopoulous, 2019).

وفي الإطار ذاته، أَشَارَتْ نتائج دراسة [139] (Dierickx, 2019) إلى أنّه من الصعب استبدال الصحفيين البشريين بالصحفيين الآليين على الرغم من قُدرة الذكاء

الاصطناعي على تسهيل العمل الصحفي في حين أكَّد [140] (Macroni, 2020) أنّ الذكاء الاصطناعي يُتيح للصحفيين نشر الأخبار بسرعة فائقة. فى ذات السياق، أكدت نتائج دراسة [141] (Schapals & Porlezza, 2020) أنّ المستحدثات التكنولوجية لا تمثل تهديدًا للصحفيين وأن تلك التكنولوجيات هي أدوات مساعدة لهم فى آداء عملهم الإخباري اليومي. وقد اتفقت معهم فى النتائج دراسة [142] (Saad & Issa, 2020) والتي خَلُصت إلى أن الذكاء الاصطناعي لن يحل محل البشر في المُستَقْبَل القريب، بل سيظل البشر هم المتحكمون والمشرفون على الذكاء الاصطناعي، وستستفيد من هذه التقنيات في القيام بعملهم بسرعة ودقة وكفاءة أكبر. وفي الإطار ذاته- أَظْهَرَتْ نتائج دراسة [143] (Fletcher, Schifferes & Thurman, 2020) أنّ تقنيات الذكاء الاصطناعي لن تحل محل الصحفي، ولن تقلل من عدد الوظائف الصحفية.

من ناحية أخرى، تَوَصَّلَت دراسة [144] (Moravec et al ,2020) إلى أنّ الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي أصبح ممارسة راسخة في العديد من البلدان، وأثبتت جدية في جودة المحتوى الصحفي الذي تنتجه في مقابل ما ينتجه الصحفيون البشريون. وفي ذات السياق، أَشَارَتْ دراسة [145] (Tejedor & Vila, 2021) إلى أنّ الذكاء الاصطناعي هو مصدر للابتكار وإضفاء الطابع الشخصي على المحتوى الصحفي، وأنه يمكن أنْ يسهم في تحسين الممارسة المهنية؛ مما يسمح بتعزيز مهارات الصحفي وتحسين المنتج الإخباري.

وعلى الصعيد المصري والعربي، أسفرت نتائج دراسة (شيهان الورقلي، وفاء بعضي، 2019) [146] عن أنّ "صحافة الروبوت" تؤدي دوراً كبيراً في تحسين المجال الإعلامي، ومن المتوقع أن يتم استبدال المذيع الإنسان بالمذيع الروبوت في المُستَقْبَل. وعلى النقيض، تَوَصَّلَت دراسة (عبد العزيز، 2021) [147] إلى عدم قضاء تطبيقات الذكاء الاصطناعي على العنصر البشري. وانتهت دراسة (خطاب، 2021) [148] إلى حاجة الذكاء الاصطناعي للمدخلات البشرية، ومِنْ ثَمَّ التعاون القائم بين العنصر البشري والتقني.

وفي سياق متصل، كشفت نتائج دراسة (الديب، 2021) [149] عن انقسام الصحفيين إلى تيارين رئيسين، الأول «تيار مُتَفَائِلٌ» يؤمن بقيمة تقنيات الذكاء

الاصطناعي في أداء وتحسين عملهم، والثاني «تيار مُتشائِم» يرى أنّها تشكل تهديدًا حقيقيًا لعملهم.

وفي الإطار ذاته، أَظْهَرَتْ دراسة (العاصى، 2021) [150] أنّ تغيير مهام ومسؤوليات الصحفيين أبرز التحولات التي تفرضها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتي مازالت تعتمد على لغة جافة ومفردات محدودة. وتَوَصَّلَت دراسة (غالي، 2021) [151] إلى أنّ السياسة الاقتصادية للمؤسسة ودعمها للتحول الرقمي أهم آليات توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الاتصال الإقليمية من وجهة نظر القائمين بالاتصال.

وحول توقعات الجمهور الخاصة بالذكاء الاصطناعي، أَظْهَرَتْ نتائج دراسة (Sun et al, 2022) [152] تكامل الذكاء الاصطناعي والصحفيين في إنتاج الأخبار. وكشفت نتائج (de-Lima-Santos & Ceron, 2022) [153] يمكن للذكاء الاصطناعي أنْ يجعل الصحافة أسهل بالتأكيد بالنسبة للموارد المثقلة بالأعباء دون استبدال المهارات الفريدة للصحفيين. على النقيض- تُظهر نتائج دراسة (Grimme, 2022) [154] أنّ الخوارزميات ليست قادرة على أداء نفس الوظائف التي يؤديها الصحفي بسبب التحديات الشديدة الناتجة عنها مثل جودة الإخراج، إدارة البيانات، واكتشاف التحيز.

وعلى الصعيد المصري والعربي، خَلُصت دراسة (الدلو وآخرون، 2022) [155] إلى تكامل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين. في حين أَشَارَتْ دراسة (عبد المعطي، 2022) إلى ضرورة تعظيم الإفادة من فوائد «طائرة الدرون» بما يعود بالنفع على الصحافة والصحفيين خاصة على مستوي زيادة إنتاج المحتوى، وتيسير عمل الصحفين. واتفقت معها إلى حد كبير دراسة (بدوي، 2022) [156] قُدرة «طائرة الدرون» على تقديم محتوى صحفي يتمتع بمصداقية لدى الجمهور. في ذات السياق، أَشَارَتْ دراسة (أبو زيد، 2022) [157] إلى تعدد فوائد استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، على سبيل المثال تحليل البيانات، ومكافحة الأخبار المزيفة، و"صحافة الروبوت".

سادسا: المناقشة النقدية لنتائج العرض التحليلى:

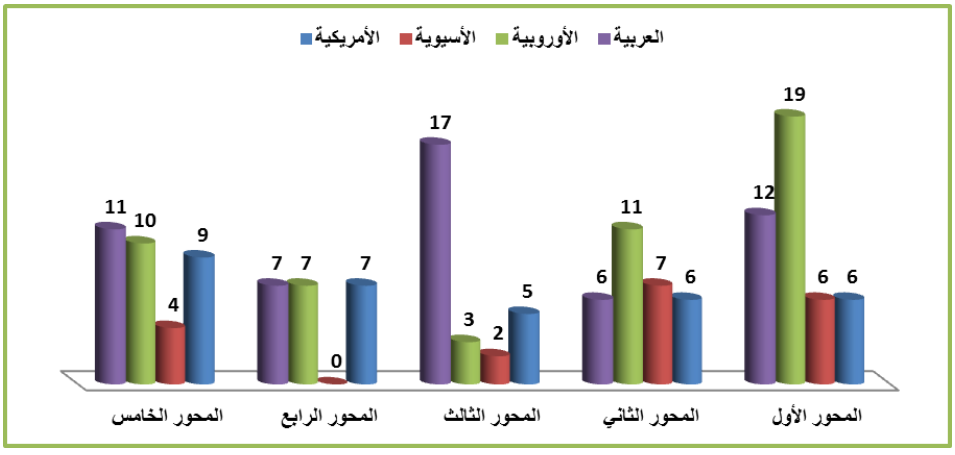
تتناول المناقشة النقدية المقارنة بين المدارس العلمية الأمريكية والأوروبية والآسيوية والعربية، من حيث طبيعة القضايا البحثية التي تناولتها، والأطر النظرية، والمناهج المستخدمة، وعينات الدراسة، وذلك في إطار بحوث الذكاء الاصطناعي والمُمارسة الصحفية في الفترة من 2018 وحتى 2022.

أولًا: المناقشة النقدية في ضوء الموضوعات والقضايا البحثية المطروحة:

جدول (4)

توزيع الدراسات عينة التحليل حسب المحاور البحثية والمدارس العلمية

المدرسة العلمية / المحاور البحثية	الأمريكية	الأسيوية	الأوروبية	العربية	المجموع
المحور الأول: بحوث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار	6	6	19	12	43
المحور الثاني: جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي	6	7	11	6	30
المحور الثالث: اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية	5	2	3	17	27
المحور الرابع: التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي	7	–	7	7	21
المحور الخامس: الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي	9	4	10	11	34
المجموع	33	19	50	53	155



شكل (4) توزيع الدراسات عينة التحليل حسب المحاور البحثية والمدارس العلمية

- أَظْهَرَتْ النتائج كما هو موضح بالشكل السابق تفوق الدراسات الأجنبية في عدد البحوث التي تناولت الذكاء الاصطناعي والمُمارسة الصحفية، سواء على مستوى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، أو جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي، أو اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية، أو التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، أو الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي، حيث بلغ إجمالي الدراسات الأجنبية 102 وبفارق (49) دراسة عن الدراسات العربية.
- تفوقت المدرسة الأوروبية في الدراسات الخاصة بتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار بإجمالي (19) دراسة، في حين جاءت المدرسة العربية في الترتيب الثاني بإجمالي (12) دراسة، وتعكس هذه النتيجة اهتماماً بالغًا من جانب المدرستين الأوروبية والعربية ببحوث ودراسات الذكاء الاصطناعي والمُمارسة الصحفية.
- تساوت المدرستان الأمريكية والآسيوية في عدد الدراسات، حيث قدَّم كل منهما (6) دراسات.
- اختلاف رؤى الباحثين حول التأثير المحتمل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، فبينما يرى البعض أن الصحفيين سيستفيدون من زيادة استخدام الأتمتة في غرف الأخبار، مثل دراسات (Hassan & Albayari, 2022)، (Trattner et al, 2021)، (Kotenidis & Veglis, 2021) ، يرى البعض الآخر أنّ الذكاء الاصطناعي يُنظر إليه في هذا الوقت على أنه أحد العوامل الرئيسة التي تعطل صناعة الأخبار، مثل دراسات (Beckett, 2019 ; Newman, 2022) .
- وحول جودة المحتوى الإخباري ودقته ومدى مصداقيته، لم تجد الدراسات السابقة وخاصَّة التجريبية في أوروبا ودول أخرى فرقًا بين طرق تقييم القراء للأخبار التي تم إنشاؤها بواسطة الروبوتات والأخبار التي كتبها الصحفيون، مثل دراسات: Liu

(Wölker & Powell, 2021)، (Wu, 2020)، (Wei, 2019 &)، (Moravec et al, 2020)، (Edson, Lim & Shangyuan, 2020)، (Waddell, 2018)، (Miroshnichenko, 2018)، (Graefe & Bohlken, 2020) . ومع ذلك، تكشف بعض الدراسات أنّ الناس لا يزالون مترددين في الوثوق بالقصص الإخبارية التي يتم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي، ويطالبون بمزيد من الشفافية فيما يتعلق باستخدام الأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار.

- اتفقت معظم الدراسات السابقة على أنّ الاستخدام المُتزايد لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يُشكِّل تهديدًا حقيقيًا لأخلاقيات المُمارسة الصحفية، خاصَّة على مستوى التحديات الأخلاقية لتشمل: التحيز والإنصاف والشفافية، مثل دراسات (Leiser, 2022) ، (الفداوي، 2021)، (Javier Díaz, 2020) (Felzman et al, 2019) ، (Ali & Hassoun, 2019) ، وبالتالي ضرورة وضع مواثيق أخلاقية تحكم عمل المؤسسات الصحفية التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- اختلفت غالبية الدراسات على تناول تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وعلى أداء المهام الصحفية، وخاصَّة فيما يتعلق بأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع ونشر المعلومات في غرف الأخبار، فضلًا عن إلقاء الضوء عن التحديات التي تعوق توظيف تلك التكنولوجيا، مروراً بمُستَقْبَل صناعة الصحافة في ظل استخدام تقنيات الذكاء الصناعي.
- على الرغم من اتفاق الدراسات السابقة على أنّ تطبيقات الذكاء الاصطناعي توفر الوقت والتكلفة في تطوير صناعة الإعلام، إلا أنّها اختلفت حول دور تلك التطبيقات في تغيير المُمارسة الصحفية، وكذلك الآثار المحتملة على مُستَقْبَل الصحفيين، مثل دراسات (de-Lima-Santos & Ceron, 2022)، (العاصي، 2021)، (غالي، 2021)، (عرام، 2021).

