مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

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

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

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ عرفه عامر- الأستاذ بقسم الإذاعة 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: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

سكرتيرو التحرير: د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - 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 الثامن والخمسون - الجزء الثالث- ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ 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 عبدالحميد، 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/ محمود عبدالعاطي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة الأزهر.

١١. 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

- اعتماد الشباب الجامعي على الإذاعات الرقمية وعلاقته بإدراك القيم الاجتماعية — أ.م.د. ولاء إبراهيم عقاد — ١١١٩
- الاتجاهات الحديثة في بحوث معالجة شؤون المرأة في الصحافة المطبوعة- دراسة تحليلية — أ.م. د. شيرين سلامة السعيد الدسوقي — ١١٨١
- اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية نحو المعرفة والمهارة والكفاءة المهنية — د. بندر عويض الجعيد، د. يوسف عثمان يوسف — ١٢٢٩
- تحليل الخطاب الإعلامي لمواقع القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية حول العنف ضد المرأة بدول الشرق الأوسط — د. محمد عبد العزيز سيد طه عصيدة — ١٢٨٥
- تعرض المرأة لبرامجها التليفزيونية وعلاقته بإدراك نوعها الاجتماعي: في إطار نموذج التحليل الثقافي — د. محمود سلمي حسن — ١٣٣٧
- مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠)- دراسة استشرافية — د. أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور — ١٣٩٧
- سمات خطاب تعليقات القرَّاء في صفحات الصحف الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن اللقاح المضاد لفيروس كورونا «بالتطبيق على الصفحة الرسمية لموقع اليوم السابع على شبكة فيسبوك» — د. نجوى إبراهيم سيد إبراهيم — ١٤٥٩

- معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التطبيع مع إسرائيل «دراسة تحليلية» د. إيمان سيد علي عبد المطلب ١٥١٩

- أثر برنامج قائم على استراتيجية التعلم الإلكتروني المدمج لإنتاج وتصميم مواد إعلامية مدرسية إذاعية على إكساب بعض المهارات الأدائية الإذاعية لدى طلاب المرحلة الإعدادية ١٥٦٧
  د/ رشا محمد عاطف الشيخ

- اتجاهات جمهور محافظة شمال سيناء نحو وسائل الإعلام التقليدية والرقمية المحلية في مواجهة الفكر المتطرف: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال والجمهور داليا علاء محمد إبراهيم ١٦٢٣

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يوليو 2020)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	7	1110-0207	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	5	2536-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى	3.5	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	5.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.5	1110-5844	

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يوليو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعاده تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا علي كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- يتم إعاده تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يوليو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

حقوق الملكية الفكرية © 2020 محفوظة لوحده نظم المعلومات الادارية ودعم اتخاذ القرار بمركز الخدمات الالكترونية والمعرفية -المجلس الأعلى للجامعات

مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من 2021 حتى 2030)- دراسة استشرافية

The future of Egyptian journalism in light of artificial intelligence journalism techniques over the next decade, from 2021 to 2030, a forward looking study

د. أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور

مدرس الصحافة بكلية الإعلام وفنون الاتصال -جامعة ٦ أكتوبر

Email:Pressahmed0@gmail.com

ملخص الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في الكشف عن مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (2021-2030)، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على السيناريوهات المتوقعة لمستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدخل نظم المعلومات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأداتي الاستبيان، والمقابلات المتعمقة، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها «50» صحفيًا من الصحفيين والقيادات العاملين بالمؤسسات المصرية «عينة الدراسة»، بجانب إجراء مقابلات إلكترونية لعينة من القيادات الصحفية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى صياغة السيناريوهات المستقبلية للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (2021-2030)، وهي: السيناريو التفاؤلي، والسيناريو المرجعي، والسيناريو التشاؤمي، وأن دوافع استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في الصحف في المستقبل لمواجهة انخفاض قارئية الصحف، ورفع كفاءة العمل الصحفي للصحفيين، ومحاولة زيادة أرباح المؤسسات الصحفية، وتحقيق ترتيب متقدم بين الصحف والوسائل الإعلامية المنافسة.

كما أوصت الدراسة بضرورة الاستفادة بخطوات التصميم المستقبلي لصحافة الذكاء الاصطناعي، وإدراجها في مقررات كليات وأقسام الإعلام المصرية؛ لما لها تأثير إيجابي على مستقبل الصحافة ورفع كفاءة المحررين الصحفيين للصحف، وتشجيعهم على توسيع دائرة مهاراتهم، وحضور دورات تدريبية خاصة عن الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية: مستقبل –الصحافة –الذكاء الاصطناعي

Abstract

The study aimed to achieve the main goal represented in revealing the future of the Egyptian press in light of artificial intelligence techniques during the next decade (2021-2030). The study was based on building its variables and interpreting its results on the expected scenarios for the future of the Egyptian press in light of artificial intelligence techniques and the entrance to information systems. In this descriptive study, the researcher used questionnaires and in-depth interviews on a sample of fifty journalists and editors from across the Egyptian journalistic institutions. “the study sample” besides conducting electronic interviews for a sample of journalistic leaders.

The results of the study reached the formulation of future scenarios for journalism in light of artificial intelligence techniques during the next decade (2021-2030), which are the optimistic scenario, the reference scenario, and the pessimistic scenario, and that the motives for using artificial intelligence journalism in newspapers in the future face the decline of newspaper readers, raising work efficiency. A journalist for journalists, trying to increase the profits of press institutions, achieving an advanced ranking between newspapers and competing media outlets.

The study also recommended the need to take advantage of the steps of the future design of artificial intelligence journalism and to include it in the curricula of Egyptian media colleges and departments because it has a positive impact on the future of journalism, raise the efficiency of newspaper editors and encourage them to expand their skill circle and attend special training courses on artificial intelligence.

Keywords: The future, journalism, artificial intelligence

مقدمة:

تزايد الحديث في السنوات الأخيرة حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام، وظهرت بقوة مصطلحات مثل: صحافة الذكاء الاصطناعي "Journalism Artificial Intelligence"، التي تعرف اختصارًا بـ " AI Journalism"، صحافة الذكاء الاصطناعي يمكن وصفها بثورة الإعلام الجديد، التي تعدٌ متوافقة تمامًا مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة؛ تلك التقنيات التي ينتشر استخداماتها في معظم جوانب حياتنا، والصحافة ووسائل الإعلام من ضمنها بالتأكيد، لذا؛ ظهر ما يعرف باسم "صحافة الروبوت Rob journalism "، التي تعتمد على الروبوت في تأدية بعض المهام الإعلامية كالتصوير واكتشاف بعض الأخبار الزائفة.

ولم تعد الصحافة بمعزل عن التقنية؛ إذ باتت تؤثر في كل مكوناتها التفصيلية، فهناك دراسات ما زالت في بداياتها تدرس حقبة جديدة من الاتجاهات الصحفية لما بعد "صحافة الذكاء الاصطناعي" تُعرف بـ "صحافة الجيل السابع"، أو "G7 Journalism".

إن مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي يعتمد على كيفية استخدام تقنيات الثورة الصناعية الرابعة في الإعلام، وكيفية دمجها وإعادة هيكلها في وظائف إعلامية جديدة، ومبتكرة، تعتمد اعتمادًا جزئيًا أو كليًا على تقنيات جيدة مثل: الذكاء الاصطناعي، والبلوك تشين، وتحليل البيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء، إلى جانب الطباعة ثلاثية الأبعاد والروبوتات.

ومن البديهي والمعروف أن العمل في الصحافة والإعلام يحتاج إلى الابتكار والإبداع؛ لكن الأمر لم يعد كذلك كثيرًا؛ إذ إن هناك العديد من الأدوار التي يؤديها صحفيون الآن بعيدة تمامًا عن الابتكار أو الإبداع، كبعض أنواع الكتابة أو مراجعة النصوص، أو حتى قراءة نشرات الأخبار، كلها أدوار من السهل أن يقوم بها "الروبوت" دون التدخل البشري.

لقد أظهر الذكاء الاصطناعي إمكانية هائلة في التخلص من الكثير من العمل الشاق في مجال الصحافة، لا سيما عملية جمع البيانات للعثور على مقترحات لقصص شيقة،

وتفريغ التسجيلات؛ بل إنه أيضًا بات يؤدي دورًا في كتابة نمط محدد وقصير من الأخبار، ولكن عندما يتعلق الأمر بالعمل الذي يجعل مؤسسة إخبارية مميزة حقًّا، كالتقارير المتعمقة، والتحليل والتعليق السياسي، وأعمدة الرأي، سيظل الصحفيون جزءًا أساسيًّا من هذه المعادلة في المستقبل، كما أن الصحفيين يتمتعون بالإلمام بالأبعاد الثقافية والسياسية والمجتمعية، وهو أمر لا يتوافر لدى أنظمة الذكاء الاصطناعي، ولعل ذلك الجانب متطلب أساسي في أداء مهام الصحافة و ووظائفها، ودورها في المجتمع، خاصة ما يتعلق بالإسهام في تثقيف الرأي العام وتشكيله وتقديم محتوى يعمل على شرح الأحداث وتفسيرها وتحليلها.

مشكلة الدراسة:

رغم أن الإعلام الآن يشهد ثورة معلوماتية وتكنولوجية هائلة تعتمد على البيانات الضخمة Data Big، وتعلم الآلة arming Machine؛ إلا أننا بصدد محدودية الدراسات التي أجريت على تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة، حيث إن هذا المجال البحثي الجديد يشوبه كثير من الغموض، وهو ما أكده تقرير صادر عن مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة بدولة الإمارات العربية عن تذيل الدول العربية الترتيب من حيث جاهزية التكنولوجية، ودرجة الوعي بمتطلبات تلك الثورة التقنية، ووجود خبراء يتفاعلون ويناقشون مع بقية مستخدمي الإنترنت، كما رصد انقسامًا بين الخبراء حول الذكاء الاصطناعي؛ فمنهم من يرى أنه يهدد مستقبل الوظائف البشرية في النواحي الإدارية والتقنية ومجال الأعمال، وبالتحديد في مجال الإعلام وغرف الأخبار، ومنهم من يرى أنه للصالح العام وسيساعد بيئة الاتصال، وبذلك تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي: **ما مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم في الفترة من 2021 حتى 2030؟**

أهمية الدراسة:

- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الدور الذي تقوم به تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث إنها تسهم في رسم مستقبل معالجة مشكلات هذه التقنيات، ويمكن توظيفها في تزويد الجماهير وجهات اتخاذ القرار بالمعلومات.
- أهمية الدراسة المستقبلية لاستشراف مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي في مصر، في ظل التغيرات التكنولوجية التي تشهدها المؤسسات الصحفية، حيث يمكن الاستفادة من رؤية الصحفيين في وضع تصورات وحلول

ممكنة لتبني هذه التقنيات في الصحافة والاستفادة بأكبر قدر ممكن منها في المجال الإعلامي والصحفي، إضافة إلى تقديم تصور مقترح يحدد سبل الأطراف الفاعلة من الطبيعة المبتكرة لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

- تهتم الدراسة بالاستفادة من رؤية الصحفيين في تصورات عن مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي عن طريق التبوء، والتهيؤ لهذه التقنيات؛ الأمر الذي يؤدي إلى الاستعداد للتعامل مع هذه التقنيات.
- ندرة الدراسات الإعلامية المصرية التي تناولت مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، بالرغم من اتجاه بعض المؤسسات الصحفية للاستفادة من هذه التقنيات في تطوير العمل الصحفي واستعانتها بالذكاء الاصطناعي في عملها الصحفي وممارساتها اليومية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في التنبؤ والكشف عن مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم من 2021 حتى 2030، **وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية منها ما يلي:**

- الكشف عن تقييم الصحفيين في الصحف– مجتمع البحث- لوضع الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية في الوضع الراهن.
- الكشف عن رؤية الصحفيين لنقاط القوة والضعف في الصحف لتبني هذه التقنيات.
- تحديد أهم المشكلات التي تواجه الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الكشف عن تصورات الخبراء للسيناريوهات المستقبلية في مصر خلال العقد القادم2021-2030.
- وضع إستراتيجية تساعد على نمو الصحافة المصرية وازدهارها في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- محاولة تقديم تصور حول مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال التعرف على رؤى الصحفيين وتوقعاتهم واتجاهاتهم نحو مستقبل الصحافة في ظل هذه التقنيات ومسارات هذا المستقبل.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين، هما:

- **المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها بشكل عام في الصحافة:**

هناك العديد من الدراسات التي تناولت استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في مجال الصحافة، ومن أبرز الأمثلة على ذلك:

دراسة هند يحيي عبد المعطي (2021)[1]، التي هدفت إلى بحث إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين أثناء الأزمات والكوارث، وإرسال أخبار الكوارث والأزمات للقرّاء فورية باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية والاستشرافية، وتمثل مجتمع الدراسة في المختصين بمجال الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الباحثة أداة المقابلة المتعمقة.

وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن للصحفي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات من خلال تعلم الآلة، ومن أهم إيجابيات استخدام الصحفي تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الأزمات والكوارث بالمؤسسات الصحفية: تأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن صعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جدًا قبل حدوث أي خطر في أي مكان.

وسعت دراسة عيسى عبد الباقي موسى وأحمد عادل عبد الفتاح (2020) [2] إلى تحقيق هدفٍ رئيس يتمثل في: الرصد الكمي والتفسير الكيفي لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، واستندت الدراسة إلى نظرية نشر الأفكار المستحدثة، ونموذج قبول التكنولوجيا، كما وظفت منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداتي الاستبيان، والمقابلة المتعمقة، على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين المصريين، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة 88٪ من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم؛ إلا أنهم أشاروا في الوقت نفسه إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، بجانب عدم توافر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه التقنية.

واستهدفت دراسة عمرو عبد الحميد (2020)[3] رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصداقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، وأشارت النتائج إلى أن أبرز المجالات التي نجحت في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي هي: "الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي 4,03، يليه "التعامل مع البيانات الضخمة" بمتوسط حسابي 4.01، ثم خاصية "التعرف على وجود الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي3.99.

في حين ربطت دراسة Swth C, Lewis, Andrea L, Guzman (2020) [4] بين الذكاء الاصطناعي وتفاعلات الجمهور معه، عبر تطوير نماذج نظرية للاتصال والتكنولوجيا الناشئة لإيجاد صيغة توافقية للعلاقة بين الإنسان والآلة من خلال ثلاثة جوانب رئيسية لتقنيات الذكاء الاصطناعي تشمل: 1- الأبعاد الوظيفية التي يفهم الجمهور من خلالها هذه الأجهزة والتطبيقات. 2- الديناميكيات التي تربط الجمهور من خلال هذه التقنيات، وحدود العلاقة بين الجمهور وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي سواء بين الفرد ذاته أو بين الفرد والآخرين. 3- الآثار الميتافزيقية التي تخفي الحدود بين الإنسان، والآلة، والاتصال.

واستهدفت دراسة Vacla, Moravec et al(2020) [5] توصيف تطبيق الخوارزميات بوكالة الأنباء التشيكية CTK وتحويل ملفات البيانات الكبيرة إلى نصوص إخبارية بالاعتماد على إنتاج تقارير حول نتائج التداول في بورصة براغ الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري لوكالة الأنباء التشيكية خلال عام 2019م.

وأشارت النتائج إلى أن الوضع المالي في غرف الأخبار التشيكية يشير إلى حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بالصحافة التشيكية لمواصلة مهمتها، ورغم كل ذلك فإن الصحفيين يتوقعون أن أدوارهم ستظل مهمة، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على نحو أفضل.

وتناولت دراسة Jeannette Paschen (2020) [6] كيف يمكن أن يكون للذكاء الاصطناعي القدرة على تحليل كميات هائلة من البيانات غير المنظمة، وكيف له أن يساعدنا على التمييز بين محتوى الأخبار المزيفة والحقيقية، باستخدام تطبيق AI، وأشارت النتائج إلى أن العناوين فارق قوي في العواطف بين الأخبار المزيفة والحقيقية،

وأن عناوين الأخبار المزيفة أكثر سلبية بكثير من عناوين الأخبار الحقيقية، وأن المحتوى النصي للأخبار المزيفة أعلى بكثير في عرض عواطف سلبية محددة، مثل الاشمئزاز والغضب، وأقل في إظهار العواطف الإيجابية، مثل الفرح.

واهتمت دراسة أيمن بريك (2020)[7] برصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، حيث جاء مستوى هذه التقنيات بشكل منخفض بنسبة 34.2٪، يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 33.6٪، وأخيرًا بشكل مرتفع بنسبة 5.6٪، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية التي يعملون بها تبعًا للدولة التي تنتمي لها المؤسسة.

وتشير دراسة Sylvia M, Chan –Olmsted (2019)[8] إلى تزايد اعتماد الشركات العاملة في قطاع الإعلام على أدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام في توصيات محتوى الجمهور واكتشافه، وإشراكه عبر الواقع المعزز، وتحسين الرسائل، وإدارة المحتوى وإنشائه، وإحصاءات مشاركة الجمهور، والأتمتة التشغيلية؛ لكنها تواجه تحديات كبيرة على صعيد التوازن بين الفعالية والكفاءة، والعنصر البشري والذكاء الاصطناعي.

واستهدفت دراسة Waled Alli&Mohamed Hassoun (2019)[9] وصف الوضع الراهن للتكنولوجيا ودورها في تجديد الصحافة وتحديثها، والوقوف على الآثار المحتملة على مستقبل الصحفيين جرَّاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطورًا كبيرًا في بيئة العمل الصحفي في العصر الرقمي، خاصة في ظل قدرتها على التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقًا لسياسة التحرير، وكذلك تخصيص المحتوى.

وتدور دراسة B.T,Series (2019)[10] حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بالإذاعة والتليفزيون التي أثَّرت على زيادة الإنتاجية والكفاءة والفرص الإبداعية، ونقل المعلومات إلى المشاهدين بسرعة ودقة تلقائية، وتحسين سير العمل، وإنشاء المحتوى الآلي وربطه بالأرشيف، وذلك بالتطبيق على قناتي BBC,NHK1 ، التي اعتمدت على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج فيديوهات ترويجية للبرامج عبر خاصية Automated video digest، إلى جانب تصوير اللقطات الحية عبر كاميرات الدوران، والمصور الآلي داخل الأستوديو، واستخدام خاصية البحث التلقائي في كميات

هائلة من المعلومات المتنوعة لتحديد الموضوعات أو الاتجاهات الأكثر صلة لعرضها على المنتجين والمشاهدين اللاحقين، وتطوير تقنيات تحليل الصور لتحديد الشخصيات داخل البرامج التليفزيونية، كما استخدم التليفزيون الياباني مذيع الذكاء الاصطناعي عبر جودة الصوت وخوارزميات التعليم الآلي.

فيما سعت دراسة Jonathan Stray (2019)[11] إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الاستقصائية، وذلك من خلال التعرف على تقارير الصحافة الاستقصائية التي تمت باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأنواع مشكلات الصحافة الاستقصائية التي يمكن حلها بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي على المدى القريب، وتوصلت الدراسة إلى أنه لم تستخدم سوى عدد قليل من قصص التحقيق أساليب الذكاء الاصطناعي بطرق ضعيفة نسبيًا، وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تسهم في مهام إعداد البيانات، مثل استخراج البيانات من وثائق متنوعة وربط سجل قاعدة البيانات الاحتمالية.

واستهدفت دراسة بسنت عطية (2019)[12] التعرف على مدى تقبل القائمين بالاتصال في مصر لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام والنية السلوكية ومجموعة من المتغيرات الأخرى والسمات الديموغرافية، مثل النوع والسن ومستوى الدخل، بالاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا.

وأشارت دراسة Shields (2018)[13]، التي طبقت على 1000 صحفي، إلى أن 80٪ من الممارسين الإعلاميين يرون أن الذكاء الاصطناعي ستكون له آثار كبيرة على صناعة الإعلام، بينما يعتقد 62٪ أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستحسن من اتخاذ القرار، وأشار 47٪ أنها ستحسن من إنتاجية وسائل الإعلام، ومع ذلك شعر ثلث المستجيبين للدراسة أيضًا بعدم الثقة تمامًا في فهمهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وكيف يمكن تطبيقها في عملهم، وشعر 45٪ أن الذكاء الاصطناعي سيكون له تأثير سلبي على عملهم أو قدراتهم الوظيفية.

بينما رصدت دراسة Raconteur(2018)[14] استجابة المؤسسات الإعلامية بشكل أسرع لتوقعات الجمهور بالاعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتخفيف حجم العمل والتفاعل بين المحتوى والجمهور والعمليات بشكل أسرع وأفضل، حيث كانت أكثر الطرق شيوعًا في وسائل الإعلام الإخبارية، استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين

توصيات المحتوى بنسبة 59٪، ثم الاعتماد على الآلة والتحول الرقمي في سير العمل بنسبة 39٪، وتحسين أساليب الدعاية والتسويق عبر الإعلانات بنسبة 39٪.

وحاولت دراسة Yair Galily (2018)[15] الإجابة عن تساؤل مهم هو: ما إذا كان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الرياضية وإدخال المحتوى المنتج تلقائيًا هو مجرد مرحلة تطورية أخرى في مجال الصحافة الرياضية، أم أنها ستؤدي إلى ثورة يمكن تعريفها حرفيًا على أنها تغيير شامل، سواء فيما يتعلق بالإنتاج والاستهلاك؟ وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من شأنها أن تسهم في أتمتة المحتوى الرياضي وصياغة التنبؤات المستقبلية؛ إلا أنها لا تزال غير قادرة على تكرار الاستنباط الجماعي، أو العام أو الإبداع أو الحكم الإنساني، وأنه من المرجع أن تظل المهن التي تتطلب مهارة يدوية مطلوبة على المدى القريب.

واستهدفت دراسة Elizabeth Blankespoor,et al (2018) [16] استكشاف تأثيرات النشر الإعلامي باستخدام صحافة الروبوت في سوق رأس المال، وذلك بالتطبيق على تجربة وكالة أسوشيتد برس بالاعتماد على الخوارزميات لكتابة مقالات عن إعلانات أرباح الشركات، وقد استخدمت الدراسة تطبيق AP المتدرج للصحافة الآلية لفحص آثار كتابة الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي ونشرها بسوق المال، بالتطبيق على عينة من 2268 شركة لديها تغطية إعلامية سابقة لنشاطاتها من خلال المحررين الصحفيين، وتوصلت الدراسة إلى وجود أدلة واضحة على المقالات الآلية التي أنتجتها صحافة الروبوت، حيث زادت من حجم التداول والسيولة وكفاءة السوق للشركات.

كما استهدفت دراسة Andry (2018) [17] البحث في الذكاء الاصطناعي والابتكار، حيث افترضت أن الروبوت سيحل محل الصحفيين، وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى تزايد مهارات وكفاءات ما يسمي بالـ Robot-journalists باستمرار، وأضافت أن القراء في بعض الأحيان لا يمكنهم التفريق بين الأخبار التي كتبتها الروبوتات أو تلك التي كتبها الصحفيون.

فيما استهدفت دراسة Idoia Salaza (2018)[18] التعرف على التأثير الاجتماعي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والروبوتات في جميع المجالات، خاصة الصحافة، وتوصلت الدراسة إلى أن مستقبل العمل الصحفي سيقوم على أساس التعاون المباشر بين الإنسان والروبوتات، وهو ما يحتم على الصحفي أن يعيد التكيف مع هذا الواقع الجديد.

وتوصلت دراسة Newman(2018) [19] إلى أنه يمكن الجمع بين الصحافة الآلية والأجهزة المبتكرة ذات التقنية العالية، مثل الواقع المعزز والواقع الافتراضي، ففي الماضي،

كان الصحفيون يستخدمون عادة وجهة نظر الشخص الثالث لوصف الحقائق وضمان الموضوعية في المستقبل، أما في الوقت الحالي، فمن المتوقع أن يجلب دمج تقنية الواقع الافتراضي تجارب تفاعلية المشاركة في الحدث.

واستهدفت دراسة Mark Hansen (2017)[20] التعرف على كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وكيف يمكن تكييفها بشكل أفضل مع مجال الصحافة؟ وقد توصلت الدراسة إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساعد الصحفيين في سرد أنواع جديدة من القصص التي كانت في السابق غير عملية أو بعيدة تقنيًا عن متناول اليد، فبينما تعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي على تغيير مهنة الصحافة؛ إلا أنها لم تستخدم تلك التقنيات بشكل صحيح، وأن هناك فجوة في المعرفة، وفجوة في التواصل بين التقنيين الذين يصممون الذكاء الاصطناعي والصحفيين الذين يستخدمونه، مما قد يؤدي إلى نتائج سلبية.

وهدفت دراسة Andreas Graefe (2016) [21] إلى البحث في كيفية تفاعل البشر مع المحتوى المصنع بواسطة تطبيق البرمجيات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن النص المكتوب من خلال الآلة يُنظر إليه على أنه أكثر مصداقية من النص الذي يكتبه الإنسان، في حين يتلقى القارئ النص المكتوب بواسطة الإنسان بمزيد من المتعة عن النص الذي يتم إنشاؤه بواسطة الآلة.

فيما سعت دراسة Andrey (2016) [22] إلى المقارنة بين اللغة التي يكتبها الروبوت، واللغة التي يكتبها الصحفيون من وجهة نظر المستخدمين، حيث بينت نتائجها أن اللغة التي يستعملها الروبوت تعد لغة جافة؛ فالروبوت مجبر على استخدام أكثر الكلمات ملاءمة وأكثرها تقليدية وتكرارً؛ الأمر الذي يقود إلى ضعف أسلوبه في عرض الأخبار، كما أن المفردات التي يستخدما الروبوت تكون محدودة بالتخصص الذي تدور القصة الإخبارية حوله.

فيما جاءت دراسة Meredith Broussard (2014)[23] حول الذكاء الاصطناعي للتقارير الاستقصائية باستخدام نظام خبير في تعزيز قدرة الصحفيين على اكتشاف قصص شؤون الجمهور الأصلي، حيث تصف هذه الدراسة نظام برمجيات قائم على الذكاء الاصطناعي يزيد من قدرة مراسلي الشؤون العامة على فرز البيانات وتحديد فرص التحقيق في القصص، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المحرك Story Discovery Engine يمكن أن يُسرع من إنتاج الأفكار والقصص في الشؤون العامة.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بمستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي:

استهدفت دراسة A,Miroshnichenko (2020) [24] الإجابة عن تساؤل: هل ستحل الروبوتات محل الصحفيين؟ بالاعتماد على مراجعة الحالة الراهنة للصحافة الآلية، وتحليل الحجج الشائعة حول عدم "قدرة الروبوتات" التغلب على البشر في الممارسات الإبداعية، وأشارت الدراسة إلى أن القراء في بعض الأحيان لا يستطيعون التمييز بين الأخبار المكتوبة بواسطة الروبوتات أو البشر، كما أن استخدام الروبوت أظهر نجاحًا كبيرًا في التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها، وتوقعت الدراسة أن غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية ستعتمد على الروبوت خلال العقد القادم لإنتاج أكبر قدر من المحتوى وبأسرع وقت ممكن، بما يتوافق مع اقتصاديات عمل تلك المؤسسات لزيادة عدد الزيارات والمشاهدات لمواقعها الإلكترونية.

وتناولت دراسة Komal Khandelwal&Ashwani Kumar (2019) [25] تعلم القائم على الذكاء الاصطناعي من التطبيق، واستخداماته، ومستقبله، والتحديات التي تواجهه، فمع التطورات المتسارعة في التكنولوجيا، فإن مستقبل العمل مهيأ للتغير، فكثير من الناس فضوليون لمعرفة كيفية عمل الذكاء الاصطناعي، ويعتقد بعض الخبراء أن الذكاء الاصطناعي سيخلق خطوطًا جديدة من الأعمال والوظائف والإدارة ومساعدة الموظفين على القيام بعملهم بشكل أكثر كفاءة وفعالية، وأن عديدًا من الوظائف الحالية، مثل المساعدين القانونيين والصحفيين والعاملين في المكاتب ومبرمجي الكمبيوتر، تتعرض للتهديد بسب نمو الذكاء الاصطناعي، وأن المنظمات بدت تدرك الحاجة إلى إعادة المهارات وتدريب القوى العاملة الحالية.

واستهدف بحث أجراه معهد "المستقبل اليوم" future today institute (2018) [26] استشراف مستقبل الصحافة والإعلام، بالتطبيق على العاملين في غالبية المؤسسات والصحف الإعلامية في الولايات المتحدة، وتوصل في نتائجه إلى أن غالبية المبحوثين يعتقدون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعد مدعاة للقلق؛ فرغم الاستثمارات الكبيرة التي تُضخ في هذا المجال، يظل الدور الذي تؤديه في غرف الأخبار ليس بواضح، ورأى بعض العاملين أنه يهدد وظائفهم، في حين رأى آخرون أن استخدامه يزيد من الفوائد والمكاسب؛ لكن ليس بشكل عام، كما توجد حالة من الارتباك بشأن تطبيقه في المجال الإخباري حتى الآن.

وقدمت دراسة Jessica, Neil Dorr and, Thurman (2017) [27] رؤية حول كيفية استخدام برامج الكتابة بواسطة الخوارزميات، والمبادرات التي يمكن أن نتوقع ظهورها في

المستقبل القريب، وأظهرت الدراسة في نتائجها أن تجربة "تومسون رويترز" تتضمن مبادرة استخدام الصحافة الآلية، والاستفادة من الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وتغطية الأحداث الصعبة، وأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يستند على إنتاج النصوص فقط؛ بل يمتد للتقارير المرئية القصيرة، وأضافت الدراسة وجود ستة قيود للصحافة الآلية تتلخص في: اعتمادها على قواعد بيانات منفردة ومعزولة، وبيانات كمية أحادية البُعد، وصعوبة التحقق من صحة هذه البيانات، وعدم وجود زوايا إنسانية في النصوص التي يتم إنشاؤها، إلى جانب اعتمادها على نماذج؛ الأمر الذي يتيح التنبؤ سلفًا بمقدماتها، مع صعوبة العمل بشكل خلاق مع البيانات أثناء عملية التركيب.

وأوضحت دراسة Carlson (2015) [28] تأثير الصحافة الآلية على طبيعة العمل الإعلامي ومستقبله في ظل مناقشات أكبر حول الأتمتة وضعف الثقة العميق في الآلات كقوة مجردة من الإنسانية لا تجيد السرد النصي رغم الاعتراف بقدرة الخوارزميات على التعامل مع البيانات.

فيما اهتمت دراسة J,A&Anderson,Smith (2014) [29] بالتعرف على مستقبل الوظائف البشرية في ظل التقدم التكنولوجي في مجال الذكاء الاصطناعي والروبوت بشكل خاص، وتوصلت إلى أنه مع النجاح الذي حققه الذكاء الاصطناعي في مجالات متعددة، سوف يقوم قريبًا بالحلول محل الوظائف المعقدة التي تتطلب قدرًا عاليًا من الذكاء، كما أنه سيحل محل العنصر البشري فيها، ومنها عدد كبير من الوظائف في مجال الإعلام.

وذكرت دراسة Randall Mayes (2014) [30] أن الذكاء الاصطناعي أصبح تقنية مدمرة في عصر المعرفة المتزايدة؛ فالمهن المستقبلية أصبحت غير محصنة، وهذا سواء أكانت الآلات قادرة على إجراء تحليلات مستقبلية مفيدة "متفردة" قريبًا أم لا، ثم تناولت الدراسة مستقبل مهنة الصحافة والتقدم في البيانات والتحليلات المعرفية، فصنع القرار أصبح آليًا في عديد من المجالات من بينها الصحافة.

وبحثت دراسة M.A.C.B&Osborne,Frey (2013) [31] التي أجريت في الولايات المتحددة عام 2013م، مدى إمكانية أن يحل الكمبيوتر مكان البشر، وتوصلت الدراسة إلى أنه من المتوقع في غضون فترة تتراوح بين عشر سنوات إلى عشرين سنة ستحل الآلات مكان الإنسان بنسبة 47٪ من الوظائف.

التعليق على الدراسات السابقة:

باستقراء الدراسات السابقة، يمكن استخلاص العديد من المؤشرات المهمة على النحو الآتي:

1. تنوعت الدراسات الأجنبية، من حيث الدراسات المستقبلية، في ظل تفعيل الذكاء الاصطناعي بأن الروبوتات ستحل محل الصحفيين، ورصد مخاوف القائمين بالاتصال حول تفعيل الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي.
2. ندرة الدراسات العربية التي ناقشت مستقبل الإعلام بشكل عام، والصحافة بشكل خاص، في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.
3. يوجد تباين ملحوظ في نتائج دراسات كل من المدرستين العربية والأجنبية حول تفعيل الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وتم تحديد سيناريوين يحددان ملامح بيئة الاتصال ومنصات التواصل الاجتماعي، هما: سيناريو يرى أنصاره حتمية التحول الذكي وتفعيل الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، وسيناريو آخر يرى أنصاره البقاء على الوضع الراهن في مواجهة التغيرات المستقبلية.
4. اختلفت نتاج الدراسات العربية فيما بينها بشأن قبول استخدام الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل، وهناك تباين واضح في توجهات ورؤى القائمين بالاتصال، التي انقسمت لفريق يرحب باستخدام الذكاء الاصطناعي ويرى أنه يسهم في تنفيذ مهامه وييسرها، والآخر يرفض ولا يرحب باستخدام تلك التكنولوجيا لمخاوف تتعلق بتهديد مهامه الوظيفية.
5. غلب المنهج الكمي وطرق البحث الكيفي على معظم الدراسات الأجنبية المعنية بدراسة القائم بالاتصال، وتوجهاته، واستطلاع رأيه نحو تفعيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي.
6. باستقراء الدراسات، حقق الباحث استفادة كبرى على المستويين المعرفي والمنهجي، حيث أعطت إضافات معرفية توصل لاصطلاح الذكاء الاصطناعي وتقنياته، ومدى ارتباطه بالتطورات في غرف الأخبار، كما ساعدت في التوظيف الأمثل لأدوات قياس المتغيرات، وفهم العلاقات بينها، وتفسير نتائجها، وتقديم السيناريوهات والمقترحات اللازمة.

الإطار النظري للدراسة:

أ- مدخل استشراف المستقبل:

تنتمي الدراسة إلى البحوث المستقبلية، التي تسعى إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل، وتعرف باسم الدراسات المستقبلية Studies Futures، أو بحوث المستقبل Research Futures[32].

وتعرف الدراسات المستقبلية بأنها مجموعة من الدراسات تحاول أن تنبئ تنبؤات مشروطة بالمستقبل وفق المنهجية العلمية المقننة، وطبيعة المستقبل، واحتمالاته، وأحداثه، ومشكلاته، والعلاقة بين متغيراته... إلخ، وذلك اعتمادًا على إمكانية السيطرة وصفيًا على اتجاهات الأحداث المعاصرة، وتلمس تطورها في المستقبل القريب.

وللسناريوهات المستقبلية أنواع عديدة، هي[33]:

1- السيناريو الاتجاهي (المرجعي): وهو يتعلق باستمرار الوضع الراهن وما به من تفاؤل أو تشاؤم مع العجز على التغير.

2- السيناريو الإصلاحي (متفائل): وهو ما يتعلق بإدخال بعض الإصلاحات بقصد الوصول بالاتجاهات الحالية نحو انسجام أكثر من أجل إنجاز حد أدنى من الأهداف التفاؤلية.