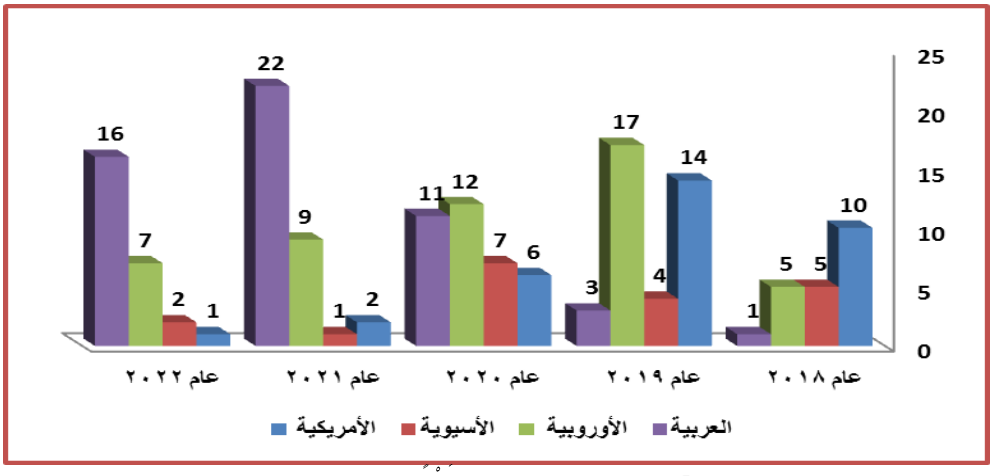
- ركَّزت معظم الدراسات السابقة بشكلٍ كبير على بحث ودراسة وشرح ما يعنيه الذكاء الاصطناعي لمُستَقْبَل مهنة الصحافة، وتحديد التأثير المحتمل للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار أو التغييرات في الروتين الصحفي، في حين ندرت الدراسات التي تتعلق بكيفية إدراك الجمهور لاستخدام التكنولوجيا بمساعدة الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار ونشرها، مثل دراسات (Sun et al, 2022)، (محمد، 2022)، (عبد الحميد، 2020)، (Waddell, 2018).
- اهتمت المدرسة العربية ببحث اتجاهات القائمين بالاتصال من الصحفيين والخبراء نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ومدى تأثير تلك التقنيات على مُستَقْبَلهم الوظيفي، مثل دراسات: (البحيري، 2022)، (عبد المعطي، 2022)، (إسماعيل، 2022)، (مسودي والصرايرة، 2022)، (الداغر، 2021)، (الزعنون، 2021) ، (الخولي، 2020)، (موسى وعبد الفتاح، 2020) ، (بريك، 2020)، (عطوة، 2019).

ثانيا: المناقشة النقدية في ضوء تطور الدراسات زمنيا وفقًا للمدارس العلمية:

جدول (5)

تطور الدراسات زمنيا وفقًا للمدارس العلمية

السنة / المدرسة العلمية	2018		2019		2020		2021		2022	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأمريكية	10	%47.6	14	%36.8	6	%16.7	2	%5.9	1	%3.8
الآسيوية	5	%23.8	4	%10.5	7	%19.4	1	%2.9	2	%7.7
الأوروبية	5	%23.8	17	%44.7	12	%33.3	9	%26.5	7	%27
العربية	1	%4.8	3	%8	11	%30.6	22	%64.7	16	%61.5
المجموع	21	100	38	100	36	100	34	100	26	100



شكل (5) تطور الدراسات زمنيا وفقًا للمدارس العلمية

يتضح من نتائج الشكل السابق ما يلي:

- تصدرت المدرسة الأمريكية المركز الأول في دراسات عام 2018 بنسبة 47.6%، وجاءت المدرستان الآسيوية والأوروبية في الترتيب الثاني بنسبة 23.8%، ثم جاءت المدرسة العربية في الترتيب الثالث بنسبة 4.8%.
- تصدرت المدرسة الأوروبية دراسات عام 2019 بنسبة 44.7%، يليها في الترتيب الثاني المدرسة الأمريكية بنسبة 36.8%، ثم جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث بنسبة 10.5%، وجاءت المدرسة العربية في الترتيب الأخير بنسبة 8%.
- احتلت المدرسة الأوروبية الدراسات عام 2020 بنسبة 33.3%، يليها في الترتيب الثاني المدرسة العربية بنسبة 30.6%، ثم جاءت المدرسة الآسيوية في الترتيب الثالث بنسبة 19.4%، وأخيرًا المدرسة الأمريكية بنسبة 16.7%.
- احتلت المدرسة العربية الدراسات عام 2021 بنسبة 65.6%، يليها في الترتيب الثاني المدرسة الأوروبية بنسبة 26.5%، ثم جاءت المدرسة الأمريكية في الترتيب الثالث بنسبة 5.9%، وأخيرًا المدرسة الآسيوية بنسبة 2.9%.
- تصدرت المدرسة العربية دراسات عام 2022 بنسبة 61.5%؛ مما يؤكد مدى إدراك الباحثين العرب لأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال المُمارسة الصحفية، يليها في الترتيب الثاني المدرسة الأوروبية بنسبة 27%، ثم جاءت المدرسة الآسيوية

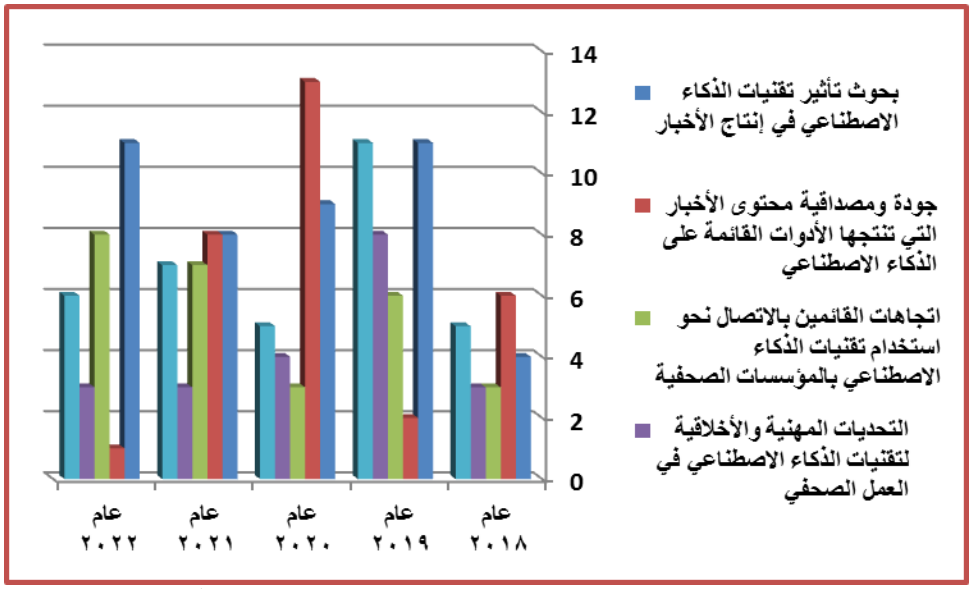
في الترتيب الثالث بنسبة 7.7%، ثم جاءت المدرسة المدرسة الأمريكية في الترتيب الأخير بنسبة 3.8%.

تطور الدراسات في الاتجاهات البحثية في مجال الذكاء الاصطناعى والمُمارسة الصحفية:

جدول (6)

تطور الدراسات في الاتجاهات البحثية في مجال الذكاء الاصطناعى والمُمارسة الصحفية

النتائج / المحور البحثي	2018		2019		2020		2021		2022	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بحوث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار	4	%19	11	%28.9	9	%26.5	8	%24.2	11	%38
جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي	6	%28.6	2	%5.2	13	%38.2	8	%24.2	1	%3.4
اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية	3	%14.3	6	%15.8	3	%8.8	7	%21.2	8	27.6
التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي	3	%14.3	8	%21.1	4	%11.8	3	%9.2	3	%10.3
الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي	5	%23.8	11	%29	5	%14.7	7	%21.2	6	%20.7
المجموع	21	100	38	100	34	100	33	100	29	100



شكل (6) تطور الدراسات في الاتجاهات البحثية في مجال الذكاء الاصطناعي والمُمارسة الصحفية

يتضح من نتائج الشكل السابق ما يلي:

- جاءت الدراسات التي تناولت جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي في الصدارة عام 2018 بنسبة 28.6%، تلتها في الترتيب الثاني بحوث ودراسات الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي بنسبة 19%، وتساوت كل من دراسات اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية ودراسات التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 14.3%.
- رصد الباحث ارتفاعاً ملحوظًا في الدراسات التي اهتمت بالممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي، التي ارتفعت من (5) دراسات عام 2018 إلى (11) دراسة عام 2019، وكذلك الدراسات التي تناولت التحديات المهنية والأخلاقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، التي ارتفعت من (3) دراسات عام 2018 إلى (8) دراسات عام 2019 ، كما رصد الباحث تراجعاً في دراسات جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها

الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي التي انخفضت من (6) دراسات عام 2018 إلى دراستين عام 2019.

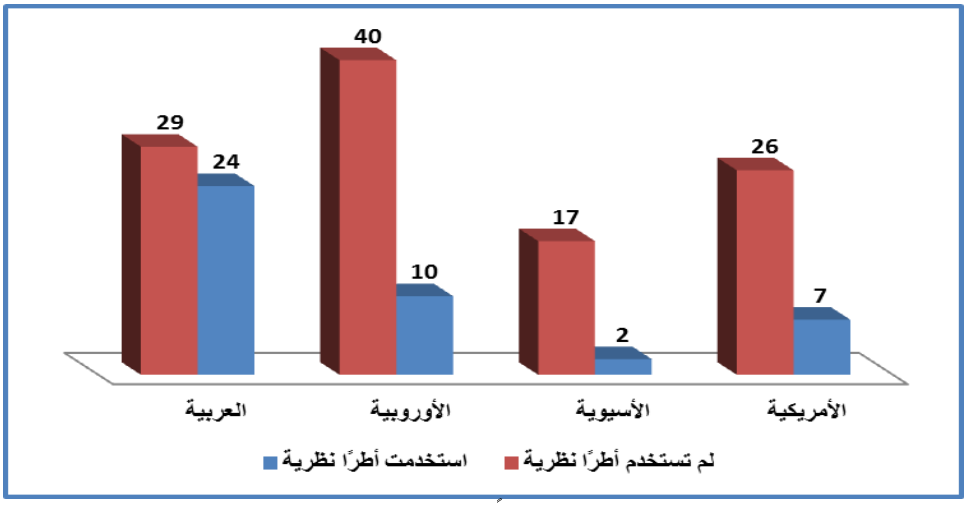
- شهد عام 2020 ارتفاعًا في دراسات جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي بنسبة 38.2%، وكذلك بحوث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار بنسبة 26.5%، كما رصد الباحث تراجعًا في دراسات الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي التي انخفضت من (11) دراسة عام 2019 إلى (5) دراسات عام 2020.
- تَصَدَّرَت بحوث تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار قائمة اهتمامات الباحثين عام 2021 بنسبة 24.2%، في حين تساوت الدراسات التي تناولت اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية ودراسات الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي بنسبة 21.2%، كما رصد الباحث تراجعًا نسبيًا في بحوث تأثير جودة ومصداقية محتوى الأخبار التي تنتجها الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي التي انخفضت من (13) دراسة عام 2020 إلى (8) دراسات عام 2021.
- شهد عام 2022 ارتفاعًا في الدراسات التي تناولت تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار بنسبة 38%، وكذلك بحوث تأثير اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية بنسبة 27.6%، كما رصد الباحث تراجعًا ملحوظًا في دراسات الممارسات الجديدة التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للمجال الصحفي التي انخفضت من (7) دراسات عام 2021 إلى (6) دراسات عام 2022.

ثالثا: المناقشة النقدية في ضوء الأطر النظرية:

جدول (7)

توزيع المدارس العلمية وفقًا لمدى اعتمادها على إطار نظري

توافر إطار نظري / المدرسة العلمية	استخدمت أطرا نظرية		لم تستخدم أطرا نظرية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأمريكية	7	%16.2	26	%23.2	33	21.3%
الآسيوية	2	%4.7	17	%15.2	19	12.2%
الأوروبية	10	%23.3	40	%35.7	50	%32.3
العربية	24	%55.8	29	%25.9	53	%34.3
المجموع	43	%27.7	112	%72.3	155	%100



شكل (7) توزيع المدارس العلمية وفقًا لمدى اعتمادها على إطار نظري

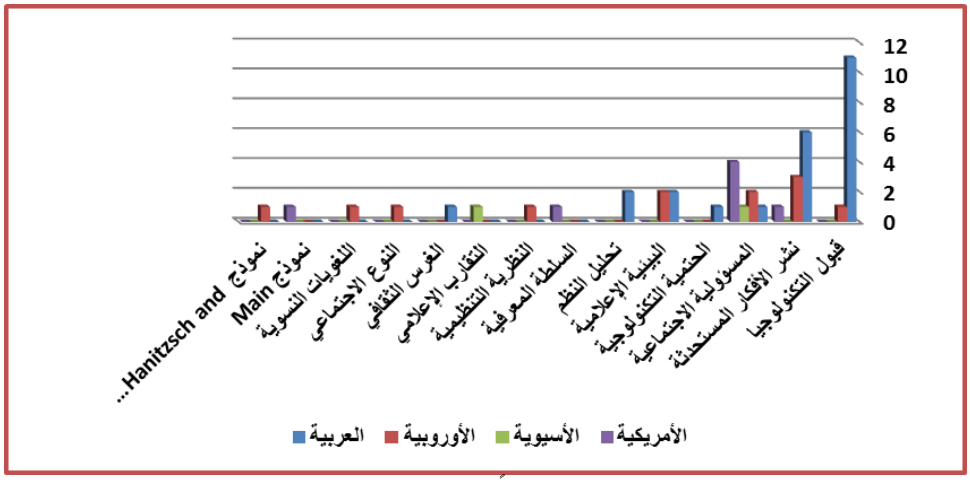
تكشف نتائج الشكل السابق أنّ نسبة 73.3% من إجمالي الدراسات التي خضعت للتحليل لم تستخدم أطراً نظرية واضحة، في حين أَشَارَتْ النتائج إلى أنّ نسبة 27.7% من إجمالي هذه الدراسات قد استخدمت أطراً نظرية واضحة ومحددة.

- تقاربت أعداد الدراسات في كل المدارس العلمية في استعانتها بإطار نظري، ولكن إذا نظرنا للعدد الإجمالي للدراسات في المدرسة الواحدة سنجد تفوق المدرسة العربية في الاستعانة بإطار نظري يوضح العلاقة بين متغيراتها (45.2% من إجمالي الدراسات العربية في مقابل 21.2% من إجمالي الدراسات الأمريكية، 20% من إجمالي الدراسات الأوروبية، 10.5% من إجمالي الدراسات الآسيوية).
- جاءت المدرسة العربية في مقدمة الدراسات التي استندت إلى نماذج وأطر نظرية واضحة، حيث استخدمت (24) دراسة بنسبة 45.2%، يليها في الترتيب الثاني المدرسة الأمريكية بنسبة 21.2% بإجمالي (7) دراسات، ثم جاءت المدرسة الأوروبية في الترتيب الثالث بنسبة 20% بإجمالي (10) دراسات، وأخيراً المدرسة الآسيوية بنسبة 10.5% بدراستين فقط.

جدول (8)

توزيع المدارس العلمية وفقا لمدى اعتمادها على إطار نظري

المدرسة / الإطار النظري	الأمريكية		الآسيوية		الأوروبية		العربية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
قبول التكنولوجيا	–	–	–	–	1	%10	11	45.8%	12	%27.9
نشر الأفكار المستحدثة	1	%14.3	–	–	3	%30	6	%25	10	%23.2
المسؤولية الاجتماعية	4	%57.1	1	%50	2	%20	1	%4.2	8	%18.6
الحتمية التكنولوجية	–	–	–	–	–	–	1	%4.2	1	%2.3
البيئية الإعلامية	–		–	–	2	%20	2	%8.3	4	%9.3
تحليل النظم	–	–	–	–	–	–	2	%8.3	2	%4.7
السلطة المعرفية	1	14.3%	–	–	–	–	–	–	1	%2.3
النظرية التنظيمية	–	–	–	–	1	%10	–	–	1	%2.3
التقارب الإعلامي	–		1	%50	–	–	–	–	1	%2.3
الغرس الثقافي	–	–	–	–	–	–	1	%4.2	1	%2.3
النوع الاجتماعي	–	–	–	–	1	%10	–	–	–	–
اللغويات النسوية	–	–	–	–	1	%10	–	–	–	–
نموذج Main	1	%14.3	–	–	–	–	–	–	1	%2.3
نموذج Hanitzsch and Vos للأدوار الصحفية وتفسير Deuze	–	–	–	–	1	%10	–	–	1	2.3%
المجموع	7	%100	2	%100	12	%100	24	%100	43	%100



شكل (8) توزيع المدارس العلمية وفقاً لمدى اعتمادها على إطار نظري

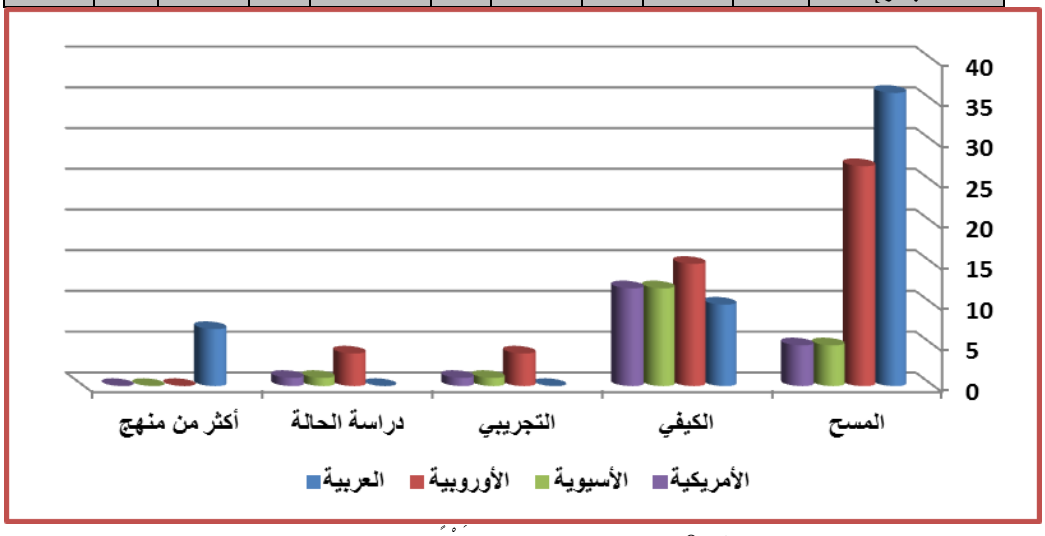
- يتضح من نتائج الشكل السابق أنّ النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا كانت الأكثر استخداماً من جانب الباحثين في بحوث الذكاء الاصطناعي والمُمارسة الصحفية بنسبة 27.9%، يليها في الترتيب الثاني نظرية نشر الأفكار المستحدثة بنسبة 23.2%، ثم جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الترتيب الثالث بنسبة 18.6%، وجاءت نظرية البيئة الإعلامية في الترتيب الرابع بنسبة 9.3%.
- تُشير نتائج الدراسة في تحليلها إلى أنّ المدرسة العربية هي أكثر المدارس التي استعانت بأطر نظرية متنوعة، ومن أمثلة ذلك: النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ونظرية نشر الأفكار المستحدثة، ونظرية الحتمية التكنولوجية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، ونظرية البيئة الإعلامية، ونظرية تحليل النظم، ونظرية الغرس الثقافي.
- ويلي المدرسة العربية المدارس الأمريكية، ثم الأوروبية، وأخيراً الآسيوية والتي اتسمت بمحدودية الأطر والمداخل النظرية.
- كانت المدرسة العربية الأكثر استخداماً للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، حيث تم استخدامها في (11) دراسة، مثل دراسات (مساوي، 2022)، (موسى وعبد الفتاح، 2020) ، (عبد الحميد، 2020).
- ومن أمثلة الأطر النظرية التي قدمتها المدرسة الأمريكية: نموذج Main دراسة (Waddell, 2018) ، ونظرية السلطة المعرفية دراسة (Wu, 2020)
- ومن أمثلة الأطر النظرية التي قدمتها المدرسة الأوروبية: نظرية النوع الاجتماعي واللغويات النسوية دراسة (Leavy, 2020)، نموذج Hanitzsch & Vos للأدوار الصحفية وتفسيرDeuze للصحافة دراسة (Schapals & Porlezza, 2020)، والنظرية التنظيمية دراسة (Sirén-Heikel, Kjellman & Lindén, 2022).

رابعا: المناقشة النقدية في ضوء التصميم المنهجي:

جدول (9)

توزيع المدارس العلمية وفقاً للمناهج المستخدمة

المدرسة العلمية / المناهج	الأمريكية		الآسيوية		الأوروبية		العربية		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
المسح	23	%69.7	5	26.3	27	%54	36	%68	91	%58.7
الكيفي	4	%12.2	12	%63.1	15	%30	10	%18.8	41	%26.5
التجريبي	4	%12.2	1	%5.3	4	%8	–	–	9	%5.8
دراسة الحالة	2	%6.1	1	%5.3	4	%8	–	–	7	%4.5
أكثر من منهج	–	–	–	–	–	–	7	13.2	7	%4.5
المجموع	33	%100	19	%100	50	%100	53	%100	155	%100



شكل (9) توزيع المدارس العلمية وفقاً للمناهج المستخدمة

بالنسبة للمدرسة العربية:

1. غلب على المدرسة العربية استخدام منهج المسح بشقه الكمي بإجمالي (36) دراسة، مثل دراسات (عبدالمعطي، 2022)، (صقر، 2022)، (عزمي ،2021) ، (الديب، 2021)، (غالي، 2021)، (العاصي، 2021)، (خطاب، 2021)، يليه المنهج الكيفي بإجمالي (36) دراسة، مثل دراسات (أبو زيد، 2022)، (عبد العزيز

وإبراهيم، 2022)، (الجيار ونوفل، 2021)، (الجيار، 2021)، (عبدالمعطي، 2021)، (نوفل، 2020).

2. كانت الاستبانة الأكثر شيوعًا بين أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسات عينة التحليل بإجمالي (25) دراسة، مثل دراسات: (البحيري، 2022)، (بريك، 2022)، (حرب، 2022)، (مساوي، 2022)، (صورية وبوعمامة ، 2022)، (حسين، 2021، (بدوي، 2021)، (خطاب، 2021)، (Nour, 2020) ، (الخولي، 2020).

3. اهتمت المدرسة العربية بالدراسات الكيفية من خلال أداة المقابلة المتعمقة والتي تم استخدامها بإجمالي (16) دراسة، مثل دراسات: (عبد الرازق، 2022)، (الزعنون، 2021)، (منصور، 2021)، (عرام، 2021)، (عبد العزيز، 2021)، (عبد المعطي، 2021).

4. اعتمدت المدرسة العربية على تحليل المضمون بإجمالي (3) دراسات: دراسة (عبد العزيز وإبراهيم، 2022) ودراسة (الصرايرة، 2018)، ودراسة (درار، 2019).

5. اعتمد عدد قليل من الدراسات العربية على أكثر من أداة للحصول على البيانات مثل دراسة (بدوي، 2020) والتي استعانت بالاستبانة وأسلوب دلفي والسيناريوهات، ودراسة (موسى وعبد الفتاح، 2020) والتي جمعت بين الاستبانة والمقابلة المتعمقة، ودراسة (حرب، 2022) والتي جمعت بين الاستبانة والسيناريوهات.

6. تنوعت أنواع العينات المستخدمة في الدراسات العربية كالعينات العشوائية، مثل دراسات (صقر، 2022)، (بدوي، 2021)، (الداغر، 2021)، (عبد العزيز، 2021)، والعينات العمدية مثل دراسات: (صورية وبوعمامة، 2022)، (عطية، 2022)، (عبد المعطي، 2021)، (عبد المعطي، 2020).

7. تباينت أحجام عينات الدراسات؛ فكانت كبيرة الحجم لا تزيد عن 500 مفردة، مثل 450 مفردة في دراسة (عبدالرازق، 2022)، و400 مفردة في دراسة (صورية

وبوعمامة، 2022)، ودراسة (عبد الحميد، 2021)، متوسطة الحجم لا تزيد عن 250 مفردة، مثل 150 مفردة في دراسة (Nour, 2020)، و149 مفردة فى دراسة (عبد المعطي، 2022)، و143 مفردة في دراسة (بريك، 2020).

8. يوجد عدد قليل من الدراسات استخدمت عينات صغيرة الحجم مثل 50 مفردة في دراسة (منصور، 2021)، و40 مفردة في دراسة (البحيري، 2022)، و 36مفردة في دراسة (صقر، 2022)، و20 مفردة في دراسة (دياب، 2021)، و 7مفردات في دراسة (عبدالمعطي، 2022)، و6 مفردات في دراسة (عبدالمعطي، 2020).

9. تنوعت مجتمعات الدراسة ما بين مصر، والإمارات، والأردن، والجزائر، وفلسطين، والسعودية.

- **بالنسبة للمدرسة الأمريكية:**

1. غلب على المدرسة الأمريكية استخدام منهج المسح بشقه الكمي بإجمالي (23) دراسة، مثل دراسات: (Moran & Shaikh, 2022)، (Díaz-Campo & Chaparro, 2022)، (Sangwon Lee et al, 2020)، وبلغ عدد الدراسات التي استخدمت منهج المسح بشقه الكيفي (4) دراسات، مثل دراسات: (Graves, 2018)، (De-Lima-Santos & Salaverría, 2021)، (Wang & Siau, 2018)، وبذلك بلغ مجموع الدراسات المسحية (27 دراسة).

2. جاء المنهج التجريبي في الترتيب الثاني بإجمالي (3) دراسات، هي: دراسة (Kim et al, 2020)، ودراسة (Wu, 2020)، ودراسة (Waddell, 2018).

3. محدودية استخدام منهج دراسة الحالة في دراستين فقط، وهما: دراسة (Macroni, 2020)، ودراسة (Torrijos, 2019).

4. تنوعت الأدوات البحثية المستخدمة في المدرسة الأمريكية، وكان أكثرها شيوعًا تحليل المضمون بإجمالي (14) دراسة، مثل دراسات: (Díaz-

(Campo & Chaparro,, 2022)، (Moran & Shaikh, 2022)، (Ouchchy & Coin, 2020)، (Diakopoulos, 2019)، يليه الاستبانة بإجمالي (9) دراسات، مثل دراسات (Sangwon Lee et al, 2020)، (Shields, 2019)، (Future today institute, 2018)، ثم المقابلات المتعمقة بإجمالي (5) دراسات، مثل دراسات: (De-Lima-Santos & Salaverría, 2021)، (Beckett, 2019)، (Graves, 2018).

5. تنوعت أدوات جمع البيانات الكيفية ما بين تحليل المضمون بإجمالي (14) دراسة، والمقابلات المتعمقة بإجمالي (5) دراسات، كما استخدمت دراسة واحدة تحليل الوثائق وهي دراسة (Miroshnichenko, 2019)، كذلك استخدمت دراسة واحدة مجموعات النقاش المركزة وهي دراسة (Sangwon Lee et al, 2020).