3- سيناريو الانهيار (متشائم): وهو يمثل عجز النظام عن الاستمرار أو فقدانه الاستثمار.

وتحقق الدراسات المستقبلية منافع متعددة عند صناعة مستقبل أفضل لصحافة الذكاء الاصطناعي، من أهما ما يلي:

1- اكتشاف المشكلات، وسبل حلها.

2- إعادة اكتشاف موارد وطاقات تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، خاصة ما هو كامن منها، الذي يمكن أن يتحول إلى موارد وطاقات فعلية.

3- بلورة الاختيارات المتاحة والممكنة، وترشيد عملية المفاضلة بينها، وبناء على ذلك ترتيب المساعدة في توفير قاعدة معرفية يمكن لأصحاب القرار أن يحددوا من خلالها اختياراتهم لصنع مستقبل أفضل للصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي.

ب- مدخل تحليل النظم: اعتمدت الدراسة على مدخل تحليل النظم؛ وهذا المدخل يفيد في بناء السناريو المستقبلي للصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي،

بداية من وصف الوضع الراهن في الظاهرة، وصولًا إلى بناء سيناريوهات مستقبلية.

ويقوم تحليل النظم بداية على عزل المتغيرات والمكونات بعضها عن بعض، ومحاولة وصفها وصفًا جزئيًا دقيقًا لتحديد معالم التفاعلات والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها، التي تؤدي إلى وجود الظاهرة أو المشكلة، ثم اقتراح الحلول والبدائل المختلفة التي تتفق وخصائص هذه التفاعلات والعلاقات[34].

وتحليل النظم يمر أساسًا بخطوات رئيسية تعكس مفهوم التحليل من جانب، ومفهوم النظم من جانب آخر، ولذلك فإن الخطوات الأولية لتحليل النظم تتمثل فيما يلي[35]:

1- وصف النظام في إطار السياق الذي يدور فيه، أو البيئة التي يعمل بها باعتباره نظامًا مفتوحًا.

2- وصف المدخلات الناتجة المتبادلة بين النظم الفرعية الأخرى في دائرة السياق أو البيئة.

3- تحديد عناصر النظام ومكوناته، ثم وصف هذه العناصر وطبيعة العلاقات بينها.

ويفيد تحليل النظم الإعلامية في تقسيم النظام المعقُد في تركيبه إلى مكوناته الرئيسية بأسلوب منطقي، ويُوظف مدخل تحليل النظم عادة لتقييم أداء نظامها من خلال دراسة العلاقة بين العناصر المكونة للنظام بعضها ببعض، وبصفة خاصة علاقتها بالمنتج النهائي للنظام.

وتعد وسائل الإعلام في إطار الفكر النظمي، أو في إطار المنظومات، نظامًا مفتوحًا يتفاعل مع البيئة المحيطة به، يؤثر ويتأثر بها؛ لذلك لا تقف حدود توظيف تحليل النظم في دراسة المؤسسات الإعلامية على وصف العناصر والمكونات فقط؛ لكنها تمتد إلى وصف علاقات المؤسسات الإعلامية بالنظم الاجتماعية الأخرى، والبيئة الكلية بهذه النظم[36].

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولًا: تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات، في مقدمتها:

1- كيف يقيم الصحفيون واقع الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

2- ما التحديات التي تواجه صحافة الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية المصرية؟ وكيف يمكن التغلب عليها من وجهة نظر الصحفيين؟

3- كيف يرى المبحوثون ملامح مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

4- ما مستقبل الصحافة المصرية في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

5- ما السيناريوهات التي يتوقعها الصحفيون لمستقبل الصحافة في ظل تلك التقنيات؟

ثانيًا: نوع الدراسة ومنهجها:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث المستقبلية، التي تسعى إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل، وتساعد الدراسات المستقبلية في استطلاع النتائج والتداعيات على المسارات المستقبلية؛ فإذا كانت النتائج والتداعيات تسهم في تشكيل المستقبل المرغوب فيه، فهو بالأمر الجيد، وإذا لم تكن تسهم في ذلك، فإننا نسعى لتعديل هذه القرارات حتى تأتي نتائجها وتداعياتها متوافقة مع المستقبل الذي نريده[37].

المنهجيات المستخدمة في الدراسات المستقبلية:

يقسم الحقل البحثي إلى عدة نماذج يمكن تطبيقها على الأبحاث المستقبلية بشكل منفصل ومتواز في الوقت نفسه، ومن هذه النماذج:

النموذج الأول: هو النموذج الوصفي Descriptive Model: ويسعى هذا النموذج إلى محاولة عرض توقعات مستقبلية عالية الاحتمالية تعتمد على ملاحظة تطور الأحداث التاريخية، ووفقًا لهذا النموذج يتسم الاتجاه نحو المستقبل بالثبات، وبقدر عالٍ من التفاؤل في القدرة على التنبؤ؛ فالهدف البحثي ثابت وغير مضطرب، معتمد على منهجية كمية في الأساس تعيش في فترة زمنية قصيرة[38].

النموذج الثاني: هو نموذج أبحاث المستقبليات التطورية Evolutionary Futures Studies Model: يحاول هذا النموذج وصف المستقبل بأبعاده المختلفة بشكل أكثر دقة، وهو في ذلك يعتمد على قوانين تطورية، فيركز بشكل كبير على الاكتشافات التي تنتجها الأبحاث وعلى التطور المعرفي بشكل عام.

وفي إطار ذلك، تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي من خلال المسح بالعينة في إطار الدراسة المستقبلية لظاهرة تقنيات الذكاء الاصطناعي، بحيث يستخدم في رصد مختلف جوانب واقع وضع صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية، وكذلك رصد آراء الصحفيين وتصوراتهم حول مستقبل الصحافة في ظل هذه التقنيات خلال السنوات المقبلة، ويعد هذا المنهج من أنسب المناهج لدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ووصفها وصفًا دقيقًا، ويعبر عنها تعبيرًا كيفيًا، أو تعبيرًا كميًا.

ثالثًا: مجتمع الدراسة وعينتها:

طبّق الباحث صحيفة الاستقصاء على عينة من الصحفيين والقيادات الصحفية المصرية، بلغ قوامها (80) مفردة في عدد من الصحف، وهي عينة متاحة، تعتمد على عامل الإتاحة وقبول المبحوثين الاشتراك في الدراسة، مع مراعاة الباحث الالتزام بشروط العينة المستهدفة وخصائصها، وتشمل نسبة بها كبار الصحفيين والقيادات الصحفية ذات الخبرة الطويلة، من نواب رؤساء التحرير ومديري التحرير ورؤساء الأقسام وصحفيين؛ لضمان حد أدنى من الخبرة المتوافرة لدى أفراد العينة.

وبعد استبعاد الاستمارات غير الصالحة لذلك، وصل عدد الاستمارات (50) مفردة، واختيرت عينة من المؤسسات الصحفية وفقًا لتمثيل عينة القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية، وتمثلت في: (القاهرة 24- في الجول- في الفن- مصراوي- الوطن- اليوم السابع- الأهرام- الوفد- أخبار اليوم).

خصائص عينة الدراسة:

أجريت الدراسة على عينة عمدية من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية بلغ عددها (50 مفردة) موزعة كالآتي:

جدول رقم (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة وسماتها

الخبرة في مجال العمل	ك	٪
15 سنة فأكثر	38	76
من 10 لأقل من 15 سنة	10	20
من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات	2	4
المجموع	50	100
نوع العينة		
	ك	٪
ذكر	35	70
أنثى	15	30
المجموع	50	100
المؤهل الدراسي		
	ك	٪
بكالوريوس/ ليسانس	36	72
تمهيدي ماجستير	7	14

ماجستير	3	6
دكتوراه	4	8
المجموع	50	٪100
اسم المؤسسة الصحفية		
	ك	٪
القاهرة 24	9	18
في الجول	6	12
في الفن	4	8
مصراوي	7	14
الوطن	5	10
اليوم السابع	7	14
الأهرام	4	8
الوفد	3	6
أخبار اليوم	5	10
المجموع	50	100
وظيفة القائم بالاتصال		
	ك	٪
محرر صحفي	9	18
رئيس قسم	11	22
محرر متخصص بشبكات التواصل الاجتماعي	4	8
مدير تحرير	7	14
محرر محتوى رقمي	3	6
منتج/ محرر فيديو	2	4
رئيس تحرير تنفيذي	5	10
منتج/ محرر صوت	2	4
مصور صحفي	2	4
صحفي استقصائي	4	8
مصمم وسائط متعددة	1	2
المجموع	50	100
المجموع	50	100

تظهر بيانات الجدول السابق تنوع خصائص عينة الدراسة بالمؤسسات الصحفية، حيث جاءت الخبرة لدى الصحفيين عينة الدراسة مرتفعة، وذلك 15 من سنة فأكثر بنسبة 76٪، يليها الخبرة المتوسطة من 10 لأقل من 15 سنة بنسبة 20٪، وبالمرتبة الأخيرة الخبرة المنخفضة من 5 سنوات لأقل من 10 سنوات بنسبة 4٪، كما جمعت خصائص العينة النوعين الذكور والإناث، بنسبة 70٪ للذكور، و30 ٪ للإناث.

وفيما يتعلق بالتخصص الأكاديمي، جاءت العينة الأكثر من الصحفيين عينة الدراسة بواقع 72٪ من الحاصلين على دراسات متخصصة في الصحافة والإعلام (بكالوريوس- ليسانس)، وتوزعت بقية عينة الدراسة، حيث حصل 14٪ من الصحفيين عينة الدراسة على تمهيدي ماجستير، و6٪ حاصلون على ماجستير، و8٪ حاصلون على الدكتوراه.

وفيما يتعلق بالمؤسسات الصحفية، احتلت مؤسسة القاهرة 24 المرتبة الأولى بنسبة 18٪، ثم مؤسسة اليوم السابع وموقع مصراوي بنسبة 14٪، وبالمرتبة الثالثة موقع في الجول بنسبة 12٪، وبالمرتبة الأخيرة جاءت مؤسسة الوفد بنسبة 6٪.

وفيما يتعلق بمواقعهم الوظيفية، فقد جاءت النسبة الأولى الغالبة 22٪ من رؤساء الأقسام، ثم 18٪ من المحررين الصحفيين، ثم بالمرتبة الثالثة مدير تحرير بنسبة 14٪، وبالمرتبة الأخيرة جاء مصمم وسائط متعددة بنسبة 2٪.

اعتمدت الدراسة بشكل رئيسي على الأدوات الآية:

1- استمارة الاستبيان Questionnaire: التي أعدت في ضوء المشكلة البحثية وأهدافها؛ لتحديد مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث وجهت أسئلة للمبحوثين عن طريق (البريد الإلكتروني، والفيس بوك، والواتس اب)، وقد قسمت أسئلة الاستمارة لعدة محاور هي: (السمات العامة للمبحوثين، ومدى استخدام المؤسسات الصحفية لصحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات التي تواجهها، ومدى تأثير صحافة الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي، ثم محاور تتعلق بتوقعات الصحفيين للتغيرات التي ستحدث مستقبلًا وتؤثر على مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي).

2- **السيناريوهات**: كُتبت السيناريوهات المتوقعة لمستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع توضيح ملامح المسار الذي يمكن أن تؤدي إلى هذا الوضع المستقبلي.

اختبار صدق الاستبيان وثباته:

(أ) **اختبار الصدق:** تم التأكد من صدق الاستبيان، وأنه يقيس أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها من خلال:

- **صدق المحكمين:** عُرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين* في موضوع الدراسة؛ للتأكد من صلاحية أسئلة الأداة لقياس متغيرات الدراسة، وقد تم إجراء ما يلزم من تعديلات لبعض الأسئلة في ضوء مقترحاتهم لتصبح في شكلها النهائي.

(ب) **الثبات:** اعتمد قياس الثبات على إعادة الاختبار على 10٪ من مجتمع الدراسة، وبلغ معامل الثبات 92٪، وهي نسبة تدل على وضوح الاستمارة وقابليتها للتطبيق.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمد الباحث على برنامج التحليل الإحصائى (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة الحالية في اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية كافة، ومعامل الانحدار، في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95٪ فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، **أما عن المعاملات الإحصائية المستخدمة بالدراسة، فهي كما يلي:**

- الجداول التكرارية والمزدوجة.
- المتوسط الحسابي كأحد مقاييس النزعة المركزية، حيث الاعتماد عليه في تكوين مقياس بسيط أو مركب لرصد الفروق القائمة بين المجموعات في صفة معينة أو سلوك معين.
- استخدام معامل الارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لمعرفة شدة العلاقة واتجاهها.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط، الذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع.

---

* أسماء المحكمين لأدوات الدراسة:

1- أ.د. محمد سعد أستاذ الصحافة وعميد المعهد العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.

2- أ.د. محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

3- أ.د. هناء فاروق أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

4- أ.م.د. منى طه أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب- جامعة المنصورة.

5- أ.م.د. حسين ربيع أستاذ الصحافة المساعد بالمعهد العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.

الإطار المعرفي للدراسة:

أصبح الذكاء الاصطناعى واحدًا من المصطلحات التى تتردد على آذاننا كثيرًا خلال هذه الفترة، نظرًا لوجوده في كثير من العلوم الحياتية المحيطة بالإنسان؛ فمع تطور التكنولوجيا، ودخول الحاسوب في المجالات كافة، أصبح الذكاء الاصطناعى جزءًا منها، مع توقعات بفرضه هيمنة كبيرة خلال الفترة المقبلة.

فالذكاء الاصطناعى Artificial Intelligence هو أحد أنواع العلوم الحديثة التى انتشرت على نطاق واسع في الآونة الأخيرة، حتى إنه دخل في كثير من المجالات الصناعية والبحثية، وعلى رأسها الروبوت والخدمات الذكية للحكومات والشركات.

فيما يُعد الذكاء الاصطناعى أحد فروع علم الحاسوب، وإحدى الركائز الأساسية التى تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالى، ويُمكن تعريف مصطلح الذكاء الاصطناعى- الذى يُشار له بالاختصار (AI)- بأنه قدرة الآلات والحواسيب الرقميّة على القيام بمهام مُعينة تُحاكى وتُشابه تلك التى تقوم بها الكائنات الذكيّة؛ كالقدرة على التفكير، أو التعلُم من التجارب السابقة، أو غيرها من العمليات الأُخرى التى تتطلب عمليات ذهنية، كما يهدف الذكاء الاصطناعى إلى الوصول إلى أنظمة تتمتع بالذكاء وتتصرف على النحو الذى يتصرف به البشر من حيث التعلُم والفهم، بحيث تُقدم تلك الأنظمة لمُستخدميها خدمات مُختلفة من التعليم والإرشاد والتفاعل وما إلى ذلك[39].

فالذكاء الاصطناعى يتعلق بالقدرة على التفكير الفائق وتحليل البيانات أكثر من تعلقه بشكل معين أو وظيفة معينة، وعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعى يقدم صورًا عن الروبوتات عالية الأداء، الشبيهة بالإنسان، التى تسيطر على العالم؛ فإنه لا يهدف إلى أن يحل محل البشر؛ إنما يهدف إلى تعزيز القدرات والإسهامات البشرية بشكل كبير، مما يجعله أصلًا ذا قيمة كبيرة من أصول الأعمال[40].

تاريخ الذكاء الاصطناعي:

تعود الجذور التاريخية للذكاء الاصطناعي إلى عصور قديمة؛ فالذكاء الاصطناعي كعلم يعود إلى بدايات استخدام البشر للآلة.

ففي الخمسينيات بدأت المحاولات الأولى لإعداد نماذج آلية تستطيع إصدار سلوك بسيط مثل التعلم، وفشلت تلك النماذج في إصدار أي سلوك معقد، أي أن مفهوم الذكاء الاصطناعي كان في الخمسينيات يشير إلى محاكاة العقل البشري[41].

وفي الستينيات بدأت موجة جديدة واعدة ومزدهرة من علم الذكاء الاصطناعي على يد "آلن نويل" (Allen Newell)، و"هربرت سيمون" (Herbert Simon)، ولكن هذا لم

ينجح إلا مع الألغاز والألعاب، ولم يتمكن من التعامل مع المواقف المركبة التي تواجه الإنسان يوميًا [42].

وفي السبعينيات بدأت أولى خطوات هندسة المعرفة (Knowledge Engineering) من خلال فريق في معهد ستانفورد، كما قام فريق جمعية الروبوتات في جامعة إدنبرا (Edinburgh) عام 1973م ببناء الروبوت، وهو الروبوت الأسكتلندي المعروف بقدرته على استخدام الرؤية لتحديد النماذج وتجميعها.

وفي الثمانينيات بدأت حركة تعلم الآلة (Machine Learning)، حيث بدأت عمليات البرمجة بتحصيل المعرفة واستخلاصها، ووضع المعرفة في الآلات، أي إكساب الآلة القدرة على الرؤية أو الحركة [43].

وفي التسعينيات عاد علماء الذكاء الاصطناعي إلى الشبكات العصبية (Neural Networks)، وذلك نتيجة لتطور الحاسبات خلال السنوات الماضية بصورة هائلة من حيث السرعة وقدرات التخزين، وكذلك تطور أبحاث علم النفس في مجال الذكاء.

وفي عام 2000م حتى الآن دخل الذكاء الاصطناعي مرحلة جديدة من التطور، من المتوقع أن تشكل المجتمع البشري بشكل جذري وتغيير مصير البشرية، جنبًا إلى جنب مع غيرها من تطورات تكنولوجيا المعلومات، مثل الحوسبة السحابية، والبيانات الضخمة، والسيارات ذاتية القيادة، وتنافست عديد من الشركات في هذا المجال، منها: Google و Amazon و Apple وNetflix اعتمادًا على التحول الرقمي الذي نشهده؛ مما أجبر المتخصصين على استخدام طرق أكثر فاعلية وسرعة وكفاءة للبحث عن هذا الكم الضخم من البيانات، وقراءتها، وتحليلها، واستخلاص النتائج منها، وغالبًا ما يستخدم الذكاء الاصطناعي لمعالجة هذه البيانات الضخمة [44].