6. تباينت أحجام العينات ما بين صغيرة لا تتجاوز 50 مفردة كما فى دراسة (Díaz-Campo & Chaparro, 2022) ومتوسطة لا تتجاوز300 مفردة كما في دراسة (Beckett, 2019) وكبيرة تتجاوز 600 مفردة كما في دراسة (Waddell, 2018)، ودراسة (Ouchchy & Coin, 2020)، ودراسة (Torrijos, 2019).

- **بالنسبة للمدرسة الأوروبية:**

1. استخدمت المدرسة الأوروبية منهج المسح بشقه الكمي بإجمالي (27) دراسة، مثل دراسات: (Loosen, 2018)، (Hofeditz et al, 2021)، دراسة (De-Lima-Santos, 2021)، (Costera Meijer, 2020)، يليه المنهج الكيفي بإجمالي (15) دراسة، مثل دراسات (Pashevich, 2018)، (Túñez-López, 2021)، (Calvo Rubio, 2021)، (Parratt-Fernández, 2021).

2. تساوى كل من المنهج التجريبي ودراسة الحالة في عدد الدراسات، حيث قدَّم كل منهما (6) دراسات.

3. كانت المقابلة المتعمقة أكثر أدوات جمع البيانات شيوعًا فى المدرسة الأوروبية بإجمالي (13) دراسة.
4. اهتمت المدرسة الأوربية بالدراسات الكيفية من خلال التحليل الدلالي والتي تم استخدامها بإجمالي (5) دراسات، مثل دراسات: (Grimme, 2022)، (Ali & Hassoun, 2019)، (Felzman et al, 2019).
5. تعتبر المدرسة الأوروبية الوحيدة بين المدارس العلمية الأربع التي استخدمت تحليل الخطاب النقدي في دراسة واحدة هي دراسة (Brennen et al, 2020).
6. اعتمد عدد قليل من الدراسات على أكثر من أداة للحصول على البيانات، مثل دراسة (Braghieri, 2019) والتي جمعت بين الاستبانة وتحليل المضمون، ودراسة (Ufarte Ruiz & Manfredi Sánchez, 2019) والتي جمعت بين الملاحظة والمقابلات المتعمقة، ودراسة (Moravec, 2020) والتي جمعت بين الاستبانة والملاحظة، ودراسة (Monti, 2019) والتي جمعت بين الاستبانة والمقابلات المتعمقة، ودراسة (Fletcher, 2020) والتي جمعت بين الاستبانة والمقاييس.
7. تنوعت مجتمعات الدراسة ما بين فرنسا، وكندا، والمملكة المتحدة، والدنمارك، وهولندا، وألمانيا.

- **بالنسبة للمدرسة الآسيوية:**

1. تفوقت المدرسة الآسيوية في استخدام المنهج الكيفي بإجمالي (12) دراسة، مثل دراسات (Jamil, 2020)، (Wu, Tandoc, Salmon, 2019)، يليه منهج المسح بشقه الكمي بإجمالي (5) دراسات، مثل دراسات: (Galily, 2018)، (Goni, 2020).
2. تساوى كل من المنهج التجريبي ودراسة الحالة في عدد الدراسات، حيث قدَّم كل منهما دراسة واحدة فقط.

3. كانت المقابلة المتعمقة أكثر أدوات جمع البيانات شيوعًا في المدرسة الآسيوية بإجمالي (9) دراسات، يليها الاستبانة بإجمالي (8) دراسات، ثم تحليل المضمون وتحليل الوثائق بعدد دراسة واحدة فقط لكل منهما.
4. استخدمت أغلب الدراسات الآسيوية عينات صغيرة الحجم؛ مثل 47 مفردة في دراسة (Kima & Kim, 2018)، 45 مفردة في دراسة (Galily, 2018)، (Biswal & Gouda, 2020).
5. تنوعت مجتمعات الدراسة ما بين الصين، وكوريا الجنوبية، وباكستان، والهند، وماليزيا، وهونج كونج.

وبوجه عام – يمكن رصد مجموعة من الملاحظات على مستوى المدارس العلمية الأربع كما يلي:

1. تفوقت الدراسات الأجنبية في استخدام المنهج التجريبي بإجمالي (9) دراسات: (4) دراسات أمريكية، (4) دراسات أوروبية، دراسة واحدة آسيوية، بينما لم تستخدم المدرسة العربية هذا المنهج.
2. استخدمت كل من الدراسات العربية والأجنبية منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي.
3. رغم أهمية التحليل الدلالي؛ إلا أنّه لم يستخدم إلا في (8) دراسات: (5) دراسات أوروبية و(3) دراسات عربية.
4. اتسمت معظم الدراسات العربية موضع الدراسة بالاعتماد على العينات العشوائية، والعينات العمدية محدودة الحجم غير الممثلة وغير قابلة للتعميم، ويفسر ذلك في ضوء عدة عوامل منها: صعوبة وجود إطار شامل يمكن من خلاله سحب عينة ممثلة، إلى جانب محدودية إمكانات الباحث الفرد في البحوث العربية التي غالبًا يقوم بإجرائها بمفرده، سواء في صورة رسائل جامعية أو بحوث مقدمة في مؤتمرات أو دوريات علمية.

سابعا: الرؤية المُستَقْبَلية وأجندة البحوث المستخلصة من المناقشة النقدية:

في ضوء التحليل السابق للبحوث والدراسات عينة الدراسة والتي تمثل المدارس الأمريكية، والآسيوية، والأوروبية، والعربية في الفترة من عام 2018م حتى 2022م، يمكن

استخلاص رؤية شاملة لتطوير البحوث العربية الخاصة بدراسات تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية من خلال عدة نقاط، وهي:

- **رؤية مُستَقْبَلية على مستوى أجندة القضايا البحثية:**

1. توجيه اهتمام الباحثين نحو الدراسات البينية، وعمل شراكة بحثية، سَعْيًا للتعرف على تأثيرات تقنيات الذكاء الإصطناعي على مختلف جوانب العمل الصحفي.
2. إعادَةِ النظر في أجندة البحوث العربية الخاصة بتأثير الذكاء الاصطناعي، بضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول الممارسات الجديدة الناتجة عن استخدام تلك التقنيات في مجال العمل الصحفي.
3. لا يزال فهم ومعالجة التحديات المهنية والأخلاقية على مستوى الدراسات العربية في مرحلة مبكرة جداً. ومع ذلك، فإن هذه القضايا حاسمة وتحتاج إلى دراستها ومناقشتها.
4. إجراء مزيد من الدراسات الإثنوغرافية حول تطوير الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، لأنها ستلقي الضوء على القيود والعقبات التي تتعلق بنشر خوارزميات الذكاء الاصطناعي في هذا المجال.

- **رؤية مُستَقْبَلية على مستوى التصميم المنهجي:**

1. كان منهج المسح الكمي الأكثر استخداماً من جانب الدراسات العربية، واعتمد عدد قليل من هذه الدراسات علي منهج المسح بشقه الكيفي، وبالتالي ضرورة اهتمام المدرسة العربية بالبحوث الكيفية؛ لأنها تساعد على فهم أعمق لمتغيرات الدراسة.
2. لم تستخدم الدراسات العربية المنهج التجريبى مُقارَنَةً بالدراسات الأجنبية، وربما يرجع ذلك إلى ارتفاع تكلفة البحوث التجريبية، ومِنْ ثَمَّ يجب على الباحثين العرب التوجه نحو استخدام المنهج التجريبي، والبعد عن قياس المتغيرات بمعزل عن المتغيرات الأخرى.
3. افتقرت الدراسات العربية إلى التنوع المنهجي، سواء على مستوى الأطر النظرية، أو على مستوى أدوات جمع البيانات، ومِنْ ثَمَّ يجب التنويع فى أدوات جمع

البيانات خاصَّة فى البحوث الكيفية، على سبيل المثال استخدام التحليل الدلالي، وتحليل الخطاب، ومجموعات النقاش المركزة Focus Group، والمقابلات المتعمقة، وتحليل الوثائق.

4. تشابه أنماط البحوث العربية، خاصَّة على مستوى الدراسات الميدانية، حيث ركزت غالبيتها على دراسة اتجاهات القائمين بالاتصال، ومِنْ ثَمَّ يجب إيلاء مزيد من الاهتمام بالدراسات الخاصة بالجمهور.
5. الاهتمام ببحوث التحليل من المستوى الثاني للدراسات المتعلّقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال المُمارسة الصحفية.
6. الاهتمام بالعينات الاحتمالية كبيرة الحجم التي يمكن تعميم نتائجها، والتي اعتمدت عليها الدراسات الأجنبية، من خلال تعاون أكثر من باحث.

- **رؤية مُستَقْبَلية على مستوى الأطر النظرية:**

1. استخدام أطر نظرية حديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية، وتوظيفها بشكلٍ صحيح، حيث أَظْهَرَتْ النتائج تشابه المداخل النظرية في غالبية الدراسات التي خضعت للتحليل.
2. ضرورة الاهتمام بإجراء دراسات مقارنة على مستوى المؤسسات الصحفية المختلفة، سواء داخل مصر أو خارجها، وهو أمر حيوي لمقارنة آثار الذكاء الاصطناعي في سياقات اجتماعية واقتصادية وبيئات إعلامية مختلفة.
3. تعاون الباحثين في محاولة لإيجاد أرضية مشتركة من المفاهيم والمداخل النظرية والاهتمامات البحثية المتعلّقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال المُمارسة الصحفية.

- **رؤية مُستَقْبَلية على مستوى العملية التعليمية:**

1. تطوير المناهج الدراسية المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الجامعات المصرية والعربية، بما يسهم في دعم الأجيال القادمة من الصحفيين بمهارات وأدوات الذكاء الاصطناعي [158] (Abdulmajeed & Fahmy, 2023).
2. إعادَةِ توصيف المهارات التي يجب أن تكون متاحة للصحفيين مُستَقْبَلًا للحفاظ على مواكبة هذه التطورات التقنية في المجال الإعلامي.

قائمة المراجع

1. Pihlajarinne, T & Alén-Savikko, A. Artificial Intelligence and the Media Reconsidering Rights and Responsibilities. ***Edward Elgar Publishing***, 2022.
2. Meng, J., & Zhang, S.I. Immersive Journalism and New Audience Relationship. In: Manninen, V.J.E., Niemi, M.K., Ridge-Newman, A. (eds) Futures of Journalism. Palgrave Macmillan, Cham, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_18
3. Newman, N. Journalism, media and technology trends and predictions 2021. Digital News Project. Reuters Institute, University of Oxford. Available online: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-andpredictions-2021
4. Galily, Y. Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? **Technology in Society**, 54 (C), 47-51, 2018.
5. Loosen, W. Four Forms of Datafeed Journalism: Journalism's Response to the Datafication of Society. Bremen: "Communicative Figurations" Research Network, Centre for Media, Communication, and Information Research (ZeMKI) (Working Paper Series "Communicative Figurations Working Papers" No.18, 2018.
6. Pashevich, E. *Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence* (Master's thesis), 2018.
7. Blankespoor, E., deHaan, E. & Zhu, C. Capital market effects of media synthesis and dissemination: evidence from robo-journalism. **Review of Accountng Studies**, 23(1), 1–36, 2018.
8. Chan-Olmsted, S. M. A review of artificial intelligence adoptions in the media industry. **International Journal on Media Management**, 21(3-4), 193-215, 2019.
9. Lewis, S., Guzman, A., Schmidt, T. Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. **Digital Journalism**, 7(4), 409–427, 2019.
10. Series, B.T. "Artificial intelligence systems for programme production and exchange."(2019). Available at: https://www.itu.int/dms_pub/itu-r/opb/rep/R-REP- BT.2447-2019-PDF-E.pdf.
11. Stray, J. Making artificial intelligence work for investigative journalism. **Digital Journalism**, 7(8), 1076–1097, 2019.
12. Ali, W., & Hassoun, M.Artificial intelligence and automated journalism: contemporary challenges and new opportunities. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications**, 5(1), 40–49, 2019.
13. Braghieri, M. Long-form journalism and archives in the digital landscape (Doctoral dissertation, King's College London, 2019.

14. Wu, S., Tandoc, E. C. & Salmon C. H. A Field Analysis of Journalism in the Automation Age: Understanding Journalistic Transformations and Struggles through Structure and Agency. **Digital Journalism**, 7(4), 428-446, 2019.
15. Whittaker, J.*Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism* (1st ed.). Routledge, 2019.
16. Ufarte Ruiz, M. J., & Manfredi Sánchez, J. L. Algorithms and bots applied to journalism. The case of Narrativa Inteligencia Artificial: structure, production and informative quality. **Doxa Comunicación**, 29, 2019.
17. Torrijos, J. L. R. Automated sports coverages. Case study of bot released by The Washington Post during Río 2016 and Pyeongchang 2018 Olympics. **Revista Latina de Comunicación Social**, 1729 - 1747, 2019.
18. Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. Artificial intelligence and journalism. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 3(96), 673–695, 2019.
19. Goni, A., & Tabassum, M. Artificial Intelligence (AI) in journalism: Is Bangladesh ready for it? A study on journalism students in Bangladesh. **Athens Journal of Mass Media and Communications**, 6(4), 209–228, 2020.
20. Beenish, J. Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, *Unpublished Master's thesis*, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67, 2020.
21. Costera Meijer, I. Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995–2020. **Journalism Studies**, 21(16), 2326–2342, 2020.
22. Biswal, S. K., & Gouda, N. K. Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane? In Optimization in Machine Learning and Applications (pp. 155–167). Springer, 2020.
23. Hikmet Tosyalı, Çiğdem Aytekin. Development of Robot Journalism Application: Tweets of News Content in the Turkish Language Shared by Bot, **Journal of Information Technology Management,** Vol 12, Special Issue: The Importance of Human Computer Interaction: Challenges, Methods and Applications, 68-88, 2020.
24. Brennen JS, Philip N Howard & Rasmus K Nielsen. What to expect when you're expecting robots: Futures, expectations, and pseudo-artificial general intelligence in UK news. Journalism, 23(1), 22–38, 2020.
25. هالة كمال نوفل، "صحافة الذكاء الاصطناعي واستخدامات الدرونز في الإعلام"، **المؤتمر العلمي لكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة المستقبل،** "مصر في عالم متغير، 14 – 15 نوفمبر 2020.
26. هند يحيى عبد المعطي، "الذكاء الإصطناعي ودوره في تطوير الصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية"، **المؤتمر العلمي الدولى الأول الإعلام العربي في ظل المنافسة الرقمية وحروب الأجيال،** رؤى واقعية وتحديات مستقبلية، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، 7–9 نوفمبر 2020.

27. هند يحيى عبد المعطي، "استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR) بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج19، ع2، 2020، ص ص 35 109.

28. Trattner, C., Jannach, D., Motta, E. et al. Responsible media technology and AI: challenges and research directions. *AI Ethics*, 2021. https://doi.org/10.1007/s43681-021-00126-4

29. Kotenidis, E., & Veglis, A. Algorithmic journalism—Current applications and future perspectives. **Journalism and Media**, 2, 244–257, 2021.

30. Túñez-López J.M., Fieiras-Ceide, C & Vaz-Álvarez, M. Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. **Comunicacion & Society**, 34(1), 177-193, 2021.

31. Calvo Rubio, L. M., & Ufarte Ruiz, M. J. Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in web of science and scopus (2008–2019). **Communication & Society**, 34(2), 159–176, 2021**.**

32. هند يحيى عبد المعطي، "دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث، دراسة استشرافية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام مج 56، ع4، 2021، ص ص 1831-1877.

33. Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production. **Profesional de la información**, 30(3), 1699-2407, 2021.

34. El Gody, A. Using Artificial Intelligence in the Al Jazeera Newsroom to Combat Fake News, 2021.

35. هند يحى عبد المعطي، "استخدامات سلاسل الكتل (Blockchain) بمجال الصحافة "رؤية مستقبلية". **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع33، 2021، ص ص 162 – 216.

36. Sirén-Heikel, S., Kjellman, M., & Lindén, C. G. At the crossroads of logics: Automating newswork with artificial intelligence—(Re) defining journalistic logics from the perspective of technologists. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, 1–13, 2022.

37. Wang, M. Artificial Intelligence-Driven Model for Production Innovation of Sports News Dissemination. Wireless Communications and Mobile Computing, 2022.

38. Robertson, C. & Ridge-Newman, A. The Potential of Artificial Intelligence to Rejuvenate Public Trust in Journalism. In: Manninen, V.J.E., Niemi, M.K., Ridge-Newman, A. (eds) Futures of Journalism. Palgrave Macmillan, Cham, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_9

39. Ikonen, P., Hokkanen, J., Uskali, T., Manninen, V.J.E., Kuusniemi, H. The Networked Utilisation of Satellite Images and Geospatial Technology in

Journalism. In: Manninen, V.J.E., Niemi, M.K., Ridge-Newman, A. (eds) Futures of Journalism. Palgrave Macmillan, Cham, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_16

40. Hassan, A., & Albayari, A. The Usage of Artificial Intelligence in Journalism. In Future of Organizations and Work After the 4th Industrial Revolution: The Role of Artificial Intelligence, Big Data, Automation, and Robotics (pp. 175-197). Cham: Springer International Publishing, 2022.
41. Gallofré Ocaña, M., & Opdahl, A. L. Supporting Newsrooms with Journalistic Knowledge Graph Platforms: Current State and Future Directions. Technologies, 10(3), 68, 2022.
42. سلوى علي إبراهيم الجيار، وهالة كمال نوفل، "الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي في مجالي الصحافة والتليفزيون: دراسة تحليلية من المستوى الثاني". **مجلة اريد الدولية للدراسات الاعلامية وعلوم الاتصال**، مج3، ع5، 2022، ص ص 6 –41.
43. محمد مساوي، "رؤية مستقبلية: دور استراتيجيات الاتصالية في صناعة المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع78، 2022، ص ص 659– 721.
44. عقاد صورية، والعربي بوعمامة، "تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الإعلام المرئي أثناء الأزمات أزمة جائحة كورونا أنموذجًا". **مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، جامعة غليزان، الجزائر، مج8، ع1، 2022، ص ص 252–262.
45. ، أسامة السيد عبد العزيز، ومروة رضوان إبراهيم، "الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع80، الجزء الثاني، المجلد الرابع، 2022، ص ص 1901– 1954.
46. مروة عطية، "توظيف تطبيقات وتقنيات فيديو الواقع المعزز في السرد البصري وأثره في إدراك وتقييم الجمهور للمحتوى الإخباري في مواقع القنوات التلفزيونية". **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع36، 2022، ص ص 130–153.
47. Waddell, T. Franklin. A robot wrote this? How perceived machine authorship affects news credibility. **Digital Journalism**, 6(2), 236–255, 2018.
48. Pashevich, E. *Automation of news production in Norway***. Op**, **Cit**. 2018.
49. Changhoon, Oh et al. Understanding User Perception of Automated News Generation System. In Proceedings of the 2020. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1-13, 2020.
50. Miroshnichenko, A. AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is "Yes"). **Information**, 9(7), 183, 2018.
51. Graefe, A., & Bohlken, N. Automated journalism: A meta-analysis of readers' perceptions of human-written in comparison to automated news. **Media and Communication**, 8(3), 50–59, 2020.

52. عمرو محمد محمود عبد الحميد، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري". **مجلة البحوث الاعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج55، الجزء الخامس، 2020، ص ص 2797-2860.

53. Graves, L. Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking. 2018. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves_factsheet_180226%20FINAL.pdf [Accessed: 23th January 2021].

54. Paschen, J. Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. **Journal of Product & Brand Management**, 29(2), 223–233, 2020.

55. Lindén, C.-G., & Tuulonen, H. *News automation—A WAN-IFRA guide to the field*. WAN-IFRA. 2019.

56. Moravec, V., Macková, V., Sido, J., & Ekštein, K. The Robotic Reporter in The Czech News Agency: Automated Journalism and Augmentation in the Newsroom.**Communication today,** 11(1), 36-53, 2020.

57. Maswadi, N. I. Attitudes of Jordanian Journalists towards the Functional and Professional Dimensions of Robot Journalism. Theses Masters, Media and Journalism, University of Petra (Jordan), *ProQuest Dissertations & Theses Global*, p 137. 2020.

58. Jamil, S. Artificial Intelligence and Journalistic Practice: The Crossroads of Obstacles and Opportunities for the Pakistani Journalists. **Journalism Practice** 15(10), 1400-1422, 2020.

59. Biswal, S. K., & Gouda, N. K. Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? **Optimization in machine learning and applications**, 155-167, 2020.

60. Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on the psychology of content consumers, **Telematics and Informatics**, 55, 1- 9, 2020.

61. Sangwon Lee et al. Predicting AI News Credibility: Communicative or Social Capital or Both? **Communication Studies** 71(2), 428-447, 2020.

62. عمرو محمد محمود عبد الحميد، "تقبل طلاب الإعلام في مصر والإمارات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي: دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج19، ع2، 2020، ص ص 341 – 409.

63. De-Lima-Santos, M.F., & Salaverría, R. From Data Journalism to Artificial Intelligence: Challenges Faced by La Nación in Implementing Computer Vision in News Reporting. **Palabra Clave**, 24(3), e2437, 2021.

64. Bastian M, Helberger N & Makhortykh M. Safeguarding the Journalistic DNA: Attitudes towards the Role of Professional Values in Algorithmic News Recommender Designs, **Digital Journalism**, 9(6), 835-863, 2021.

65. لانا حسين، "مدى إدراك الصحفيين الأردنيين لمفهوم صحافة الروبوت وتحدياتها المهنية والأخلاقية". **رسالة ماجستير في الصحافة والإعلام الحديث**، معهد الإعلام الأردني، 2021.

66. Hofeditz, Lennart; Mirbabaie, Milad; Holstein, Jasmin; and Stieglitz, Stefan. Do you trust an AI-journalist? A credibility analysis of news content with ai-authorship. *ECIS 2021 Research Papers*. 50, 2021.

67. Kim, Daewon & Kim, Suwon. A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance. **Technological Forecasting and Social Change**, 163,120448, 2021.

68. محمد جمال بدوي، "آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع75، 2021، ص ص 47-120.

69. إسماعيل الزعنون، "اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية "دراسة ميدانية". **رسالة ماجستير**، الجامعة الإسلامية بغزة، 2021.

70. Ganguly, M. *The Future of Investigative Journalism in the Age of Automation, Open-Source Iintelligence (OSINT) and Artificial Intelligence (AI)* Doctoral dissertation, University of Westminster, Westminster School of Media and Communication. 2022. https://doi.org/10.34737/vx128

71. Melin, M., Bäck, A., Södergård, C., Munezero, M. D., Leppänen, L. J., & Toivonen, H. No landslide for the human journalist-an empirical study of computer-generated election news in Finland. *IEEE Access, 6*, 43356–43367, 2018.

72. Zheng, Y., Zhong, B., & Yang, F. When algorithms meet journalism: The user perception to automated news in a cross-cultural context. **Computers in Human Behavior**, 86, 266–275, 2018.

73. Liu, B., & Wei, L. Machine authorship in situ: Effect of news organization and news genre on news credibility. **Digital Journalism**, 7(5), 635-657, 2019.

74. Wu, Y. Is automated journalistic writing less biased? An experimental test of auto-written and human-written news stories. **Journalism practice**, 14(8), 1008-1028, 2020.

75. Edson C. Tandoc Jr., Lim Jia Yao & Shangyuan Wu. Man vs. Machine? The Impact of Algorithm Authorship on News Credibility. **Digital Journalism**, 8(4), 548-562, 2020.

76. Wölker, A., & Powell, T. E. Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. **Journalism**, 22(1), 86-103, 2021.

77. Galily, Y. Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? **Op**, **Cit**, 47-51, 2018.

78. Kim, D., & Kim, S. Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism. **Telematics and Informatics**, 35(2), 340–357, 2018.

79. Tatalovic, M. AI writing bots are about to revolutionise science journalism: we must shape how this is done. **Journal of Science Communication**, 17(1), 1-7, 2018.

80. Beckett, C. New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. Polis, London School of Economics and Political Science, 2019. Https://Blogs. Lse. Ac. Uk/Polis/2019/11/18/New-Powers-New-Responsibilities.

81. Bronwyn, J., & & Rhianne, J. Public Service Chatbots: Automating Conversation with BBC News, **Digital Journalism**, 7(8), 1032-1053, 2019.

82. Waddell, T. Franklin. Can an algorithm reduce the perceived bias of news? Testing the effect of machine attribution on news readers' evaluations of bias, anthropomorphism, and credibility.**_Journalism & Mass Communication Quarterly**, 96(1), 82-100, 2019.

83. Mütterlein, J., Kunz, R. E., & Baier, D. Effects of lead-usership on the acceptance of media innovations: A mobile augmented reality case. **Technological Forecasting and Social Change**, 145, 113-124, 2019.

84. بسنت محمد عطية، "مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام. دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بالاتصال في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا". **المؤتمر العلمي الدولي الخامس والعشرون**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة "صناعة الإعلام في ظل الفرص والتحديات التكنولوجية والاستثمارية"، مايو2019 .

85. Wu, S., Tandoc Jr, E. C., & Salmon, C. T. Journalism reconfigured: Assessing human–machine relations and the autonomous power of automation in news production. **Journalism studies**, 20(10), 1440-1457, 2019.

86. أيمن محمد ابراهيم بريك، "اتجاهات القائمين بالاتصال بالمؤسسات العملية في مصر والسعودية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع53، الجزء الثاني، 2020، ص ص 488– 526.

87. سحر عبد المنعم الخولي، "اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع72، 2020، ص ص101 – 173.

88. عيسى عبد الباقي موسى، وأحمد عادل عبد الفتاح، "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج19، ع1، 2020، ص ص 1-66.

89. أحمد عبد المجيد منصور، "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد من (2021- 2030) "، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع53، الجزء الثالث، 2021، ص ص 47-120.

90. سلوى علي إبراهيم الجيار، "الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي". **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، مج9، العدد الخاص الخامس والثلاثون عن الإعلام والعلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي، 2021، ص ص 9-69.