مستقبل صحافة الذكاء الاصطناعي:

رغم التحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، أصبح الصحفيون والمحررون يجدون أنفسهم الآن ضحايا تسريح العمال من الناشرين الرقميين وسلاسل الصحف التقليدية على حد سواء، وعلى سبيل المثال، فإن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ما يقرب من ثلث المحتوى الذي نشرته بلومبرج نيوز Bloomberg News يستخدم شكلًا من أشكال التكنولوجيا الآلية أو ما يسمى بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، كما أن النظام الذي تستخدمه الشركة Cyborg، قادر على مساعدة المراسلين في نشر آلاف المقالات حول تقارير أرباح الشركات كل ثلاثة أشهر، حيث يمكن للبرنامج تشريح تقرير مالي فور ظهوره وإصدار

قصة إخبارية فورية تتضمن أهم الحقائق والأرقام، وعلى عكس مراسلي الاقتصاد، فإنهم يفعلون ذلك دون شكوى [45].

إلا أنه وبحسب دراسة أجرتها مبادرة جوجل للأخبارGoogle News Initiative بالتعاون مع مركز أبحاث الصحافة الدولية في كلية لندن للاقتصاد والعلوم السياسية The international journalism think tank at the London School of Economics and Political Science على خبراء من قادة غرفة الأخبار من أوروبا والولايات المتحدة وآسيا والمحيط الهادئ، فإن هناك اتجاهًا متزايدًا لاستخدام هذه التقنيات في مجال النشر الصحفي بشكل كبير، حيث بدأت غرف الأخبار في استكشاف إمكانيات هذه التقنيات الجديدة، وإن كان القليل منها فقط قد نفّذ بالفعل الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع.

فإنه بالنسبة لمعظم المؤسسات الصحفية، لا تزال في مرحلة التبني التجريبية، وفي حين أن بعض الصحفيين متناقضون أو متشككون، فإن العديد منهم مهتمون بكيفية تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على سير العمل والعمليات، وكيف ستتعامل غرف الأخبار مع مرحلة جديدة أخرى، وكيف يمكن أن تسهم التحديات أو الفرص التكنولوجية الجديدة في التأثير على مهمة الصحافة، وكذلك شكل وأخلاقيات صناعة الأخبار في عصر الذكاء الاصطناعي [46].

وفي ظل ما يمر به المشهد الصحفي من تحولات سريعة وغير مسبوقة، بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي، فإن هناك ما يثير تساؤلات حول تداعيات محتملة على مستقبل الصحفيين، خاصة مع تمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي من إنتاج المحتوى بشكل آلي، فإن هناك اتجاهين رئيسيين حول تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية، هما[47]:

1 - المتشائمونPessimists : وفقًا لهذا الاتجاه، فإن مجتمع الصحافة يواجه اليوم عددًا من التحديات المحتملة فيما يتعلق بمخاطر الوظائف، وعلى هذا النحو، هناك عديد من المخاوف العملية التي تهدد مستقبل الصحفيين، لا سيما مع سياق الدور المهيمن بشكل متزايد من الخوارزميات في شركات الأخبار الكبرى واستبدالهم للصحفيين بنظرائهم من غير البشر، حيث تقلصت بعمق الحاجة إلى وجود بشري في غرف الأخبار، وسط توقعات بسيطرة عمليات الأتمتة المحتملة على العقد أو العقدين المقبلين، وانتشار استخدام الروبوتات وتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ وهو الأمر الذي من شأنه أن يهدد

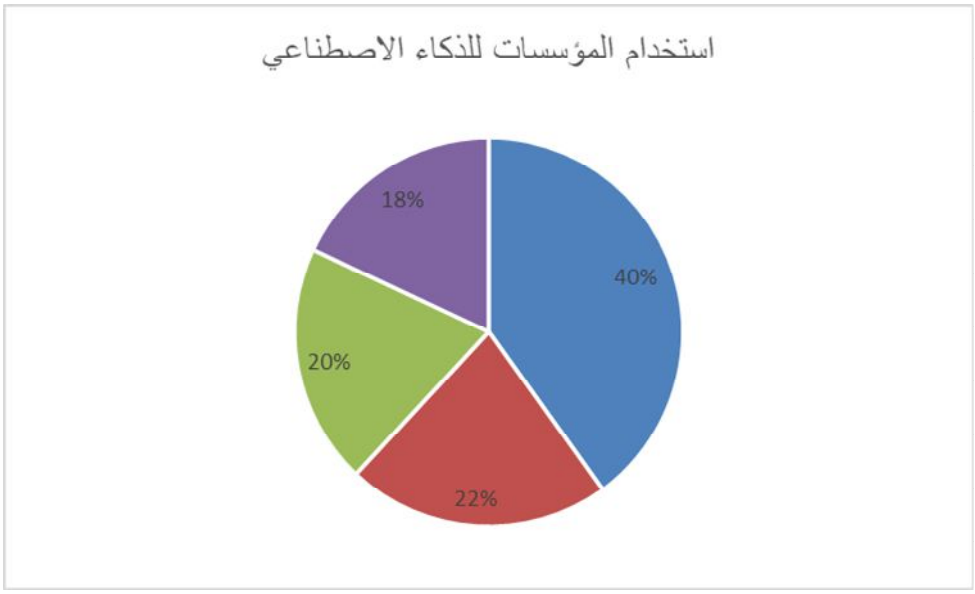
العنصر البشري في مجال العمل الصحفي، وفقد عدد كبير وظائفهم، وارتفاع معدلات البطالة بينهم في المستقبل القريب.

2 - المتفائلون Optimists: ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنه على الرغم من الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية، فإن هذه التقنيات ستعمل على تعزيز عمل الصحفيين بدلًا من استبدالهم؛ مما يعني ضمنًا أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي لن تحل محل الصحفيين البشر بالكامل في غرف الأخبار في المستقبل القريب، حيث يؤكد أصحاب هذا الاتجاه أيضًا أن الصحافة المهنية لا تزال تؤدي دورًا حاسمًا في إعلام الناس بالأحداث الجارية، وبذلك فإن الذكاء الاصطناعي لا يشكل تهديدًا لها، فالخطر هنا لا يكمن في عدد الوظائف؛ بل في تطور هذه الوظائف بما يتفق مع تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ويشير Nicholas Diakopoulos إلى أن مستقبل الصحافة التي تدعم الذكاء الاصطناعي سيظل به الكثير من الناس، ومع ذلك، فإن الوظائف والأدوار والمهام لهؤلاء الناس سوف تتطور وتبدو مختلفة بعض الشيء، وأنه سيُهجن العمل البشري - مزج مع الخوارزميات - ليناسب إمكانيات الذكاء الاصطناعي ويستوعب حدوده، حيث تشير بعض التقديرات إلى أن المستويات الحالية لتقنية الذكاء الاصطناعي يمكنها أتمتة حوالي 15٪ فقط من وظيفة المراسل، و9٪ من وظيفة المحرر، وأن البشر لا يزالون يتمتعون بميزة تفوق الذكاء الاصطناعي في عديد من المجالات الرئيسية التي تعد ضرورية للصحافة، بما في ذلك التواصل المعقد، وتفكير الخبراء، والقدرة على التكيف والإبداع [48].

كما تشير الدراسات إلى أنه بحلول عام 2027م، ستقود تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولات كبرى في مفهوم الإعلام وآليات عمله وبنية مؤسساته؛ لذا فقد بادرت المؤسسات الإعلامية الرائدة، مثل: نيويورك تايمز، ورويترز، وواشنطن بوست، وكوارتز، وياهو، وأسوشيتد برس، والجارديان، وبي بي سي، لتطوير غرف أخبارها باستخدام البرمجيات والكتابة الآلية وتقديم القصص المدفوعة بالبيانات؛ لتستشرف واقعًا يختفي معه الكثير من الأساليب التي اعتاد الصحفيون والقيادات العمل بها، وصولًا لمرحلة ستتداخل فيها الآلة مع العنصر البشري[49].

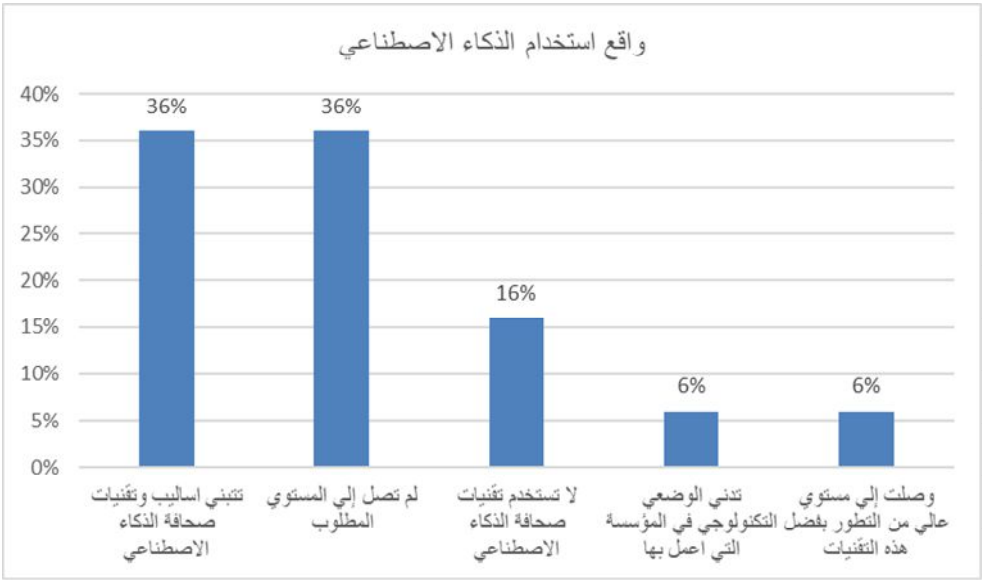
النتائج العامة للدراسة:



رسم بياني رقم (1) يوضح استخدام المؤسسات الصحفية لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي

يتضح من نتائج الرسم البياني استخدام المؤسسات الصحفية تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث جاء في المرتبة الأولى فئة تستخدمها "بشكل متوسط" وذلك بنسبة "40٪"، بينما ذكر القائمون بالاتصال أنها تستخدم بشكل مرتفع بنسبة "22٪"، ثم بالمرتبة الثالثة أنها لا تستخدم على الإطلاق بنسبة "24٪"، وبالمرتبة الرابعة جاءت فئة "بشكل منخفض" بنسبة "8٪".

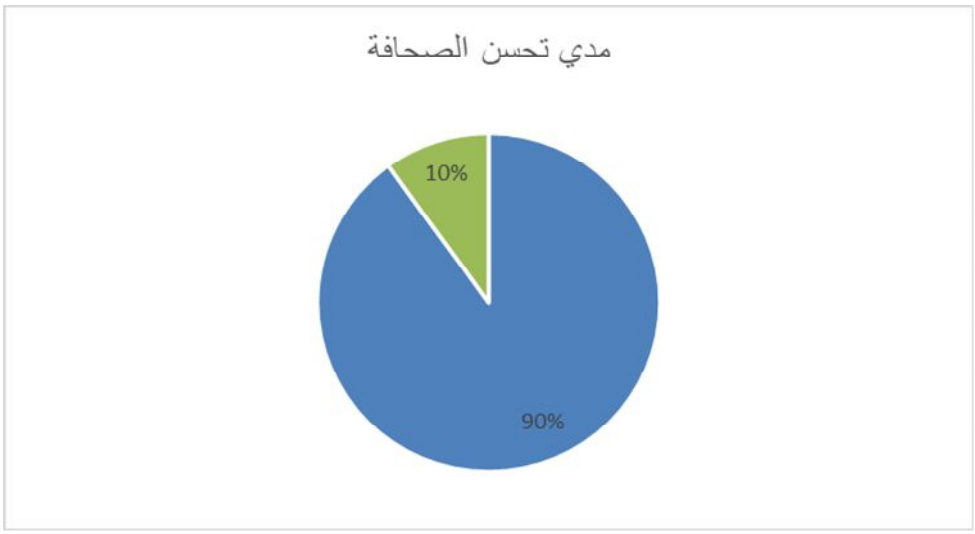
ولعل ارتفاع نسبة القائمين بالاتصال الذين أكدوا أن المؤسسات الصحفية التي يعملون بها لا يستخدمون تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل مرتفع يرجع إلى عدد من الأمور، منها حداثة الموضوع "صحافة الذكاء الاصطناعي"، وعدم تدريب القائمين بالاتصال بالشكل الكافي على ذلك النوع من الصحافة، إضافة إلى عدم استخدام تلك التقنيات بالشكل الكافي بالعمل الصحفي.



رسم بياني رقم (2) يوضح واقع استخدام المؤسسات الصحفية صحافة الذكاء الاصطناعي

تشير بيانات الرسم البياني السابق إلى تقييم الصحفيين -مجتمع البحث- لواقع استخدام المؤسسات الصحفية صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث جاء "تتبنى أساليب وتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي" و "لم تصل إلي المستوي المطلوب" في مقدمة تقييم القائمين بالاتصال -عينة الدراسة- لواقع استخدام المؤسسات الصحفية صحافة الذكاء الاصطناعي وذلك بنسبة "36٪"، وبالمرتبة الأخيرة جاءت فئة "وصلت إلى مستوى عالٍ من التطور بفضل هذه التقنيات" و "تدني الوضع التكنولوجي في المؤسسة التي اعمل بها" بنسبة "6٪".

ومن الواضح سعي بعض المؤسسات الصحفية المصرية إلى مواكبة ما يسمي بـ "الثورة الصناعية الرابعة"، والاستفادة بأقصى ما يمكنها من تقنيات تلك الثورة بشكل عام، خاصة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، كما أنها تسعى جاهدة إلى التطوير، والسعي الدائم إلى الحداثة والتجديد في مؤسساتها.



رسم بياني رقم (3) يوضح إذا ما كانت الصحافة ستتحسن بفضل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي

يوضح الرسم البياني إذا ما كانت الصحافة ستتحسن بفضل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث أكد القائمون بالاتصال – عينة الدراسة– بالمؤسسات الصحفية أن الصحافة ستتحسن بفضل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وذلك بنسبة "90٪"، في حين رأى "10٪" من القائمين بالاتصال أن الصحافة لن تتحسن بفضل تلك التقنيات، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Shield[50] التي أشارت إلى أن الصحافة بفضل الذكاء الاصطناعي ستحسن من إنتاجية وسائل الإعلام.

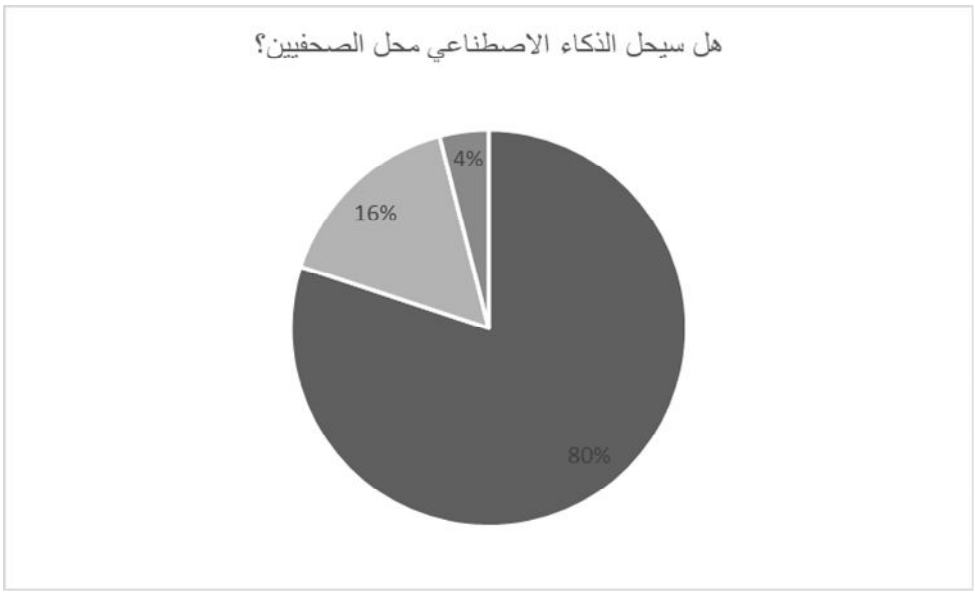
جدول رقم (2)

يوضح أسباب عدم اهتمام المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي

عدم اهتمام المؤسسات الصحفية	ك	٪
لعدم توافر الموارد المالية الكافية	27	54
الاحتفاظ بفكرة الهيكل الوظيفي الروتيني للعاملين بالمؤسسة	11	22
عدم القدرة على توفير دورات تدريبية	7	14
ضعف العنصر البشري	2	4
عدم اقتناع الإدارة بأهميتها	1	2
صعوبة إقناع الممارسين بالتعامل مع تلك التقنيات	1	2
لا يوجد جدوى منها	1	2
المجموع	50	100

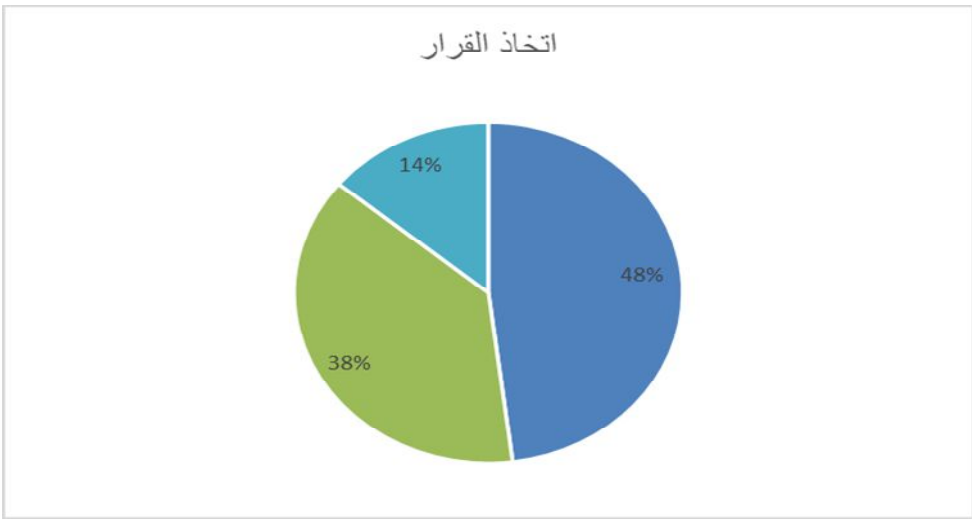
توضح بيانات الجدول السابق وجهة نظر المبحوثين حول أسباب عدم اهتمام المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث أكد 54٪ من القائمين بالاتصال -عينة الدراسة- أن عدم توافر الموارد المالية الكافية أحد أسباب عدم اهتمام المؤسسات الصحفية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، فيما جاء السبب الثاني في الاحتفاظ بفكرة الهيكل الوظيفي الروتيني للعاملين بالمؤسسة وذلك بنسبة 22٪، وبالمرتبة الأخيرة جاء كل من "عدم اقتناع الإدارة بأهميتها"، و"لا يوجد جدوى منها" وذلك بنسبة 2٪ لكل منهما على حدة.