91. أسماء محمد مصطفى عرام، "مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجًا) ". **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج58، ع5، 2021، ص ص 1673-1702.

92. إنجي لطفي عبد العزيز، "مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج77، ع72، 2021، ص ص 603 - 647.

93. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، "تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج20، ع3، 2021، ص ص 1-68.

94. مجدي الداغر، "اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر: دراسة ميدانية". **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع33، 2021، ص ص 4-110.

95. منة الله كمال دياب، "الثقافة الروبوتية (المُذِيعُ الرّوبُوتُ) في القنوات الإخبارية وَالمُسْتَقْبَلُ الوَظِيْفِيُّ لِلقَائِمِ بالاتِّصال". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع77، 2021، ص ص 1403-1442.

96. Naoaín, A. S. Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. **Communication & Society**, 35(3), 105-121, 2022.

97. Moran, R. E., & Shaikh, S. J. Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. **Digital Journalism**, 1-19, 2022.

98. آلاء عزمي، "اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي". **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج59، ع4، 2021، ص ص 2183-2246.

99. أيمن محمد إبراهيم بريك، "تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية- دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين 2022: 2042". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع78، 2022، ص ص45-76.

100. فتحي إبراهيم إسماعيل، "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج21 ،ع4، 2022، ص ص 31-86

101. شيرين البحيري، "اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي (Robot Journalism) في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية". **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع24، 2022، ص ص 129-158.

102. مي مصطفى عبد الرازق، "تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع18، الجزء الأول، 2022، ص ص 1-74.

103. غسان ابراهيم حرب، "رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية". **المجلة الجزائرية للاتصال**، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، مج24، ع1، 2022، ص ص 8-29 .

104. Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H. B. Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. **Journalism**, 19(5), 595-610, 2018.

105. Wang, W., & Siau, K. Ethical and Moral Issues with AI: A Case Study on Healthcare Robots. *Twenty-fourth Americas Conference on Information Systems*, 2018. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/325934375 [Accessed: 18th January 2022].

106. محمد نجيب الصرايرة، وشروق طومار، "صناعة صحافة الروبوت وتحدياتها المهنية والأخلاقية". **مركز الجزيرة للدراسات**، 4 سبتمبر، 2018، 1-18.

107. Beckett, C. New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. Polis, London School of Economics and Political Science, 2019. Https://Blogs. Lse. Ac. Uk/Polis/2019/11/18/New-Powers-New-Responsibilities

108. Diakopoulos, N. Towards a design orientation on algorithms and automation in news production. **Digital Journalism**, 7(8), 1180-1184, 2019.

109. Lewis, S. C., Sanders, A. K., & Carmody, C. Libel by algorithm? Automated journalism and the threat of legal liability. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 96(1), 60-81, 2019.
110. Milosavljević, M., & Vobič, I. Human still in the loop: Editors reconsider the ideals of professional journalism through automation. **Digital Journalism**, 7(8), 1098-1116, 2019.
111. Monti, M. Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field, 2019. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3318460 [Accessed: 19th February 2022].
112. Felzmann, H., Villaronga, E. F., Lutz, C., & Tamò-Larrieux, A. Transparency you can trust: Transparency requirements for artificial intelligence between legal norms and contextual concerns. **Big Data & Society**, 6(1), 2053951719860542, 2019.
113. Lewis, S., Guzman, A., Schmidt, T. Automation, journalism, and human–machine communication. **Op, Cit**, 409–427, 2019.
114. Leavy, S. Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning, *Conference on Artificial Intelligence*, University College Dublin, Ireland, 2020.
115. Leiser, M.R. Bias, journalistic endeavours, and the risks of artificial intelligence. In *Artificial Intelligence and the Media* (pp. 8-32). Edward Elgar Publishing, 2022.
116. Javier Díaz, N. Artificial Intelligence Systems-Aided News and Copyright: Assessing Legal Implications for Journalism Practices. **Future Internet**, 12(5), 1–10, 2020.
117. Ouchchy L, Coin A, Dubljevic V. Artificial Intelligence in the Headlines Portraying the Ethical Issues of Manual Actions Intelligence in the media. **AI & Society**, 35(4), 927–936, 2020.
118. Díaz-Campo, J., & Chaparro-Domínguez, M. Á. Computational journalism and ethics: An analysis of deontological codes of Latin American. ICONO 14, **Revista de comunicación y tecnologías emergentes**, 18(1), 10-31, 2020.
119. خديجة محمد درار، "أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والروبوت: دراسة تحليلية". **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات**، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، مج6، ع3، 2019، ص ص 237-271.
120. مازن الفداوي، "التحديات المهنية والأخلاقية لصحافة الروبوت من وجهة نظر الصحفيين الأردنيّين. **مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال**، جامعة الشرق الأوسط، مج1، ع1، 2021، ص ص 72-103.

121. محمد جمال بدوي، "مستقبل الوظيفة الإخبارية للصحافة الإلكترونية في ظل تعدد منصات الإعلام الرقمي: دراسة مستقبلية في الفترة من 2018 وحتى 2028"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2020.

122. علياء عبدالفتاح رمضان، "تبني صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي. **المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري**، قسم الإعلام والعلاقات العامة بالجامعة الخليجية، مملكة البحرين، مج3، ع2، 2021، ص ص 182- 153.

123. غادة موسى إبراهيم السيد صقر، "تأثير البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الصحافة الإلكترونية في مصر: مقاربة نظرية". **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع35، 2021، ص ص 368-396.

124. نور مسودي، ومحمد نجيب الصرايرة، "اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحوالأبعاد الوظيفية والمهنية لصحافة الروبوت". **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة البليدة 2، الجزائر، مج13، ع2 ، 2022، ص ص 108-124.

125. Shields, R. *What the media industry really thinks about the impact of AI*. Drum, 2018.

126. Salazar, I. Robots and Artificial Intelligence. New challenges of journalism. **Doxa Comunicación**, (27), 295-315, 2018.

127. The Reuters Institute digital news. Global Survey on Journalism and Media Futures .An annual global survey by the Futures Today Institute about how those working in news think about the Futures, 2018. https://futuretodayinstitute.com/global-survey-on-journalisms-futures/

128. Latar, NL. Robot Journalism: Can Human Journalism Survive? World Scientific Publishing Company, 2018.

129. Ali, W., & Hassoun, M. Artificial intelligence and automated journalism: contemporary challenges and new opportunities. **Op, Cit,** 409–427, 2019.

130. Miroshnichenko, A. AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is "Yes"), **Op.Cit**, 9(7), 183, 2018.

131. Túñez-López, M., Toural-Bran, C., & Valdiviezo-Abad, C. Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial. **Revista Latina de Comunicación Social**, 74, 1411–1433, 2019.

132. Upadhyay, A.K. , & Khandelwal, K. Artificial intelligence-based training learning from application. **Development and Learning in Organizations**, 33(2), 20-23, 2019.

133. Lewis, S., Guzman, A., Schmidt, T. Automation, journalism, and human–machine communication. **Op, Cit**, 409–427, 2019.

134. Tusa, F., & Tejedor, S. Artificial Intelligence in Journalism: the case of avatars and robotic presenters. A study from perception of journalist. **Journal, RISTIU**, E20, 267–279, 2019.
135. Torrijos J. L. R. Automated sports coverages. Case study of bot released by The Washington Post during Río 2016 and Pyeongchang 2018 Olympics. **Op, Cit,** 1729 - 1747, 2019.
136. Jamil, Sadia, & Gifty Appiah-Adeji. Journalism in the Era of Mobile Technology: The Changing Pattern of News Production and the Thriving Culture of Fake News in Pakistan and Ghana**. World of Media Journal of Russian Media and Journalism Studies**, 1(3), 42–64, 2019.
137. Lindén, C.-G., & Tuulonen, H. *News automation—A WAN-IFRA guide to the field*. WAN-IFRA, 2019.
138. Diakopoulous, N. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press, 2019.
139. Dierickx, L. Information automatisée et nouveaux acteurs des processus journalistiques. Sur le journalisme, about journalism, Sobre jornalismo, 8(2), 2019. http://www.surlejournal-isme.com/rev
140. Macroni, F. *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. Columbia University Press, 2020.
141. Schapals, A. K., & Porlezza, C. Assistance or resistance? Evaluating the intersection of automated journalism and journalistic role conceptions. **Media and Communication**, 8(3), 16–26, 2020.
142. Saad, S., & Issa, T. A. Integration or replacement: Journalism in the era of artificial intelligence and robot journalism. **International Journal of Media Journalism and Mass Communications**, 6(3), 1–13, 2020.
143. Fletcher, R., Schifferes, S., & Thurman, N. Building the 'Truthmeter': Training algorithms to help journalists assess the credibility of social media sources. Convergence, 26(1), 19–34, 2020.
144. Moravec, V., Macková, V., Sido, J., & Ekštein, K. The robotic reporter in the Czech news agency: automated journalism and augmentation in the newsroom. **Op**, **Cit**, 11(1), 2020.
145. Tejedor, S., & Vila, P. Exo journalism: a conceptual approach to a hybrid formula between journalism and artificial intelligence. **Journalism and Media**, 2(4), 830-840, 2021.
146. شيهان الورقلي، وبعضي، وفاء، "تأثير المذيع الروبوت على مهنة الإعلامي دراسة تحليلية سيميولوجية على عينة من النشرات الإخبارية". 2019 , univ-ouargla, Doctoral dissertation. http://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/21387

147.نسرين محمد عبد العزيز، "دور الدراما الأجنبية والعربية في تشكيل إدراك الجمهور المصري لواقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج77، الجزء الثالث، ع77، 2021، ص ص 1473-1524.

148.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، مج22، الجزء الأول، 2021، ص ص 93 -154.

149.طايع الديب، "صحافة الذكاء الاصطناعي: هل تؤدي إلى انقراض الصحافيين". **مجلة الدوحة**، وزارة الثقافة والفنون والتراث، ع165، يوليو، 2021، ص ص 35-37.

150.علي يوسف العاصي، "تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي: دراسة ميدانية". **رسالة ماجستير في الصحافة**- الجامعة الإسلامية- فلسطين،2021.

151.نهى غالي، "توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال بها". **مجلة البحوث الاعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج59، ع4، 2021، ص ص 1733-1784.

152.Sun, M., Hu, W., & Wu, Y. Public Perceptions and Attitudes towards the Application of Artificial Intelligence in Journalism: From a China-based Survey, **Journalism Practice**, 1-23, 2022.

153.De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. **Journalism and Media**, 3(1), 13-26, 2021.

154.Grimme, M. V. Managerial Challenges of Algorithmic Journalism and Journalistic Functions: an Analytical Framework. In *Tagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft" Internet-Intermediäre und virtuelle Plattformen medienökonomisch betrachtet*" (pp. 29-42). DEU, 2022.

155.جواد راغب أيوب الدلو، وآخرون، "اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية". **مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية**، جامعة العربي التبسي تبسة- مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، مج7، ع3، 2022، ص ص 53 - 90.

156.محمد جمال بدوي، "رؤية القائمين بالاتصال لاستخدام صحافة الدرون في المؤسسات الصحفية المصرية واتجاهاتهم نحوها". **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع80، الجزء الأول، 2022، ص ص 659- 721.

157.أسماء أبو زيد، الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة. **Journal of Media and Interdisciplinary Studies**, 1(1), 155-203,2022

158. Abdulmajeed, M., Fahmy, N. (2023). Meta-analysis of AI Research in Journalism: Challenges, Opportunities and Future Research Agenda for Arab Journalism. In: Musleh Al-Sartawi, A.M.A., Razzaque, A., Kamal, M.M. (eds) From the Internet of Things to the Internet of Ideas: The Role of Artificial Intelligence. EAMMIS 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 557. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17746-0_18

References

-Pihlajarinne, T & Alén-Savikko, A. Artificial Intelligence and the Media Reconsidering Rights and Responsibilities. ***Edward Elgar Publishing***, 2022.

-Meng, J., & Zhang, S.I. Immersive Journalism and New Audience Relationship. In: Manninen, V.J.E., Niemi, M.K., Ridge-Newman, A. (eds) Futures of Journalism. Palgrave Macmillan, Cham, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_18

-Newman, N. Journalism, media and technology trends and predictions 2021. Digital News Project. Reuters Institute, University of Oxford. Available online: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-andpredictions-2021

-Galily, Y. Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? **Technology in Society**, 54 (C), 47-51, 2018.

-Loosen, W. Four Forms of Datafeed Journalism: Journalism's Response to the Datafication of Society. Bremen: "Communicative Figurations" Research Network, Centre for Media, Communication, and Information Research (ZeMKI) (Working Paper Series "Communicative Figurations Working Papers" No.18, 2018.

-Pashevich, E. *Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence* (Master's thesis), 2018.

-Blankespoor, E., deHaan, E. & Zhu, C. Capital market effects of media synthesis and dissemination: evidence from robo-journalism. **Review of Accountng Studies**, 23(1), 1–36, 2018.

-Chan-Olmsted, S. M. A review of artificial intelligence adoptions in the media industry. **International Journal on Media Management**, 21(3-4), 193-215, 2019.

-Lewis, S., Guzman, A., Schmidt, T. Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. **Digital Journalism**, 7(4), 409–427, 2019.

-Series, B.T. "Artificial intelligence systems for programme production and exchange."(2019). Available at: https://www.itu.int/dms_pub/itu-r/opb/rep/R-REP- BT.2447-2019-PDF-E.pdf.

-Stray, J. Making artificial intelligence work for investigative journalism. **Digital Journalism**, 7(8), 1076–1097, 2019.

-Ali, W., & Hassoun, M.Artificial intelligence and automated journalism: contemporary challenges and new opportunities. **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications**, 5(1), 40–49, 2019.

-Braghieri, M. Long-form journalism and archives in the digital landscape (Doctoral dissertation, King's College London, 2019.

-Wu, S., Tandoc, E. C. & Salmon C. H. A Field Analysis of Journalism in the Automation Age: Understanding Journalistic Transformations and Struggles through Structure and Agency. **Digital Journalism**, 7(4), 428-446, 2019.

-Whittaker, J.*Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism* (1st ed.). Routledge, 2019.
-Ufarte Ruiz, M. J., & Manfredi Sánchez, J. L. Algorithms and bots applied to journalism. The case of Narrativa Inteligencia Artificial: structure, production and informative quality. **Doxa Comunicación**, 29, 2019.
159. Torrijos, J. L. R. Automated sports coverages. Case study of bot released by The Washington Post during Río 2016 and Pyeongchang 2018 Olympics. **Revista Latina de Comunicación Social**, 1729 - 1747, 2019.
160. Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. Artificial intelligence and journalism. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 3(96), 673–695, 2019.
-Goni, A., & Tabassum, M. Artificial Intelligence (AI) in journalism: Is Bangladesh ready for it? A study on journalism students in Bangladesh. **Athens Journal of Mass Media and Communications**, 6(4), 209–228, 2020.
-Beenish, J. Success Factors in Artificial Intelligence (AI) - Focus on Use of AI in Journalism, *Unpublished Master's thesis*, (UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Business Administration (MBA), PP.4-67, 2020.
-Costera Meijer, I. Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995–2020. **Journalism Studies**, 21(16), 2326–2342, 2020.
-Biswal, S. K., & Gouda, N. K. Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane? In Optimization in Machine Learning and Applications (pp. 155–167). Springer, 2020.
-Hikmet Tosyalı, Çiğdem Aytekin. Development of Robot Journalism Application: Tweets of News Content in the Turkish Language Shared by Bot, **Journal of Information Technology Management,** Vol 12, Special Issue: The Importance of Human Computer Interaction: Challenges, Methods and Applications, 68-88, 2020.
-Brennen JS, Philip N Howard & Rasmus K Nielsen. What to expect when you're expecting robots: Futures, expectations, and pseudo-artificial general intelligence in UK news. Journalism, 23(1), 22–38, 2020.
-Nufl, H. (2020). "sahafat aldhaka' alaistinaeii waistikhdamat aldurunz fi al'iielami", almutamar aleilmiu likuliyat alaiqtisad waleulum alsiyasiat bijamieat almustaqbali, "misr fi ealam mutaghayiri, 15 - 14 nufimbir 2020.
-Aabd almueti, H. (2020). "aldhaka' al'iistinaeii wadawruh fi tatwir alsahafat al'iiliktruniati, ruyat mustaqbaliatun", almutamar aleilmiu alduwlaa al'awal al'iielam alearabiu fi zili almunafasat alraqamiat wahurub al'ajyal, ruaan waqieiat watahadiyat mustaqbaliatun, kuliyat al'iielami, jamieat bani suif, 7-9 nufimbir2020.
-Trattner, C., Jannach, D., Motta, E. et al. Responsible media technology and AI: challenges and research directions. *AI Ethics*, 2021. https://doi.org/10.1007/s43681-021-00126-4

-Kotenidis, E., & Veglis, A. Algorithmic journalism—Current applications and future perspectives. **Journalism and Media**, 2, 244–257, 2021.

-Túñez-López J.M., Fieiras-Ceide, C & Vaz-Álvarez, M. Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. **Comunicacion & Society**, 34(1), 177-193, 2021.

161. Calvo Rubio, L. M., & Ufarte Ruiz, M. J. Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in web of science and scopus (2008–2019). **Communication & Society**, 34(2), 159–176, 2021**.**

-Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production. **Profesional de la información**, 30(3), 1699-2407, 2021.

-El Gody, A. Using Artificial Intelligence in the Al Jazeera Newsroom to Combat Fake News, 2021.

-Aabd almueti, H. (2021). "aistikhdamat salasil alkutal (Blockchain) bimajal alsahafa "ruyat mustaqbaliatin". almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, kuliyat al'iielami, jamieat al'ahram alkanadiati, ea33, 2021, s s 216 - 162.

-Sirén-Heikel, S., Kjellman, M., & Lindén, C. G. At the crossroads of logics: Automating newswork with artificial intelligence—(Re) defining journalistic logics from the perspective of technologists. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, 1–13, 2022.

-Wang, M. Artificial Intelligence-Driven Model for Production Innovation of Sports News Dissemination. Wireless Communications and Mobile Computing, 2022.

-Robertson, C. & Ridge-Newman, A. The Potential of Artificial Intelligence to Rejuvenate Public Trust in Journalism. In: Manninen, V.J.E., Niemi, M.K., Ridge-Newman, A. (eds) Futures of Journalism. Palgrave Macmillan, Cham, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_9

-Ikonen, P., Hokkanen, J., Uskali, T., Manninen, V.J.E., Kuusniemi, H. The Networked Utilisation of Satellite Images and Geospatial Technology in Journalism. In: Manninen, V.J.E., Niemi, M.K., Ridge-Newman, A. (eds) Futures of Journalism. Palgrave Macmillan, Cham, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_16

-Hassan, A., & Albayari, A. The Usage of Artificial Intelligence in Journalism. In Future of Organizations and Work After the 4th Industrial Revolution: The Role of Artificial Intelligence, Big Data, Automation, and Robotics (pp. 175-197). Cham: Springer International Publishing, 2022.

-Gallofré Ocaña, M., & Opdahl, A. L. Supporting Newsrooms with Journalistic Knowledge Graph Platforms: Current State and Future Directions. Technologies, 10(3), 68, 2022.

-Aljiar, S. (2022), "alaitijahat alhadithat fi buhuth tathir aldhaka' alaistinaeii fi majalay alsahafat waltilifiziuni: dirasat tahliliatan min almustawaa althaani". majalat aryd alduwaliat lildirasat alaelamiat waeulum alaitisali, maj3, ea5, 2022, s s 41- 6.

-Masawi, M. (2022). "ruyat mustaqbaliatun: dawr astiratijiaat alaitisaliat fi sinaeat almuhtawaa al'iielamii fi daw' tatbiq taqniaat aldhaka' alaistinaeii". almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, ea78, 2022, s s 659- 721.
-Atia, M. (2022). "tawzif tatbiqat watiqniaat fidyu alwaqie almueazaz fi alsard albasarii wa'atharuh fi 'iidrak wataqyim aljumhur lilmuhtawaa al'iikhbarii fi mawaqie alqanawat altilfizyuniati". almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, kuliyat al'iielami, jamieat al'ahram alkanadiati, ea36, 2022, s s 130-153.
-Waddell, T. Franklin. A robot wrote this? How perceived machine authorship affects news credibility. **Digital Journalism**, 6(2), 236–255, 2018.
-Changhoon, Oh et al. Understanding User Perception of Automated News Generation System. In Proceedings of the 2020. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, pp. 1-13, 2020.
-Miroshnichenko, A. AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is "Yes"). **Information**, 9(7), 183, 2018.
-Graefe, A., & Bohlken, N. Automated journalism: A meta-analysis of readers' perceptions of human-written in comparison to automated news. **Media and Communication**, 8(3), 50–59, 2020.
162. Graves, L. Understanding the Promise and Limits of Automated Fact-Checking. 2018. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves_factsheet_180226%20FINAL.pdf [Accessed: 23th January 2021].
163. Paschen, J. Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. **Journal of Product & Brand Management**, 29(2), 223–233, 2020.
-Lindén, C.-G., & Tuulonen, H. *News automation—A WAN-IFRA guide to the field*. WAN-IFRA. 2019.
-Moravec, V., Macková, V., Sido, J., & Ekštein, K. The Robotic Reporter in The Czech News Agency: Automated Journalism and Augmentation in the Newsroom.**Communication today,** 11(1), 36-53, 2020.
-Maswadi, N. I. Attitudes of Jordanian Journalists towards the Functional and Professional Dimensions of Robot Journalism. Theses Masters, Media and Journalism, University of Petra (Jordan), *ProQuest Dissertations & Theses Global*, p 137. 2020.
-Jamil, S. Artificial Intelligence and Journalistic Practice: The Crossroads of Obstacles and Opportunities for the Pakistani Journalists. **Journalism Practice** 15(10), 1400-1422, 2020.
-Biswal, S. K., & Gouda, N. K. Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? **Optimization in machine learning and applications**, 155-167, 2020.
-Kim, J., Shin, S., Bae, K., Oh, S., Park, E., & del Pobil, A. P. Can AI be a content generator? Effects of content generators and information delivery methods on

the psychology of content consumers, **Telematics and Informatics**, 55, 1- 9, 2020.

-Sangwon Lee et al. Predicting AI News Credibility: Communicative or Social Capital or Both? **Communication Studies** 71(2), 428-447, 2020.

-Aabd alhamid, A. (2020). "taqabal tulaab al'iielam fi misr wal'iimarat litatbiqat aldhaka' alaistinaeii watathiriha ealaa mustaqbalihim alwazifi: dirasatan fi 'iitar namudhaj qabul altiknulujia". almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, mij19, ea2, 2020, s s 341 -409 .

164. De-Lima-Santos, M.F., & Salaverría, R. From Data Journalism to Artificial Intelligence: Challenges Faced by La Nación in Implementing Computer Vision in News Reporting. **Palabra Clave**, 24(3), e2437, 2021.

-Bastian M, Helberger N & Makhortykh M. Safeguarding the Journalistic DNA: Attitudes towards the Role of Professional Values in Algorithmic News Recommender Designs, **Digital Journalism**, 9(6), 835-863, 2021.

-Hussien, L. (2021), "madaa 'iidrak alsahafiiyn al'urduniyiyn limafhum sahafat alruwbut watahadiyatiha almihniat wal'akhlaqiati". risalat majistir fi alsahafat wal'iielam alhadithi, maehad al'iielam al'urduniy.

-Hofeditz, Lennart; Mirbabaie, Milad; Holstein, Jasmin; and Stieglitz, Stefan. Do you trust an AI-journalist? A credibility analysis of news content with ai-authorship. *ECIS 2021 Research Papers*. 50, 2021.

-Kim, Daewon & Kim, Suwon. A model for user acceptance of robot journalism: Influence of positive disconfirmation and uncertainty avoidance. **Technological Forecasting and Social Change**, 163,120448, 2021.

-Ganguly, M. *The Future of Investigative Journalism in the Age of Automation, Open-Source Iintelligence (OSINT) and Artificial Intelligence (AI)* Doctoral dissertation, University of Westminster, Westminster School of Media and Communication. 2022. https://doi.org/10.34737/vx128

-Melin, M., Bäck, A., Södergård, C., Munezero, M. D., Leppänen, L. J., & Toivonen, H. No landslide for the human journalist-an empirical study of computer-generated election news in Finland. *IEEE Access, 6*, 43356–43367, 2018.

-Zheng, Y., Zhong, B., & Yang, F. When algorithms meet journalism: The user perception to automated news in a cross-cultural context. **Computers in Human Behavior**, 86, 266–275, 2018.

-Liu, B., & Wei, L. Machine authorship in situ: Effect of news organization and news genre on news credibility. **Digital Journalism**, 7(5), 635-657, 2019.

-Wu, Y. Is automated journalistic writing less biased? An experimental test of auto-written and human-written news stories. **Journalism practice**, 14(8), 1008-1028, 2020.

-Edson C. Tandoc Jr., Lim Jia Yao & Shangyuan Wu. Man vs. Machine? The Impact of Algorithm Authorship on News Credibility. **Digital Journalism**, 8(4), 548-562, 2020.