وعلى الرغم من استخدام بعض المؤسسات الصحفية الذكاء الاصطناعي، واتجاه عدد من المؤسسات الصحفية إلى مواكبة الثورة الرقمية واستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ إلا أن القدرة المالية أو الخبرة التقنية أبرز العوائق أمام المؤسسات الصحفية للقيام بذلك؛ لذا يجب العمل على توفير الاعتمادات المالية اللازمة لتوفير هذه التقنيات، وتدريب القائمين بالاتصال عليه.



رسم بياني رقم (4) يوضح إذا ما كانت صحافة الذكاء الاصطناعي ستحل محل الصحفيين

يتضح من نتائج الرسم البياني، حول إذا ما كانت صحافة الذكاء الاصطناعي ستحل محل الصحفيين، أن 80٪ من القائمين بالاتصال -عينة الدراسة- أكدوا أن صحافة الذكاء الاصطناعي ستحل محل الصحفيين في المستقبل، فيما رأى 16٪ من عينة الدراسة أنه ربما قد تحل محل الصحفيين، فيما رفض 4٪ أن صحافة الذكاء الاصطناعي ستحل محل الصحفيين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Daewon, Seongcheol[51] ودراسة Stroh, Sean[52] بأن الذكاء الاصطناعي لن يحل محل الصحفيين؛ لكنه يهدف إلى تعزيز القدرات والإسهامات البشرية بشكل كبير.



رسم بياني رقم (5) يوضح إذا ما كانت تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد المؤسسة الصحفية على اتخاذ القرار

يوضح الرسم البياني السابق وجهة نظر الصحفيين عينة الدراسة حول إذا ما كانت تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد المؤسسة الصحفية على اتخاذ القرار، حيث أكد 48٪ من الصحفيين -عينة الدراسة- أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد المؤسسات الصحفية على اتخاذ قرارتها، فيما رأى 38٪ أنه ربما ستساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي المؤسسات الصحفية على اتخاذ قرارتها، فيما رفض 14٪ من الصحفيين أن تلك التقنيات ستساعد المؤسسات الصحفية على اتخاذ قرارها، وهو ما اتفق مع دراسة Shields[53] التي أشارت إلى أن 62٪ من المبحوثين يعتقدون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستحسن من اتخاذ القرار.

حيث أشارت توصيات بعض الدراسات حول ضرورة الاستفادة من تقنية الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة كنهج أيكولوجي جديد، وذلك للإسهام في تطوير الصحافة؛ فصحافة الذكاء الاصطناعي هي مستقبل الإعلام، ويجب أن تعي دول العالم الدور الذي يمكن أن تقوم به الثورة الصناعية الرابعة في تمكين الذكاء الاصطناعي من تلك الصناعة.

جدول رقم (3)

يوضح مساعدة استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل

العبارة	موافق		لا رأي لي		أعترض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تطوير قدرة الصحفي على البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات الإحصائية	43	86.0	6	12.0	1	2.0	2.84	92.0
تنمية مهارات الصحفي الخاصة بتنظيم المعلومات والتحقيق في مصداقيتها	42	84.0	5	10.0	3	6.0	2.78	89.0
زاد من اهتمام الصحف بتوثيق المعلومات	37	74.0	8	16.0	5	10.0	2.64	82.0
ساعدت الصحفي على وضع معايير وضوابط يحددها بنفسه للاختيار من المصادر والمعلومات المتاحة	38	76.0	6	12.0	6	12.0	2.64	82.0
تطوير مهارات الصحفي في تحليل المعلومات والاحداث والوثائق	39	78.0	4	8.0	7	14.0	2.64	82.0

توضح نتائج الجدول السابق مساعدة استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل على تحقيق بعض المهام، حيث جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.84 وبوزن نسبي "92٪" "تطوير قدرة الصحفي على البحث الذاتي عن المعلومات والبيانات الإحصائية"، وفي الترتيب الثاني "تنمية مهارات الصحفي الخاصة بتنظيم المعلومات والتحقيق في مصداقيتها" بمتوسط حسابي 2.78 وبوزن نسبي "89٪"، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Ashwani Kumar & Komal Khandelwal [54] التي أشارت إلى أن المنظمات بدأت تدرك الحاجة إلى إعادة المهارات وتدريب القوى العاملة الحالية، وفي الترتيب الثالث جاء كل من "زاد من اهتمام الصحف بتوثيق المعلومات" و " ساعدت الصحفي على وضع معايير وضوابط يحددها بنفسه للاختيار من المصادر والمعلومات المتاحة" و " تطوير مهارات الصحفي في تحليل المعلومات والاحداث والوثائق" بمتوسط حسابي 2.64 وبوزن نسبي "82٪" لكل منهما علي حدة، وهو ما يتفق مع تقرير Research and Markets [55] الذي أكد إمكانية قيام إدارات العلاقات العامة والشركات باستخدام الذكاء الاصطناعي والبيانات لتوثيق علاقتها بالعملاء أو تسويق المحتوى لعلاماتها التجارية.

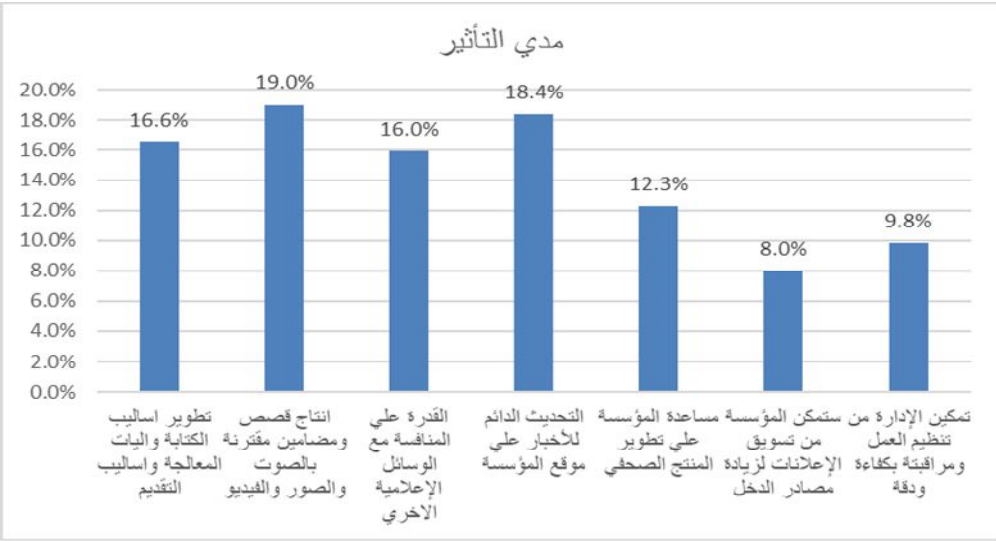
مما سبق يمكننا أن نستخلص مقياس مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق العمل الصحفي وإنجازه، الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (4)

يوضح مقياس مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق العمل الصحفي وإنجازه

مدى المساهمة	ك	٪	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مرتفعة	41	82.0	2.78	0.50
متوسطة	7	14.0		
منخفضة	2	4.0		
الإجمالي	50	100		

يوضح الجدول السابق مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق العمل الصحفي وإنجازه، وبلغ المتوسط الحسابي 2.78 والانحراف المعياري بـ 0.50، حيث أشارت النتائج إلى ارتفاع مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق العمل الصحفي وإنجازه وذلك بنسبة "82٪"، وبالمرتبة الثانية جاءت فئة "متوسطة" وذلك بنسبة "14٪"، وبالمرتبة الأخيرة جاء انخفاض مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق العمل الصحفي وإنجازه بنسبة 4٪.

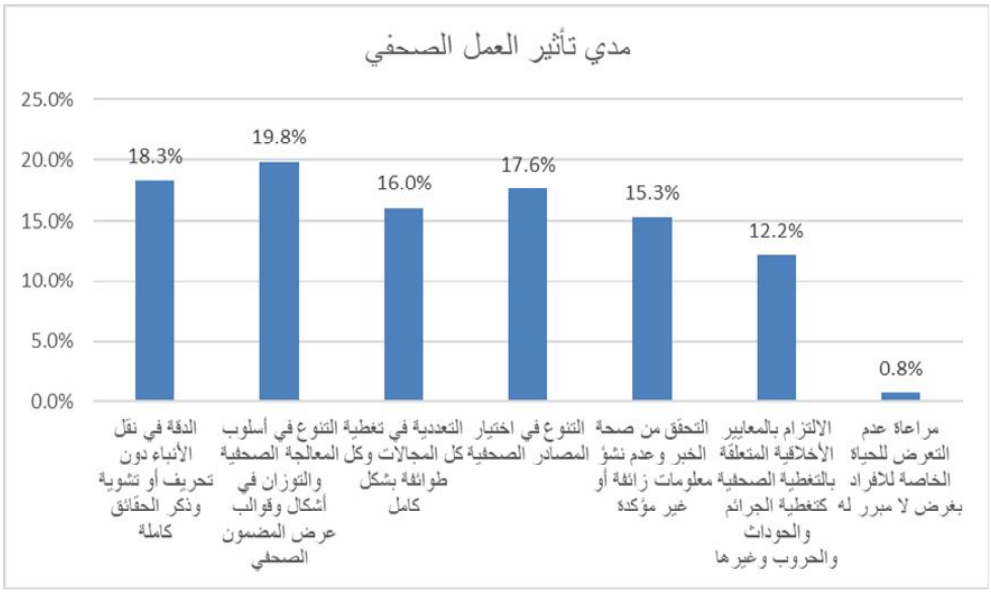


رسم بياني رقم (6) يوضح تأثير تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي على المنتج النهائي من وجهة نظر القائم بالاتصال المجموع*

* إجمالي مجموع الإجابات أكبر من عينة الدراسة وهو (50) وذلك بسبب أن السؤال يسمح بالاختيار أكثر من بديل.

أكد 19٪ من القائمين بالاتصال -عينة الدراسة- بالمؤسسات الصحفية أن إنتاج قصص ومضامين مقترنة بالصوت والصور والفيديو في مقدمة تأثير تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي على المنتج النهائي، وهو ما اتفق مع دراسة Mark Hansen[56] التي أشارت إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي ساعدت الصحفيين في سرد أنواع جديدة من القصص التي كانت في السابق غير عملية أو بعيدة تقنيًا عن متناول اليد، ثم "التحديث الدائم للأخبار على موقع المؤسسة" بنسبة 1.4٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت "تطوير أساليب الكتابة وآليات المعالجة وأساليب التقديم" بنسبة 16.6٪، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة "ستمكن المؤسسة من تسويق الإعلانات لزيادة مصادر الدخل" بنسبة 8٪.

وتتفق هذه النتائج -إلى حد ما - مع دراسة Alexander Fanta [57] التي توصلت إلى أن تحقيق عامل السرعة والرغبة في تقديم محتوى إخباري يتناسب مع اهتمامات الجمهور، وأن زيادة الإيرادات وخفض تكاليف العمالة البشرية أهم أسباب تحول وكالات الأنباء الامريكية والأوروبية نحو توظيف تطبيقات الصحافة الآلية في غرف الأخبار.

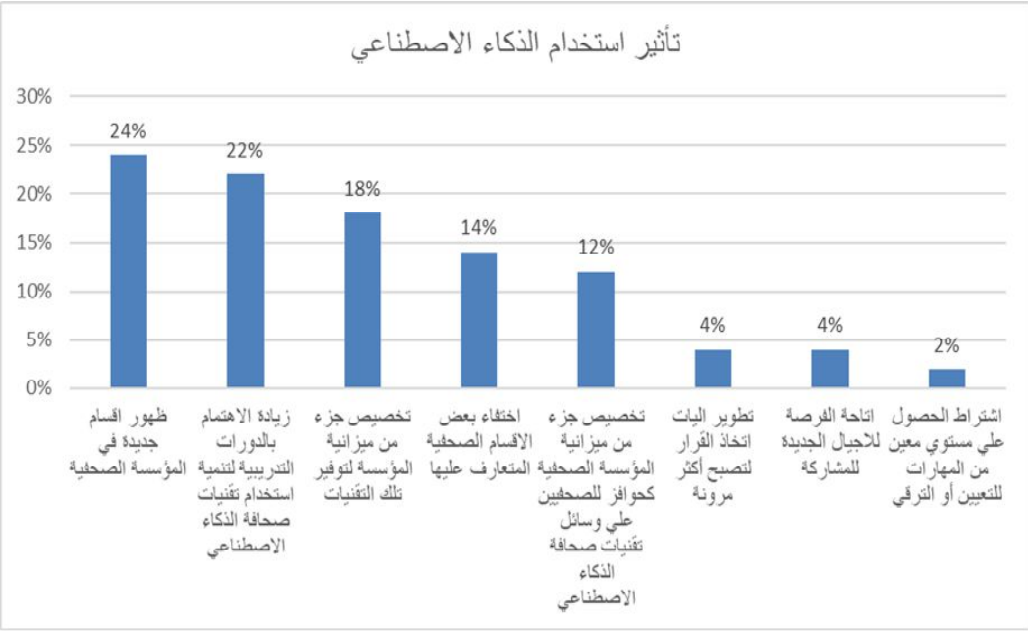


رسم بياني رقم (7) يوضح مساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

تبين النتائج السابقة مدى مساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي العمل الصحفي في زيادة بعض الأعمال الصحفية، حيث أكد 19.8٪ من القائمين بالاتصال -عينة الدراسة- أن التنوع في أسلوب المعالجة الصحفية والتوزان في أشكال وقوالب عرض المضمون الصحفي

يأتي في مقدمة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي التي ساعدت في العمل الصحفي، يليها الدقة في نقل الأنباء دون تحريف أو تشويه وذكر الحقائق كاملة بنسبة 18.3٪، ثم في المرتبة الثالثة "التعددية في تغطية كل المجالات بشكل كامل" وذلك بنسبة 16٪، وفي المرتبة الأخيرة مراعاة عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد بغرض لا مبرر له بنسبة 0.8٪.

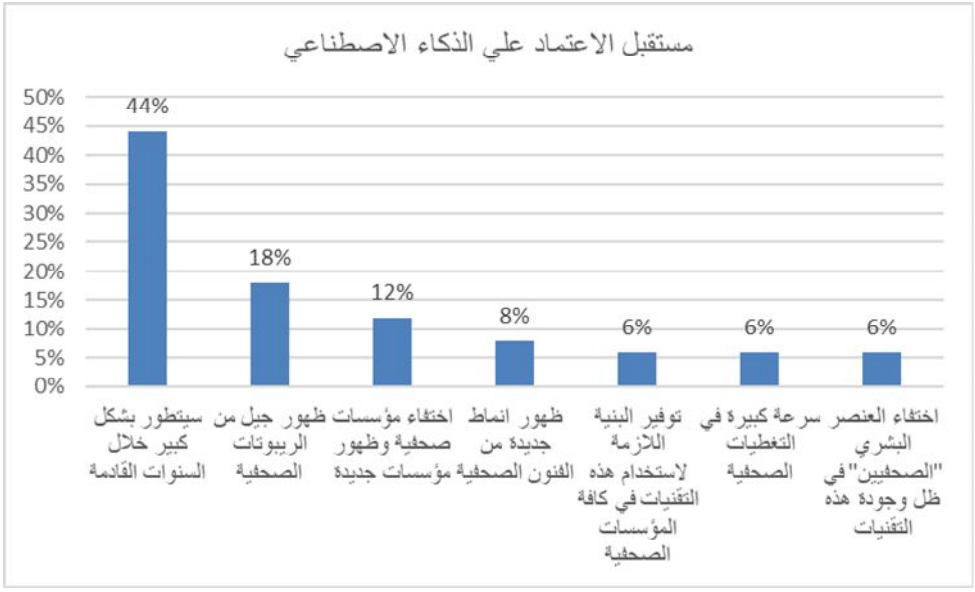
وتتفق هذه النتائج -إلى حد ما – مع دراسة Waleed Alli & Mohamed Hassoun [58] حيث توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطورًا كبيرًا في بيئة العمل الصحفي في العصر الرقمي، خاصة في ظل قدرتها على التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقًا لسياسة التحرير، وكذلك تخصيص المحتوى.