-Wölker, A., & Powell, T. E. Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. **Journalism**, 22(1), 86-103, 2021.
-Kim, D., & Kim, S. Newspaper journalists' attitudes towards robot journalism. **Telematics and Informatics**, 35(2), 340–357, 2018.
--Tatalovic, M. AI writing bots are about to revolutionise science journalism: we must shape how this is done. **Journal of Science Communication**, 17(1), 1-7, 2018.
-Beckett, C. New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. Polis, London School of Economics and Political Science, 2019. Https://Blogs. Lse. Ac. Uk/Polis/2019/11/18/New-Powers-New-Responsibilities.
-Bronwyn, J., & & Rhianne, J. Public Service Chatbots: Automating Conversation with BBC News, **Digital Journalism**, 7(8), 1032-1053, 2019.
-Waddell, T. Franklin. Can an algorithm reduce the perceived bias of news? Testing the effect of machine attribution on news readers' evaluations of bias, anthropomorphism, and credibility. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 96(1), 82-100, 2019.
-Mütterlein, J., Kunz, R. E., & Baier, D. Effects of lead-usership on the acceptance of media innovations: A mobile augmented reality case. **Technological Forecasting and Social Change**, 145, 113-124, 2019.
-Atia, B. (2019). "madaa taqabul al'iielamiyyn liaistikhdam tutbyqat aldhaka' alaistinaeii fi majal al'iielami. dirasat aistitlaeiyt ealaa eaynat min alqayimiyn bialaitisal fi 'iitar namudhaj taqbal altiknulujya". almutamar aleilmiu alduwaliu alkhamis waleishruna, kaliyt al'iielami, jamieat alqaهra "sinaeat al'iielam fi zili alfuras waltahaduyat altiknuluijyt walaistithmaryti".
-Wu, S., Tandoc Jr, E. C., & Salmon, C. T. Journalism reconfigured: Assessing human–machine relations and the autonomous power of automation in news production. **Journalism studies**, 20(10), 1440-1457, 2019.
-Musaa, R. (2020). wa'ahmad eadil eabd alfataahu, "aitijahat alsahafiiyn walqiadat nahw tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii dakhil ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsahufiat almisriati". almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, mij19, ea1, 2020, s s 66-1.
-Mansur, A. (2021). "mustaqbal alsahafat almisriat fi zili tiqniaat aldhaka' alaistinaeii khilal aleaqd min (2021- 2030) ", majalat albuhuth al'iielamiati, jamieat al'azhar, kuliyat al'iielam, ea53, aljuz' althaalithi, 2021, s s 120-47.
-Aabd aleaziz, E. (2021). "mustaqbal aistikhdam tatbiqat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat al'iielamiat wadawriha fi tatwir almuhtawaa al'iikhbari". almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, mij77, ea72, 2021, s s 647 - 603.
-Abd allatifi, M. (2021)."tabni almuasasat alsahufiat almisriat taknulujia aldhaka' alaistinaeii fi 'iintaj watahrir al'akhbar walmawdueat alsahufiati". almajalat

almisriat libuhuth alraay aleami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, mij20, ea3, 2021, s s 68-1.

-Aldaaghar, M. (2021). "aitijahat alnukhbat nahw tawzif al'iielam al'amnii litatbiqat aldhaka' alaistinaeii fi mukafahat aljarayim al'iiliktruniat waineikasatih ealaa daem wataeziz al'amn alsiybiranii fi masra: dirasat maydaniatan". almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, kuliyat al'iielami, jamieat al'ahram alkanadiati, ea33, 2021, s s .110-4

-Diab, M. (2021). "althaqafat alruwbutia (almudhie alrrwbutu) fi alqanawat al'iikhbariat walmustaqbal alwazifi lilqayim balattisal". almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, ea77, 2021, s s .1442-1403

-Naoaín, A. S. Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. **Communication & Society**, 35(3), 105-121, 2022.

-Moran, R. E., & Shaikh, S. J. Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. **Digital Journalism**, 1-19, 2022.

-Azmi, A. (2021). "aitijah darsi al'iielam fi saeid misr nahw aistikhdam tiqniaat aldhaka' alaistinaeii bialeamal al'iielamii". majalat albuhuth al'iielamiati, jamieat al'azhar, kuliyat al'iielam, mij59, ea4, 2021, s s .2246-2183

-Albuhayri, S. (2022). "atijahat alsahafiiyn almisriiyn nahw astikhdam tatbiq sahafat aldhaka' aliaistinaeii (Robot Journalism) fi 'iintaj almuhtawaa alsuhufii bialsuhuf almisriati". almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, ea24, s s 158-129.

-Abd alraaziq, M. (2022). "tiqniaat aldhaka' aliaistinaeii fi al'iielami.. alwaqie waltatawurat almustaqbaliatu". almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, ea18, aljuz' al'awwli, 2022, s s 74-1.

-Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H. B. Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. **Journalism**, 19(5), 595-610, 2018.

-Wang, W., & Siau, K. Ethical and Moral Issues with AI: A Case Study on Healthcare Robots. *Twenty-fourth Americas Conference on Information Systems*, 2018. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/325934375 [Accessed: 18th January 2022].

-Alsarayrt, M. (2018). washuruq tumar, "sinaeat sahafat alruwbut watahadiyatuha almihniat wal'akhlaqiatu". markaz aljazirat lildirasati, 4 sibtambar, 2018, 18-1.

-Beckett, C. New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence. Polis, London School of Economics and Political Science, 2019. Https://Blogs. Lse. Ac. Uk/Polis/2019/11/18/New-Powers-New-Responsibilities

-Diakopoulos, N. Towards a design orientation on algorithms and automation in news production. **Digital Journalism**, 7(8), 1180-1184, 2019.

-Lewis, S. C., Sanders, A. K., & Carmody, C. Libel by algorithm? Automated journalism and the threat of legal liability. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 96(1), 60-81, 2019.
-Milosavljević, M., & Vobič, I. Human still in the loop: Editors reconsider the ideals of professional journalism through automation. **Digital Journalism**, 7(8), 1098-1116, 2019.
-Monti, M. Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field, 2019. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3318460 [Accessed: 19th February 2022].
-Felzmann, H., Villaronga, E. F., Lutz, C., & Tamò-Larrieux, A. Transparency you can trust: Transparency requirements for artificial intelligence between legal norms and contextual concerns. **Big Data & Society**, 6(1), 2053951719860542, 2019.
-Leavy, S. Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning, *Conference on Artificial Intelligence*, University College Dublin, Ireland, 2020.
-Leiser, M.R. Bias, journalistic endeavours, and the risks of artificial intelligence. In *Artificial Intelligence and the Media* (pp. 8-32). Edward Elgar Publishing, 2022.
-Javier Díaz, N. Artificial Intelligence Systems-Aided News and Copyright: Assessing Legal Implications for Journalism Practices. **Future Internet**, 12(5), 1–10, 2020.
-Ouchchy L, Coin A, Dubljevic V. Artificial Intelligence in the Headlines Portraying the Ethical Issues of Manual Actions Intelligence in the media. **AI & Society**, 35(4), 927–936, 2020.
-Díaz-Campo, J., & Chaparro-Domínguez, M. Á. Computational journalism and ethics: An analysis of deontological codes of Latin American. ICONO 14, **Revista de comunicación y tecnologías emergentes**, 18(1), 10-31, 2020.
-Darar, K. (2019). "'akhlaqiaat aldhaka' aliaistinaeii walruwbut: dirasat tahliliatun". almajalat alduwaliat lieulum almaktabat walmaelumati, aljameiat almisriat lilmaktabat walmaelumat wal'arshif, mj6, ea3, 2019, s s 237-271.
-Ramadan, A. (2021). "tabni sahafat aldhaka' alaistinaeii dakhil ghuraf al'akhbar fi almuasasat alsahufiat wadawriha fi tatwir biyat aleamal alsahafii. almajalat alduwaliat lil'iielam walaitisal aljamahiri, qism al'iielam walealaqat aleamat bialjamieat alkhalijiati, mamlakat albahrayn, muj3, ea2, s s 182-153.
-Saqr, G. (2021). "tathir albiyat alraqamiat waldhaka' alaistinaeii ealaa alsahafat al'iiliktruniat fi masra: muqarabat nazariati". almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, kuliyat al'iielami, jamieat al'ahram alkanadiati, ea35, 2021, s s 396-368.
-Shields, R. *What the media industry really thinks about the impact of AI*. Drum, 2018.

-Salazar, I. Robots and Artificial Intelligence. New challenges of journalism. **Doxa Comunicación**, (27), 295-315, 2018.

-The Reuters Institute digital news. Global Survey on Journalism and Media Futures .An annual global survey by the Futures Today Institute about how those working in news think about the Futures, 2018. https://futuretodayinstitute.com/global-survey-on-journalisms-futures/

-Latar, NL. Robot Journalism: Can Human Journalism Survive? World Scientific Publishing Company, 2018.

-Túñez-López, M., Toural-Bran, C., & Valdiviezo-Abad, C. Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial. **Revista Latina de Comunicación Social**, 74, 1411–1433, 2019.

-Upadhyay, A.K. , & Khandelwal, K. Artificial intelligence-based training learning from application. **Development and Learning in Organizations**, 33(2), 20-23, 2019.

-Lewis, S., Guzman, A., Schmidt, T. Automation, journalism, and human–machine communication. **Op, Cit**, 409–427, 2019.

-Tusa, F., & Tejedor, S. Artificial Intelligence in Journalism: the case of avatars and robotic presenters. A study from perception of journalist. **Journal, RISTIU**, E20, 267–279, 2019.

-Torrijos J. L. R. Automated sports coverages. Case study of bot released by The Washington Post during Río 2016 and Pyeongchang 2018 Olympics. **Op, Cit,** 1729 - 1747, 2019.

-Jamil, Sadia, & Gifty Appiah-Adeji. Journalism in the Era of Mobile Technology: The Changing Pattern of News Production and the Thriving Culture of Fake News in Pakistan and Ghana**. World of Media Journal of Russian Media and Journalism Studies**, 1(3), 42–64, 2019.

-Lindén, C.-G., & Tuulonen, H. *News automation—A WAN-IFRA guide to the field*. WAN-IFRA, 2019.

-Diakopoulous, N. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press, 2019.

-Dierickx, L. Information automatisée et nouveaux acteurs des processus journalistiques. Sur le journalisme, about journalism, Sobre jornalismo, 8(2), 2019. http://www.surlejournal-isme.com/rev

-Macroni, F. *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. Columbia University Press, 2020.

-Schapals, A. K., & Porlezza, C. Assistance or resistance? Evaluating the intersection of automated journalism and journalistic role conceptions. **Media and Communication**, 8(3), 16–26, 2020.

-Saad, S., & Issa, T. A. Integration or replacement: Journalism in the era of artificial intelligence and robot journalism. **International Journal of Media Journalism and Mass Communications**, 6(3), 1–13, 2020.

-Fletcher, R., Schifferes, S., & Thurman, N. Building the ‘Truthmeter’: Training algorithms to help journalists assess the credibility of social media sources. Convergence, 26(1), 19–34, 2020.
-Moravec, V., Macková, V., Sido, J., & Ekštein, K. The robotic reporter in the Czech news agency: automated journalism and augmentation in the newsroom. **Op**, **Cit**, 11(1), 2020.
-Tejedor, S., & Vila, P. Exo journalism: a conceptual approach to a hybrid formula between journalism and artificial intelligence. **Journalism and Media**, 2(4), 830-840, 2021.
-Aabd aleaziz, N. (2021). "dawr aldirama al'ajnabiat walearabiat fi tashkyl 'iidrak aljumhur almisrii liwaqie tatbiqat aldhaka' alaistinaeii". almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielami, mij77, aljuz' althaalitha, ea77, 2021, s s 1473-1524.
-Aldiybi, T. (2021). "sihafat aldhaka' aliaistinaeii: hal tuadiy 'iilaa anqirad alsahafiiyna". majalat aldawhati, wazarat althaqafat walfunun waltarathi, ea165, yulyu, 2021, s s 37-35.
-Aleasi, A. (2021). "taqyim khubara' al'iielam lil'abead al'akhlaqiat walmihniat lildhaka' alaistinaeii fi al'iielam alraqmii: dirasat maydaniatun". risalat majistir fi alsahafati- aljamieat al'iislamiati- filastin,2021.
-Ghali, N. (2021). "tawzif altiknulujia alraqamiat fi almumarasat almihniat biwasayil al'iielam al'iiqlimiat waitijahat alqayim bialaitisal biha". majalat albuhuth alaelamiati, jamieat al'azhar, kuliyat al'iielam, mij59, ea4, s s 1733-1784.
-Sun, M., Hu, W., & Wu, Y. Public Perceptions and Attitudes towards the Application of Artificial Intelligence in Journalism: From a China-based Survey, **Journalism Practice**, 1-23, 2022.
-De-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. **Journalism and Media**, 3(1), 13-26, 2021.
-Grimme, M. V. Managerial Challenges of Algorithmic Journalism and Journalistic Functions: an Analytical Framework. In *Tagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft" Internet-Intermediäre und virtuelle Plattformen medienökonomisch betrachtet*" (pp. 29-42). DEU, 2022.
-Aldulu, J. (2022). wakhrun, "aitijahat khubara' al'iielam nahw tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi alsahafat alfilastiniati: dirasat maydaniati". majalat alrisalat lildirasat walbuhuth al'iinsaniati, jamieat alearabii altabsi tabisata-mukhbar aldirasat al'iinsaniat wal'adabiati, muj7, ea3, s s 53 - 90.
165.- Badui, M. (2022). "ruyat alqayimayn bialaitisal liaistikhdam sahafat aldurun fi almuasasat alsahufiat almisriat waitijahatihim nahwuha". almajalat almisriat libuhuth al'iielami, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielam, ea80, aljuz' al'awali, 2022, s s 659- 721.
-Abdulmajeed, M., Fahmy, N. (2023). Meta-analysis of AI Research in Journalism: Challenges, Opportunities and Future Research Agenda for Arab Journalism.

In: Musleh Al-Sartawi, A.M.A., Razzaque, A., Kamal, M.M. (eds) From the Internet of Things to the Internet of Ideas: The Role of Artificial Intelligence. EAMMIS 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 557. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17746-0_18

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

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

Vice Dean, 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: Lecturer 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 : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, 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 65 April 2023 - part 2

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.