رسم بياني رقم (8) تأثير استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية اقتصاديًا وإداريًا

توضح نتائج الرسم البياني السابق تأثير استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية من الناحية الاقتصادية والإدارية، حيث يرى 24٪ من القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية أن ظهور أقسام جديدة في المؤسسة الصحفية في مقدمة تأثيرات استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية اقتصاديًا

وإداريا، يليها زيادة الاهتمام بالدورات التدريبية لتنمية استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي بنسبة 22٪، وبالمرتبة الثالثة جاء تخصيص جزء من ميزانية المؤسسة لتوفير تلك التقنيات وذلك بنسبة 18٪، وفي المرتبة الأخيرة جاء اشتراط حصول الصحفي على مستوى معين من المهارات للتعيين أو الترقي وذلك بنسبة 2٪.

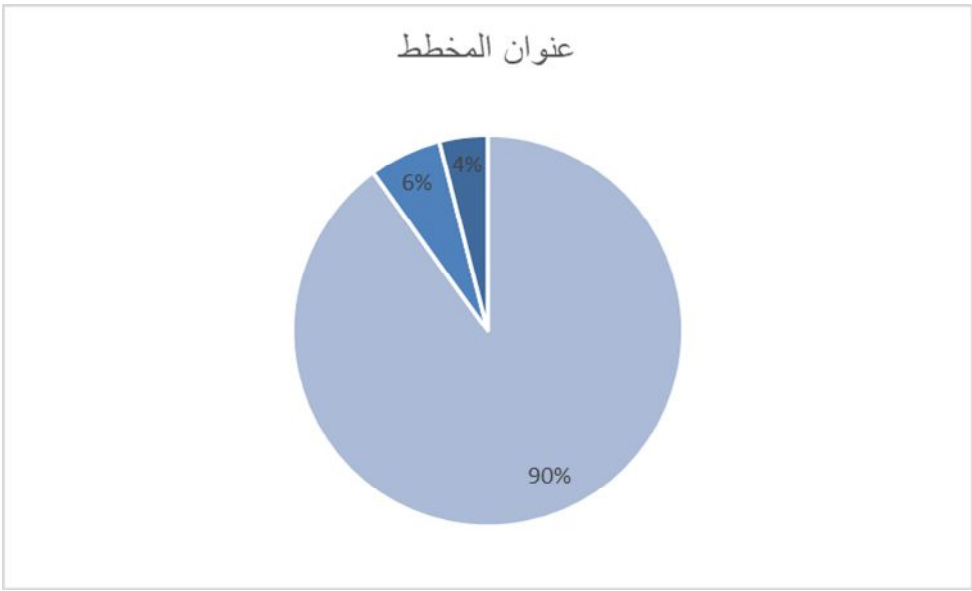


رسم بياني رقم (9) مستقبل الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية في إطار الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي

يوضح الرسم البياني مستقبل الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية في إطار الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يرى 44٪ من القائمين بالاتصال أن مستقبل الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية سيتطور كثيرًا في إطار الاعتماد على تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، بينما أشار 18٪ من الصحفيين إلى ظهور جيل من الروبوتات الصحفية، وبالمرتبة الأخيرة جاءت كل من فئة "توفير البنية اللازمة لاستخدام هذه التقنية قي كافة المؤسسات الصحفية" وفئة "سرعة كبيرة في التغطيات الصحفية" وفئة "اختفاء مؤسسات صحفية وظهور مؤسسات جديدة واختفاء العنصر البشري "الصحفيين" في ظل وجودة هذه التقنيات" وذلك بنسبة 6٪ لكل منهما.

وتتفق النتائج السابقة – إلى حد ما- مع دراسة Idoia Salazar [59]، التي اشارات إلى أن مستقبل العمل الصحفي سيقوم على أساس التعاون المباشر بنين الإنسان والروبوتات،

وهو ما يحتم على الصحفي أن يعيد التكيف مع الواقع الجديد، إضافة إلى استمرار الصحافة التقليدية جنبًا إلى جنب مع صحافة الذكاء الاصطناعي.



رسم بياني رقم (10) حدوث تغييرات في أوضاع الصحافة في المستقبل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي

يشير الرسم البياني السابق إلى توقع حدوث تغييرات في أوضاع الصحافة في المستقبل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث يرى 90٪ من القائمين بالاتصال عينة الدراسة بالمؤسسات الصحفية المصرية حودث تغييرات في أوضاع الصحافة المصرية في المستقبل نتيجة تلك التقنيات الخاصة بصحافة الذكاء الاصطناعي، بينما أشار 6٪ إلى أنه ربما قد تحدث تغييرات في أوضاع الصحافة نتيجة تلك التقنيات، فيما رفض 4٪ من القائمين بالاتصال عينة الدراسة بالمؤسسات الصحفية المصرية حدوث تغييرات في أوضاع الصحافة في المستقبل نتيجة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (5)

أهم التأثيرات المتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي

العبارة	نعم		ربما		لا		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
اتجاه مزيد من الصحف للأخذ بالمستجدات التكنولوجية	44	88.0	3	6.0	3	6.0	2.82	91.0
تحول بعض الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني	41	82.0	3	6.0	6	12.0	2.76	88.0
الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على التعامل مع هذه التقنيات	41	82.0	4	8.0	5	10.0	2.74	87.0
الاستفادة من هذه التقنيات في إنتاج المضمون للصحف	39	78.0	3	6.0	8	16.0	2.72	86.0
إنشاء مزيد من الصحف والمواقع الإلكترونية	37	74.0	5	10.0	8	16.0	2.64	82.0
وقوف الظروف المادية عائقًا أمام بعض الصحف في استخدامها لتقنيات الذكاء الاصطناعي	37	74.0	5	10.0	8	16.0	2.64	82.0
خلق فجوة تكنولوجية بين مؤسسات صحفية وأخرى	37	74.0	7	14.0	6	12.0	2.6	80.0
زيادة استثمار رجال الأعمال في المجال الصحفي	31	62.0	11	22.0	8	16.0	2.46	73.0
تطور الصحافة الورقية والإلكترونية "الاشان معًا"	30	60.0	11	22.0	9	18.0	2.38	69.0
مزيد من التعقيدات في إجراءات وشروط إصدار المؤسسات الصحفية	28	56.0	12	24.0	10	20.0	2.32	66.0
تحسين أوضاع الاقتصادية في الدول مما يؤثر على مستقبل الصحافة	23	46.0	10	20.0	17	34.0	2.26	63.0
حدوث تراجع في الأوضاع الاقتصادية بشكل يؤثر على ذلك النوع من الصحافة	20	40.0	14	28.0	16	32.0	2.12	56.0
تراجع هيمنة الدول على الإعلام والصحف	21	42.0	16	32.0	13	26.0	2.1	55.0
فرض مزيد من الرقابة والتقييد والتضيق على الصحف	19	38.0	17	34.0	14	28.0	2.04	52.0
اختفاء الصحافة التقليدية "الورقية"	22	44.0	20	40.0	8	16.0	2.04	52.0
سيبقى الوضع كما هو ولن يتغير	13	26.0	20	40.0	17	34.0	1.86	43.0
حدوث انتكاسة مستقبلية نحو التطور في حرية الرأى والتعبير	13	26.0	22	44.0	15	30.0	1.82	41.0
الحد من هامش الحرية المسموح به	13	26.0	26	52.0	11	22.0	1.74	37.0

تبين نتائج الجدول السابق أهم التأثيرات والمتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث جاء في المرتبة الأولى اتجاه مزيد من الصحف للأخذ بالمستجدات التكنولوجية بمتوسط حسابي2.82 وبوزن نسبي "91٪"، وفي المرتبة الثانية تحول بعض الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني بمتوسط حسابي 2.76 وبوزن نسبي "88٪"، وفي المرتبة الثالثة الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهليها لكي تكون قادرة على التعامل مع هذه التقنيات بمتوسط حسابي2.74 وبوزن نسبي "87٪"، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة الحد من هامش الحرية المسموح به بمتوسط حسابي 1.74 وبوزن نسبي "37٪".

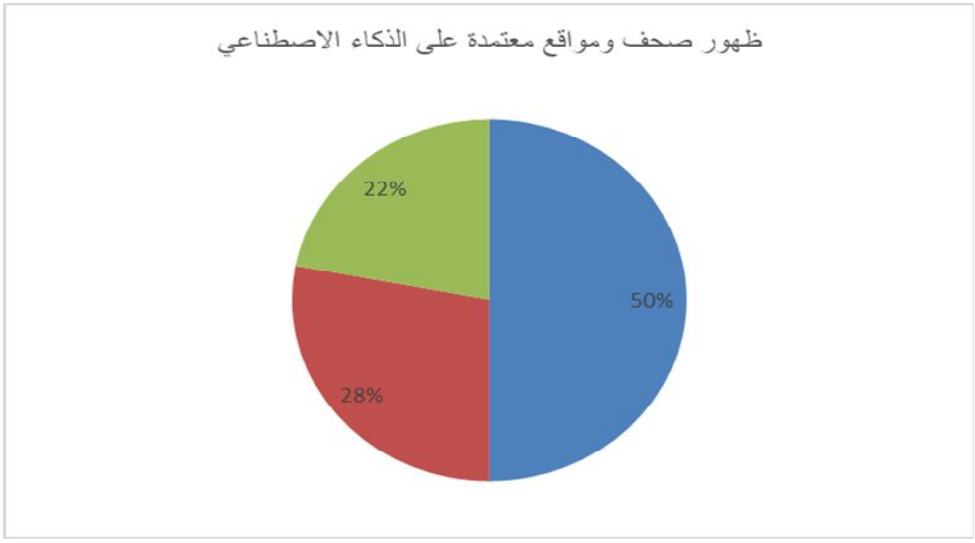
مما سبق يمكننا أن نستخلص مقياس أهم التأثيرات المتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، الذي يوضح الجدول الآتي:

جدول رقم (6)

مقياس أهم التأثيرات المتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي

التأثيرات	ك	٪	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إيجابية	31	62.0	2.58	0.57
متوازنة	17	34.0		
سلبية	2	4.0		
الإجمالي	50	100		

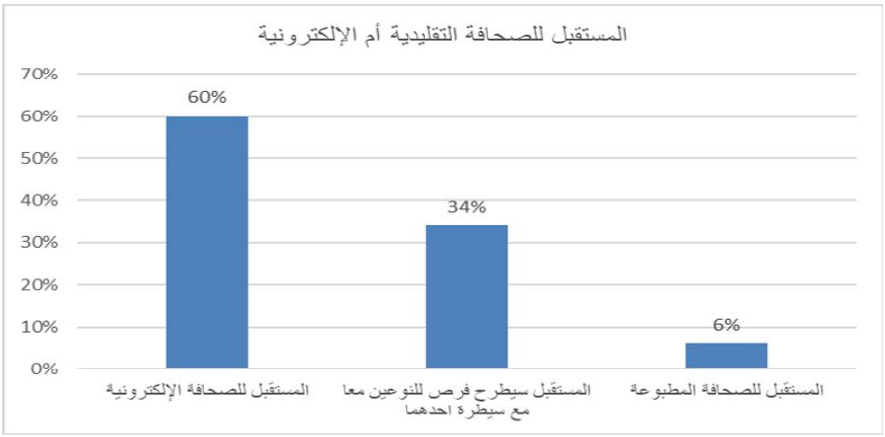
يبين الجدول السابق أهم التأثيرات المتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد بلغ المتوسط الحسابي "2.58" والانحراف المعياري "0.57"، كما يوضح الجدول أن أهم التأثيرات المتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي ستكون إيجابية وذلك بنسبة "62٪"، ثم بالمرتبة الثانية فئة "متوازنة" بنسبة "34٪"، وفي المرتبة الأخيرة جاء أن أهم التأثيرات المتوقع حدوثها للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي ستكون سلبية وذلك بنسبة "4٪".



رسم بياني رقم (11) المتوقع حول ظهور صحف ومواقع إلكترونية معتمدة على الذكاء الاصطناعي دون أي عنصر بشري

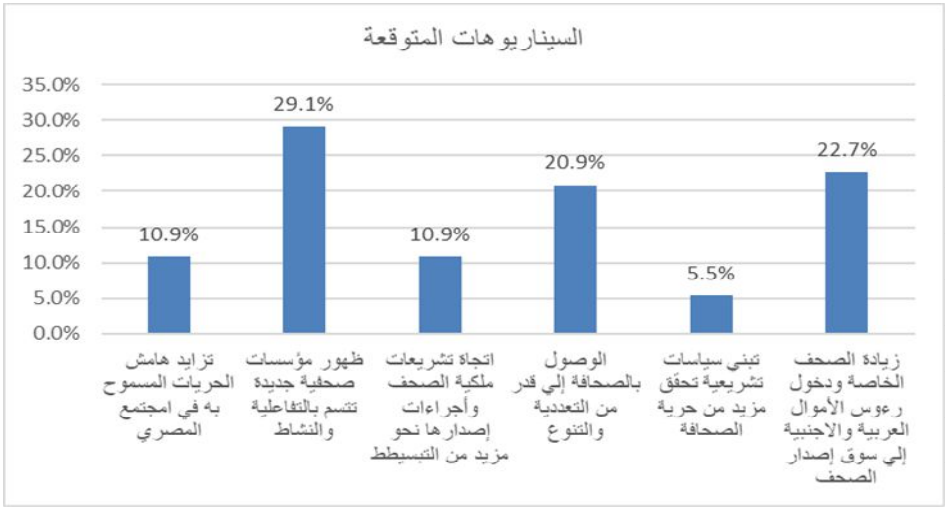
توقعت النسبة الأكبر من الصحفيين "50٪" عدم ظهور عديد من الصحف والمواقع الإلكترونية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي دون أي تدخل عنصر بشري، وعلى جانب آخر توقع "28٪" ظهور عديد من الصحف والمواقع الإلكترونية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي دون أي تدخل عنصر بشري، فيما يرى "22٪" أنه ربما قد يزيد ظهور عديد من الصحف والمواقع الإلكترونية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي دون أي تخدل عنصر بشري.

وتتفق نتائج الجدول السابق مع دراسة chenko Miroshni، A[60] التي توقعت أن غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية ستعتمد على الروبوت خلال العقد القادم لإنتاج أكبر قدر من المحتوى وبأسرع وقت ممكن بما يتوافق مع اقتصاديات عمل تلك المؤسسات لزيادة عدد الزيارات والمشاهدات لمواقعها الإلكترونية.



رسم بياني رقم (12) يوضح إذا كان المستقبل للصحافة المطبوعة أم للصحافة الإلكترونية

يبين الرسم البياني السابق توقعات القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية حول إذا كان المستقبل للصحافة المطبوعة أم للصحافة الإلكترونية في ظل وجود تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث يرى "60٪" أن المستقبل للصحافة الإلكترونية، بينما رأى "34٪" أن المستقبل سيطرح فرصًا للنوعين معًا مع سيطرة أحدهما، فيما رأى "6٪" أن المستقبل سيكون للصحافة المطبوعة.



رسم بياني رقم (13) يوضح السيناريوهات المتوقع حدوثها في المستقبل

توضح نتائج الرسم البياني السيناريوهات المتوقع حدوثها من وجهة الصحفيين -عينة الدراسة- حيال وجود تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث يرى "29.1٪" أن

السيناريو الأول المتوقع حدوثه هو ظهور مؤسسات صحفية جديدة تتسم بالتفاعلية والنشاط، بينما جاء السيناريو الثاني زيادة الصحف الخاصة ودخول رؤوس الأموال العربية والأجنبية إلى سوق إصدار الصحف بنسبة "22.7٪"، وفي المرتبة الأخيرة جاء سيناريو تبني سياسات تشريعية تحقق مزيدًا من حرية الصحافة بنسبة "5.5٪".

جدول رقم (7)

يوضح أهم الوظائف المتوقع أن تؤديها الصحافة في المستقبل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي

العبارة	موافق		لا رأي لي		أعترض		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
إحاطة القرَّاء بتطورات العصر الذي يعيشونه في أنحاء العالم المختلفة	45	90.0	5	10.0	-	-	2.9	95.0
تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة والتفصيلية حول موضوعات محددة تهم الجمهور	45	90.0	4	8.0	1	2.0	2.88	94.0
نشر أحدث الابحاث والمبتكرات في مجال التخصص	45	90.0	2	4.0	3	6.0	2.84	92.0
تجديد فنون الإخراج والتحرير الصحفي وأساليبهما	40	80.0	7	14.0	3	6.0	2.74	87.0
إعطاء فرصة للاقتراب من القراء وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة بما يحقق فائدة أكثر	38	76.0	10	20.0	2	4.0	2.72	86.0
التقرب من أصحاب التخصصات المختلفة	37	74.0	11	22.0	2	4.0	2.7	85.0
زيادة قاعدة القراء للصحافة	35	70.0	11	22.0	4	8.0	2.62	81.0
المساعدة على التربية والتثقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنية	30	60.0	14	28.0	6	12.0	2.48	74.0

يبين الجدول السابق وجهة نظر القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية المصرية حول الوظائف المتوقع أن تؤديها الصحافة في المستقبل في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث جاء في الترتيب الأول فئة إحاطة القراء بتطورات العصر الذي يعيشونه في أنحاء العالم المختلفة بمتوسط حسابي 2.9، وفي الترتيب الثاني فئة تقديم

الأخبار والمعلومات الدقيقة والتفصيلية حول موضوعات محددة تهم الجمهور بمتوسط حسابي 2.88، وفي الترتيب الأخير جاءت فئة المساعدة على التربية والتثقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمي القدرات الذهنية بمتوسط حسابي 2.48.

مما سبق يمكننا أن نستخلص مقياس الوظائف المتوقع أن تؤديها الصحافة في المستقبل، يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (8)

مقياس الوظائف المتوقع أن تؤديها الصحافة في المستقبل

الوظائف	ك	٪	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
سيؤدي عديدًا من الوظائف	43	86	2.86	0.35
سيؤدي الوظائف بشكل متوسط	7	14		
الإجمالي	50	100		

يبين الجدول السابق أن هناك وظائف من المتوقع أن تؤديها الصحافة في المستقبل في ظل وجود تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وذلك بمتوسط حسابي "2.86" وبانحراف معياري "0.35"، حيث احتلت المرتبة الأولى فئة "سيؤدي عديدًا من الوظائف" بنسبة "86٪"، ثم في المرتبة الثانية فئة "سيؤدي الوظائف بشكل متوسط" بنسبة "14٪".

جدول رقم (9)

يوضح مستقبل صناعة الصحافة في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

مستقبل صناعة الصحافة	ك	٪
انتشار صحافة الذكاء الاصطناعي	28	56
استمرار الصحافة التقليدية بجانب الروبوتات	12	24
اختفاء الصحافة التقليدية	10	20
المجموع	50	100

توضح نتائج الجدول السابق آراء المبحوثين حول مستقبل صناعة الصحافة في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يتوقع "56٪" من القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية انتشار صحافة الذكاء الاصطناعي، بينما يرى "24٪" استمرار الصحافة التقليدية بجانب الروبوتات، فيما يتوقع "20٪" اختفاء الصحافة التقليدية.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

صيغت السيناريوهات المستقبلية للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد المقبل (2021-2030) وفقًا لنتائج الدراستين النظرية والميدانية، والجمع بين البيانات الكمية والكيفية، وهذه السيناريوهات هي:

أولًا- سيناريو الإبداع أو السيناريو التفاؤلي:

يفترض هذا السيناريو حدوث نمو وازدهار كمي ونوعي للصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي كوسيلة مستحدثة، معتمدًا على تغيير الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي تمثل نقطة الانطلاق أو الافتتاحية لبدء عمل هذا السيناريو، حيث أجمع الخبراء أن صحافة الذكاء الاصطناعي سوف تخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام، حيث لا حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا قيود تضعها الحكومات على حرية نقل الخبر، أو الوصول إلى المعلومات، والمنافسة قوية للغاية، وأن الرابح في السباق من يقتنص تلك الفرص ويستحوذ على أحدث التقنيات الحديثة ويدمجها في صناعة الإعلام.

فمن الناحية السياسية، ينطلق هذا السيناريو من فرضية سياسية مؤداها استمرار النظام كما هو عليه الآن وتحقيق الديمقراطية الحقيقية المتمثلة في تسهيل الشروط والإجراءات اللازمة لإصدار الصحف والمواقع الإلكترونية، وزيادة هامش الحرية الصحفية التي تنعكس على معالجتها للقضايا بشكل عام، بما يؤدي إلى زيادة نسبة متابعتها وتأثيرها في الرأي العام، وازدهار الصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، حيث يرى ذلك 62٪ من الخبراء.

وتجدر الإشارة إلى أن نسبة 31٪ من القائمين بالاتصال توقعوا زيادة استثمار رجال الأعمال في المجال الصحفي في ظل تلك التقنيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي، وذلك لحماية مصالحهم الاقتصادية؛ بما سيؤدي إلى سيطرة رأس المال الحر، وهو ما يدعم الصحافة في ذلك الوقت "صحافة الذكاء الاصطناعي"، وكذلك يفترض هذا السيناريو ازدهار الحياة الخاصة ودخول رؤوس الأموال العربية والأجنبية إلى سوق إصدار الصحافة والمؤسسات القائمة على الذكاء الاصطناعي، وانعكاس ذلك على قيام عديد من رجال الأعمال بإصدار مواقع صحفية، ويعد ذلك دليلًا على النضج الفكري والمجتمعي للتعددية السياسية.

ويفترض هذا السيناريو أن الإيرادات المالية للصحافة لا تأتي من خلال الإعلان فقط؛ إنما هناك عديد من الفرص أمامها لتعزيز مدخولاتها المالية، ونتيجة التوسع في صناعة

المعلومات وإنتاج الخدمات المعلوماتية وتسويقها، خاصة القصص والمضامين المقترنة بالصوت والفيديو، والتحديث الدائم للأخبار، وقدرتها على المنافسة مع الوسائل الإعلامية الأخرى، وتسويق الإعلانات لزيادة الدخل.

كما أن اهتمام التحول الرقمي، وإنشاء المشروعات التنموية بما يحقق جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وجهود الدولة لتقليل الفجوة التنموية المختلفة، والإسراع بمعدلات التنمية، وحرص الدولة على دعم القطاعات الاقتصادية وتطويرها، سينعكس على دعم الصحافة، ويفترض هذا السيناريو أن التطورات التكنولوجية ستكون مؤثرة بشكل كبير على الصحافة، حيث يظهر هذا السيناريو التفاؤلي الجانب الإيجابي للتحديات التكنولوجية، ويصبح التحول الرقمي الأكثر انتشارًا في المستقبل لما به من مزايا متعددة.

وأشار عديد من الخبراء إلى أهمية الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة في ظل وجود تقنيات الذكاء الاصطناعي في إطاره، مؤكدين ضرورة اهتمام كليات الإعلام وأقسامه بتطوير المناهج والتدريب بما يتناسب مع سوق العمل ومتطلبات صحافة الذكاء الاصطناعي، وتزويد الصحفيين بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة صحافة الذكاء الاصطناعي.

وتوقع الخبراء أن يطرح المستقبل فرصًا أفضل للمحتوى الصحفي وذلك بنسبة 86٪، بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعاون والوصول إلى مصادر مختلفة، مع زيادة هامش الحرية الصحفية؛ ما ينعكس بشكل عام على الصحافة وزيادة تقديم الاخبار والمعلومات الدقيقة والتفصيلية حول قضايا وموضوعات محددة تهم الجمهور، ومراعاة مصداقية الأخبار ودقتها، وزيادة توثيق المعلومات.

وتتعد القوى الفاعلة في إطار هذا السيناريو، ويتزايد دورها الإيجابي وتأثيرها على الصحافة، سواء متمثلة في النظام السياسي "الحكومات- السلطات- الأحزاب السياسية"، وجماعات رجال الأعمال وأصحاب المصالح الاقتصادية، وكليات الإعلام وأقسامه.

ويتفق 62٪ على أن الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي ستشهد نموًا وازدهارًا في المستقبل، وأن المستقبل سيكون لصحافة الذكاء الاصطناعي، ثم استمرار الصحافة التقليدية بجانب الروبوتات، وأخيرًا اختفاء الصحافة التقليدية بنسبة 20٪.

المرتكزات العامة للسيناريو التفاؤلي:

- تحسين الأوضاع الاقتصادية والسياسية، مع مزيد من حرية التعبير عن الرأي.

- جلب مزيد من الاستثمارات وتزايد الإصدارات الصحفية القائمة على الذكاء الاصطناعي.
- وجود أجيال جديدة من الصحفيين يمكنها متابعة وتطوير الأنظمة الاتصالية الحديثة والتدريب عليها.

المسارات المستقبلية: ويقصد بها الوضع المستقبلي المبني على الوضع الابتدائي للسيناريو التفاؤلي:

يمكن وصف الوضع المستقبلي المتوقع للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي كالآتي:

- **على مستوى المضمون (المحتوى المقدم):** سيحدث تطور في المضمون الصحفي المقدم، إضافة إلى تنوع المضامين الصحفية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، ويتوقع الخبراء التنوع في أسلوب المعالجة الصحفية، والتوزان في أشكال وقوالب عرض المضمون الصحفي.
- **القائم بالاتصال:** سيسعى القائم بالاتصال إلى تطوير مهاراته، والاستعانة بخبرات أجنبية في مجال صحافة الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى الاستعانة ببرامج والتدريب عليها، وسيزداد وعي القائم بالاتصال بضرورة استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي والاستعانة بها في العمل الصحفي، وسيتبع ذلك تحسن في الأوضاع المادية بعد إقبال الجمهور بشكل أكبر على ذلك النوع من الصحافة، وبذلك سيزداد التسويق للمنتج الصحفي، وتزداد معدلات الإعلان.
- **الجمهور:** سيظهر وعي الجمهور بقيمة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي كوسيلة تساعده على فهم المواد الخبرية والتفسيرية واستيعابها، وذلك بعد نجاح المؤسسات الصحفية في تطوير مضامينها والتوسع في استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي، وستتنافس الوسائل الإعلامية المختلفة، مما ينعكس على زيادة ولاء القارئ لتلك المؤسسات لتقديم بيانات دقيقة يصعب التلاعب فيها.

ثانيًا- سيناريو الثبات أو السيناريو المرجعي:

يفترض هذا السيناريو ثبات مجموعة من العوامل والمتغيرات المرتبطة بتأثير تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة في مصر، في ظل منافسة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والتحديات التي تواجهه تطوير وانتشار صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل عام، واستخدام تقنيات تلك النوع من الصحافة بشكل خاص، ويبدأ

تشغيله في المستقبل القريب، الذي يعتمد في السنوات الخمس الأولى من الفترة المقترحة للدراسة، أي من 2021 حتى 2025.

فمن الناحية السياسية، يرى الخبراء من المبحوثين بأنه لن تحدث تغيرات في الأوضاع السياسية الحالية بشكل يؤثر على أوضاع الصحافة في مصر، ومن ثم سيحدث ثبات في شكل العلاقة الحالية بين الصحافة والسلطة السياسية.

ويفترض السيناريو أيضًا ثبات الأوضاع الاقتصادية، وتظل نسبة الاستثمارات والمشروعات التنموية كما هي، وإذا حدثت بعض التغيرات في الأوضاع الاقتصادية فلن يحدث تغير في أوضاع الصحافة في مصر.

فعلى الرغم من إدراك القائم بالاتصال لأهمية صحافة الذكاء الاصطناعي وتقنياتها؛ إلا أن تلك المؤسسات لم تدرك قيمة صحافة الذكاء الاصطناعي وتقنياتها، وأنه ما إذا تم الاستفادة من ذلك النوع من الصحافة فإنه بإمكان الصحف أن تصل إلى جمهورها بشكل أكبر وأوسع.

ونتيجة لذلك، لم تدرب المؤسسات الصحفية الصحفيين "القائم بالاتصال" على كيفية استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي أو توظيفها، وأنها لن تتوسع في إنشاء قسم خاص بصحافة الذكاء الاصطناعي، أو مؤسسات قائمة على الذكاء الاصطناعي، أو الاهتمام بتطويرها.

إن ما يحدث في المؤسسات الصحفية ما هو إلا محاولات فردية من القائم بالاتصال لتطوير أدائه أو مهاراته دون وجود دعم من المؤسسات الصحفية، وأن وضع صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الخاصة أفضل بكثير من المؤسسات الصحف القومية والحزبية، التي يكاد ينعدم فيها استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي، وذلك بالنظر إلى العوامل الآلية الخاصة بالإمكانيات المادية لتلك الصحف وعدم استعدادها لتدريب صحفييها على استخدام أية أنماط مستحدثة.

ويفترض هذا السيناريو أن التطورات التكنولوجية، خاصة تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، لم تؤثر على أوضاع الصحافة، فتستمر بعض الصحف المصرية دون استفادة من التطورات التكنولوجية الحديثة، وعدم نمو الصحف والمواقع الإلكترونية غير القائمة على الذكاء الاصطناعي، حيث إن بعض المؤسسات الصحفية لم تهتم بإمداد الصحفيين بأحدث الأدوات والتقنيات التي تتيح استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية؛ إذ لا توفر المؤسسات الأدوات والتدريب والتأهيل

الكافيين للقائمين بالاتصال لاستخدام تلك التقنيات، وتظل مستويات استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي كما هي دون تطور يذكر بالمؤسسات الصحفية المصرية.

ويفترض السيناريو أن العوامل المهنية التي تؤثر على أداء الصحافة تستمر كما هي، وتستمر العقبات التي تواجه القائمين بالاتصال في التعامل مع المصادر والوصول إلى المعلومات، واستمرار أوضاع الصحفيين كما هي، ويفترض هذا السيناريو أن معدلات قارئيه الصحافة ستظل كما هي ولن تتأثر بمنافسة وسائل الإعلام الأخرى وذلك بنسبة 16٪.

وتتعدد القوى الفاعلة في إطار هذا السيناريو، ويأتي في مقدمتها النظام السياسي، والأوضاع الاقتصادية، والتطور التكنولوجي.

المرتكزات العامة للسيناريو الثابت "المرجعي":

- التحسن النسبي للأوضاع الاقتصادية والسياسية في مصر.
- بطء التغير في القيادات الصحفية وعدم تمكين الصحفيين الشباب.
- حالات التخوف من التعامل مع صحافة الذكاء الاصطناعي.

المسارات المستقبلية: ويقصد بها المسارات التي يمكن أن تحدث في ظل ثبات الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في المؤسسات الصحفية واستمرار وجود تأثير لدور القوى الفاعلة.

ويمكن وصف الوضع المستقبلي للصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وفقًا لهذا السيناريو كالآتي:

- **على مستوى المضمون (المحتوى المقدم):** سيبقي المحتوى الذي تقدمه المؤسسات الصحفية كما هو دون تغيير، وستستمر محاولات قليل من تلك المؤسسات في توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل فعَّال يخدم المحتوى الصحفي المقدم.
- **القائم بالاتصال:** سيستمر تراجع الأوضاع الخاصة بالقائم بالاتصال في ظل عدم اهتمام المؤسسة الصحفية بالتأهيل أو التدريب، وتحمل القائم الاتصال عبء تدريب ذاته، وعدم وجود مكافآت أو منح للقائم بالاتصال المبتكر أو المبدع، فسيستمر الوضع كما هو عليه إلا في حالات قليلة، تتثمل في محاولة بعض من القائمين بالاتصال في تطوير ذاتهم أو محاولة التميز في جانب جديد هو استخدام وتطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل يخدم المحتوى المقدم، حيث يرغب الصحفي الذي يمتلك مهارات استخدام تقنيات صحافة

الذكاء الاصطناعي في العائد من تميز المعلومات المقدمة نفسها عن حدث عن غيرها في المؤسسات الصحفية والإعلامية الأخرى.

- **الجمهور**: سيستمر وضع الجمهور على ما هو عليه في اللجوء إلى الصحافة التقليدية للحصول على المعلومات؛ إلا أنه قد يشهد زيادة طفيفة في نسبة الاعتماد على صحافة الذكاء الاصطناعي.

ثالثًا-السناريو التشاؤمي أو السناريو الترددي:

يرى هذا السيناريو حدوث انهيار وتراجع للصحافة في المستقبل، سواء كان ذلك في إطار تراجع الصحافة الورقية ككل، أو حدوث ذلك بشكل منفصل، وذلك لتردي الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمهنية والتكنولوجية، بما ينعكس بالسلب على عناصر العملية الاتصالية بالنسبة للصحافة "المضامين- القائم بالاتصال- الجمهور"؛ لكن الخبراء -وفقًا للدراسة- يرون أن احتمالية حدوث هذا السيناريو ضعيفة.

فمن الناحية السياسية، يرى 19٪ من الصحفيين فرض مزيد من الرقابة والتقييد والتضيق على الصحف، ويفترض هذا السيناريو المطروح أن هناك تأثيرات سلبية لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي متوقع حدوثها، منها اختفاء العنصر البشري "القائم بالاتصال" في ظل وجود هذه التقنيات، وعدم الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية المرتبطة بالعمل الصحفي، حيث أشار 4٪ من الخبراء إلى هذا الجانب السلبي.

ويفترض هذا السيناريو تزايد الأعباء المالية، وتردي الصحافة التقليدية، وانخفاض معدلات التوزيع، حيث إن الركود الاقتصادي له مردود على إصدار الصحف، ونتيجة لذلك ضعف تأثير هذه الصحف على الرأي العام، وتوقع الخبراء أن هذه الصحف ومواقعها الإلكترونية لن يكتب لها النجاح، وأن هناك صعوبة للتوسع فيها، وذلك لضعف الإمكانيات التكنولوجية لديها ولدى الجهور، إضافة إلى ندرة الصحفيين المزودين بالمهارات التكنولوجية اللازمة لممارسة مهام العمل الصحفي بشكل عام، وصحافة الذكاء الاصطناعي بشكل خاص.

وأشار الخبراء إلى أن عدم توافر الموارد المالية الكافية، والاحتفاظ بفكرة الهيكل الوظيفي الروتيني للعاملين بالمؤسسة، وعدم القدرة على التدريب وضعف العنصر البشري، ينعكس على أداء تلك المؤسسات الصحفية.

ويتفق 40٪ من الخبراء على عدم الإقبال على الصحافة التقليدية مستقبلًا، نظرًا لتأثير منافسة وسائل الإعلام الأخرى القائمة على الذكاء الاصطناعي، حيث إن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد العمل الصحفي على التنوع في أسلوب المعالجة الصحفية والتوازن

في أشكال وقوالب عرض المضمون الصحفي، إضافة إلى الدقة في نقل الأنباء دون تحريف أو تشويه، وذكر الحقائق كاملة، إضافة إلى ضعف تمويل الصحافة التقليدية، وغياب الوعي بأهمية صحافة الذكاء الاصطناعي من قبل المسؤولين، وعدم تدريب الكوادر الصحفية وتأهليها لكي تكون قادرة على التعامل مع هذه التقنيات.

وتتنوع القوى الفاعلة في هذا السيناريو، ويأتي في مقدمتها النظام السياسي، ورجال الأعمال، والمؤسسات الصحفية الكبرى، والنظام الاقتصادي الذي سيتراجع ويتدهور بشكل كبير بما يؤثر وينعكس على وضع الصحافة، كما أن التطور التكنولوجي، خاصة تقنيات الذكاء الاصطناعي تؤدي دورًا مؤثرًا في مستقبل الصحافة التي ستزيد من المشكلات والتحديات لزيادة حدة المنافسة بين الوسائل الإعلامية بشكل عام، والمؤسسات الصحفية بشكل خاص، التي تستطيع بعض المؤسسات مواجهتها.

المرتكزات العامة للسيناريو التشاؤمي:

- تزايد الأعباء المالية للمؤسسات الصحفية، وانخفاض معدلات التوزيع، حيث إن الركود الاقتصادي له مردود على إصدار الصحف.
- ضعف تأثير الصحافة التقليدية على الرأي العام.
- انصراف عديد من القرَّاء عن الصحافة التقليدية لعدم اقتناع القارئ بجدية هذه الصحف، مع تراجع توزيعها وتدني الإعلانات بها.
- نقص العاملين المهنيين من صحفيين وتقنيين في المؤسسات الصحفية، وسوء البنية التحتية التكنولوجيا مما يؤثر سلبًا على إصداراتها.

المسارات المستقبلية: ويقصد بها الوضع المستقبلي المبني على الوضع الابتدائي للسناريو التشاؤمي.

ويمكن وصف الوضع المستقبلي المتوقع لصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في إطار السناريو التشاؤمي كالآتي:

- **على مستوى المضمون (المحتوى المقدم):** ستشهد الصحافة تدهورًا من حيث الشكل والمحتوى المقدم، ونتيجة لذلك عزوف الصحف عن نشر المحتوى، وبناء عليه عزوف الجمهور، حيث يأتي المحتوى على نحو ضعيف غير عميق لا يضيف جديدًا.
- **القائم بالاتصال:** انصراف الصحفيين عن الصحافة بشكل عام لعدم توافر المناخ المناسب، وعدم امتلاك الأدوات والمهارات اللازمة، وستشهد الصحافة غير

القائمة على الذكاء الاصطناعي تدهورًا؛ مما يؤدي إلى تراجع المضمون والشكل المقدم.

- **الجمهور**: سينصرف الجمهور عن قراءة الصحف لعدم احتوائها على مضامين جذابة تلبي رغبتهم في الفهم السريع للمعلومات.

ويمكن أن نستنتج من السيناريوهات السابقة عددًا من النتائج كالآتي:

أجمع الخبراء على أن العوامل التي من شأنها أن تؤدي إلى ضعف الصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي تتمثل في:

- عدم وجود قائم بالاتصال قادر على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في الصحافة.
- غلبة وجود كبار الصحفيين وعدم الاستعانة بشباب الصحفيين.
- تقصير تلك المؤسسات وعدم وجود صحفيين مؤهلين لاستخدام صحافة الذكاء الاصطناعي.

فيما تتمثل دوافع استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في الصحف في المستقبل فيما يلي:

- مواجهة انخفاض قارئية الصحف.
- محاولة زيادة أرباح المؤسسات الصحفية بعد زيادة التوزيع.
- رفع كفاءة العمل الصحفي للصحفيين.
- ستحقق الصحف التي تستخدم الذكاء الاصطناعي ترتيبًا متقدمًا بين الصحف والوسائل الإعلامية المنافسة.
- استثمار الإمكانات المادية والبشرية الكبيرة المتوافرة لدى هذه المؤسسات في تقديم صحافة متميزة.

وتوصل البحث إلى أن السيناريوهات المحتملة لا تتوقع المستقبل؛ وإنما ترسم صورًا للأحداث الممكنة الحدوث في المستقبل، وتستكشف النتائج المختلفة التي قد تظهر إذا تغيرت الافتراضات الأساسية.

حيث تشير كل الشواهد إلى تراجع الصحافة التقليدية، وأن هذه الصحف تواجه أزمة حقيقية خاصة في ظل بطء المؤسسات الصحفية في تبني التقنيات الحديثة بشكل، عام وتقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل خاص، وبناء على ذلك يظل التحدي الرئيسي أمام هذه المؤسسات الصحفية في كيفية تطوير نفسها ومواكبة تغيرات الثورة الرقمية، وعلى هذ الأساس فإن على الصحافة التقليدية أن تتحول لمؤسسات معتمدة على الذكاء

الاصطناعي، وتقدم خدمات إعلامية متكاملة، مع الأخذ بالمستجدات التكنولوجية الحديثة، وتقديم مضمون إعلامي يوزع ويعالج وفقًا لسمات كل وسيلة وخصائصها.

النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى عديد من النتائج أهمها:

- أكد 88٪ من القائمين بالاتصال- عينة الدراسة- رضاهم عن استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي، فيما أشار 12٪ أنهم غير راضين عن استخدام تلك التقنيات، حيث أكد 50٪ من القائمين بالاتصال عينة الدراسة ممن قالوا أن مؤسساتهم تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي أنهم راضون إلى حد ما عن مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العمل الصحفي وتطويره، بينما أشار 40٪ من القائمين بالاتصال إلى رضاهم التام عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العمل الصحفي وتطويره، فيما أشار 10٪ إلى أنهم غير راضين عن مستوى الخدمة في العمل الصحفي بالمؤسسات الصحفية المصرية.
- يرى 96٪ من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة أن لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي إيجابيات، في حين يرى 4٪ من الصحفيين عينة الدراسة بأنه لا توجد إيجابيات لتلك التقنيات، ومن ضمن إيجابيات تلك التقنيات سرعة تلقي الأخبار، ثم سهولة وسرعة التواصل مع مصادر مختلفة، وسهولة الحصول على المعلومات، والوصول إلى مصادر لم يستطع الصحفي الوصول إليها في الحقيقة.
- أكد 58٪ من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية أن تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ستؤثر على واقع التدريب التنفيذي، حيث يرى "26٪" أنه ربما سيكون لتقنيات الذكاء الاصطناعي تأثير على واقع التدريب التنفيذي، فيما أشار "16٪" إلى أنه لن يكون هناك تأثير لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي على واقع التدريب.
- كشفت النتائج أن المؤسسات الصحفية ستتجه إلى تكوين فريق أو جهاز متخصص من العاملين لمتابعة التدريب وتقويمه وإعداد الخطط المستقبلية وذلك بنسبة "38٪"، وفي المرتبة الثانية أنه سيزيد من عقد الدورات التدريبية وستصبح تتم بشكل دوري وذلك بنسبة "36٪"، وفي المرتبة الثالثة بنسبة "16٪" جاء الاهتمام بضرورة وضع تصورات واضحة لأهداف التدريب.

- يرى 72٪ من القائمين بالاتصال عينة الدراسة أن استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي سيؤثر على الزامات الصحفي المهنية والأخلاقية المرتبطة بأداء العلمي الصحفي، بينما يرى 28٪ من القائمين بالاتصال عينة الدارسة أن استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي لن يؤثر على التزامات الصحفي المهنية والأخلاقية المرتبطة بأداء العمل الصحفي.
- كشفت النتائج عن العوامل التي قد تؤدي إلى ضعف استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائمين بالاتصال، حيث جاء في المرتبة الأولى فئة عدم وجود صحافيين مؤهلين وذلك بنسبة 38٪، وفي المرتبة الثانية جاءت فئة التقليدية وعدم الابتكار بنسبة 28٪، ثم في المرتبة الثالثة عدم تمكين الشباب ووجود كبار الصحفيين وذلك بنسبة 26٪.
- توقع "40٪" من عينة الدراسة أنه لن يزيد الإقبال على الصحف في ظل تلك التقنيات، بينما يتوقع "36٪" بأنه سيزيد الإقبال على الصحف في حال وجود تقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما يرى "24٪" أنه ربما يزيد الإقبال على الصحف في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي.
- يرى "36٪" من عينة الدراسة أن المؤسسات الصحفية التي ستملكها رؤوس الأموال العربية والأجنبية سيكون لها الدور الأكبر في تحقيق طفرة نوعية وكمية للصحافة في المستقبل، يليها المؤسسات الصحفية التي ستؤول ملكيتها للعاملين فيها أو رجال الأعمال بنسبة "28٪"، بينما جاءت المؤسسات الصحفية الخاصة في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة "22٪"، ثم المؤسسات الصحفية المملوكة للدولة بنسبة "12٪".
- تنبأ 62٪ من القائمين بالاتصال بأن تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ستكون فرصة إيجابية لنمو الصحافة وازدهارها في المستقبل، فيما رأى 30٪ أنها قد تكون فرص إيجابية لنمو الصحافة وازدهارها في المستقبل، فيما رأى 8٪ أنها لن تكون فرص لنمو الصحافة.
- يرى "52٪" من الصحفيين عينة البحث أن التحديات الاقتصادية، كالمتغيرات المتعلقة بالتمويل والإنتاج، تأتي في قمة التحديات التي تواجهه صحافة الذكاء الاصطناعي، ثم تحديات متعلقة بتأهيل الصحفيين وتدريبهم، ثم التحديات الخاصة بالمؤسسة التي يعمل بها الصحفي.

التوصيات:

هناك عدد من المقترحات والتصورات التي من شأنها الارتقاء بالصحافة في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المستقبل، هي:

1- أهمية الاستفادة بخطوات التصميم المستقبلي لصحافة الذكاء الاصطناعي وإدراجها في مقررات كليات وأقسام الإعلام المصرية لما لها تأثير إيجابي على مستقبل الصحافة.

2- ضرورة تكوين فريق من المتخصصين في الدراسات المستقبلية وصحافة الذكاء الاصطناعي لدراسة كيفية تطبيق سيناريو المستقبل الأفضل للصحافة.

3- إقامة ندوات تحمل سيناريو مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

4- رفع كفاءة المحررين الصحفيين للصحف وتشجيعهم على توسيع دائرة مهاراتهم، وحضور دورات تدريبية خاصة عن الذكاء الاصطناعي

هوامش الدراسة:

1.هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي، (2021)، دور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث "دراسة استشرافية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، المجلد56، الجزء الرابع-4، يناير، الصفحة 1831-1879.

2.عيسى عبد الباقي عيسى، أحمد عادل عبد الفتاح، (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية، دراسة تطبيقية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 1، مج 19، ص1:67.

3.عمرو محمد عبد الحميد، (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر، المجلد 55-الجزء الخامس، أكتوبر، الصفحة 2798-2860.

4.Guzman, Andrea L, Swth C, Lewis. (2020) "Artificial intelligence and communication: A Human- Machine research agenda. "**New media& Society**".22.1 .p p70-86.

5.Moravec, Vaclavn. Mackovan Veronika,Sido, Jakub, Ektein, Kamil (2020). Communication Today, Trnava,11,Iss.1, pp.36-53.

6.Jeannette Paschen,(2020)."Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, **Journal of Product & Brand Management**", Volume 29 · Number 2 · p·p 223–233, Available at :https://bit.ly/3ibQ8km.

7.أيمن بريك، (2020). اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية، دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، **مجلة البحوث الإعلامية**. جامعة الأزهر، المجلد53، الجزء الثاني-2، الربيع، الصفحة 447-526.

8.Chan –Olmsted, Sylvia M.(2019). "A Review of Artificial Intelligence Adoption in the Media Industry. "**International Journal on media Management**" 21.3-4:193-215.
9.Waleed Alli & Mohamed Hassoun.(2019)." Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities «. International Journal of Media, Journalism and Mass Communications **JMJMC**.Vol. 5. Issue. 1 ،pp. 40:49.
10.Series,B.T.(2019). "Artificial Intelligence Artificial Intelligence Systems for programme production and exchange.Available at: https://www.itu.int/dms-pub/itu-r/opb/rep/R-REP-BT2447-2019-PDF-E.pdf.
11.Jonathan Stray.(2019)." Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism». Digital Journalism, Available Online : https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289 . pp. 1:23.
12.بسنت محمد عطية، (2019). 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 ".
13.Shields,R.(6 Juiy,2018) what the media industry really thinks aboud the impact of AI. Drum. Retieved from://www.thedrum.com/news/2018/07/06/what-the-mediaindustry-really-thinks-about-the-impact-ai.
14.Raconteur. (2018).future of media&entertainment.Retrieved from Raconteur from://www.dalet.com/sites/default/files/2018-07/Future%20of%20media%202018%20Report%20-%20Dalet.pdf.
15.Yair Galily.(2018)."Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change?». Technology in Society. pp. 1:5. Available Online : https://www.researchgate.net/publication/323826816_Artificial_intelligence_and_sports_journalism_Is_it_a_sweeping_change.
16.Blankespoor, Elizabeth,Ed dehaan,and Christina Zhu.(2018) "Capital market effects of media synthesis and dissemination:Enidence from robo-journalism."**Review of Acvounting Studies**".23.1:1-36.
17.Andry Miroshnichnichenko (2018).AI to Bypass Creativity.Will robots Replace journalists? (the Answer Is"Yes").Information.V.9.N.7.P.183.
18.Idoia Salazar. (2018). "Robots and Artificial Intelligence». New challenges of journalism. Doxa Comunicación,Vol. 27, pp. 296: 315. Available Online: https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9889/2/(EN)%20Monographic%204.pdf.
19.Nic Newman, N. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions**.(Digital News Project. Reuters News for study of journalism).

(2017)Available:at:https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017 04/Journalism,%20Media20%and%20Technology%20Trends%0and%20Predictions %202017.

20.Mark Hansen (2017).” Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism «. Tow Center for Digital Journalism and the Brown Institute for Media Innovation. pp. 1:21. Available Online : file:///C:/Users/DELL/ Downloads/PEF%20AI%20report%20September%202017%20WEB%20(4).pdf.

21.Andreas Graefe,(2016). Guide to Automated Journalism. Tow Center for Digital Journalism.USA:New York.Columbia School.

22.Miroshnicheko, Andreyn “robo- Journalism :the Third Threat”(2016).Yorj-Ryerson Future Communications Conference.(USE:York University).Available at :https ://www.researchgate.net/publication/313696831_Robojounalism_the_third_threa t.

23.Meredith Broussard,(2014). Artificial INTELLIGENCE FOR INVESTIGATIVE REPORTING Using an expert system to enhance journalists’ ability to discover original public affairs stories, **Digital Journalism**,Routledge Taylor &Francis Group.PP ,1-18.

24.Miroshnichenko, A. (2020). “AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is ‘Yes’)."**Information** (Switzerland) 9 (7).doi:10.3390/info9070183.

25.Ashwani Kumar Upadhyay and Komal Khandelwal,(2019). Artificial intelligencebased training learning from application, **DEVELOPMENT AND LEARNING IN ORGANIZATIONS**, VOL. 33 NO. 2, pp. 20-23.

26.The Reuters Institute digital news .(2018). Global Survey On Journalism and Media Futures .An annual global survey by the Futures Today Institute about how those working in news think about the Futures. https ://www.jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/JCOM-1701-2018-E.pdf.

27.Thurman,Neil,Konstantin Dorrn, and Jessica, Jessice Kunert.(2017).”when reporters get hands-on with robo-writing:Professionals consider automated Journalism’s capabilities and consequences.**Digital Journalism.**5.10.pp1240-1259.

28.Carlson, Matt.(2015). "The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority."**Digital journalism** 3.3:416-431.

29.Smithm,Aaron,and,Janna Anderson.(2014).”AI,Robotics,and the Future of Jobs “Pew Research Center 6 .Available at:htts://www.pewresearch.org/wpcontebt/uploads/sites/9/2014/08/Future-of-AI-Robptics-and-Jobs.pdf.

30.Randall Mayes,(2014). “The Future of Futurists: Can a Machine Produce This Forecast? “**THE FUTURIST**, November-December 2014 , World Future Society, www.wfs.org.

31.Frey, Carl Benedikt, and Michael A. Osborne.(2017). "The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? University of Oxford. “Oxford. Online verfügbar unter https://www. Oxford martin. ox. ac. uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment. pdf, zuletzt geprüft.

32.فؤاد بلمون، (2013)، **الدراسات المستقبلية واستشراف المستقبل**، مؤسسة دراسات وأبحاث قسم الفلسفة والعلوم الانسانية، الرباط، المغرب.

33.جورج وجيه عزيز، (2014)، علم دراسة المستقبل واستبصار مفهوم التصميم المستقبلي، بحث منشور **بمجلة التصميم الدولية**، الإصدار الرابع، العدد الثالث، القاهرة.

34.محمد عبد الحميد، (2004)، **البحث العلمي في الدراسات العلمية**، ط2، القاهرة، عالم الكتب، ص172.

35.محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 174-175.

36.أمينة مصطفي حامد، (2010)، اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسات تطبيقية على عينة من المواقع الإخبارية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص57.

37.أمينة الجمل، (2012)، ماهية الدراسات المستقبلية، مكتبة الإسكندرية، سلسلة تصدر عن وحدة الدراسات المستقبلية، **مجلة أوراق**، العدد رقم (5)، مصر، وحدة الدراسات المستقبلية، ص37.

38.أمينة الجمل، مرجع السابق، ص46.

39.B.J. Copeland, "Artificial intelligence" ،www.britannica.com

40.Chen,S.C.Y,&shen,M.C.(2019). “the fourth Industrial Revolution and the Development of Artificial Intelligence”. In Contemporary Issues International Political Economy (pp.333-346).Palgrave Macmillan, Singapore.

41.Chen,S.C.Y,&shen,M.C.(2019). op.cit, pp 333-346.

42.Flassinski,M.(2016).”History of Artificial Intelligence. In Introduction to Artificial Intelligence” (pp.3-13) .Spring, Cham.

43.زين عبد الهادي (2000)**، الذكاء الاصطناعي والنظم الخبيرة في المكتبات مدخل تجريبي للنظم الخبيرة في مجال المراجع**، (ط1)، القاهرة، المكتبة الأكاديمية.

44.عبد الله موسى، أحمد بلال (2019)، **الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر**، (ط1)، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.

45.Joe Keohane. (2017). “What News-Writing Bots Mean for the Future of Journalism”. Available Online : https://www.wired.com/2017/02/robots-wrotethis-story/

46.Idoia Salazar. (2018). op.cit, pp. 256.

47.Andreas Graefe. (2017) op.cit.

48.Waleed Alli & Mohamed Hassoun (2019):op.cit,pp.41

49.عيسى عبد الباقي، مرجع سابق.

50.Shields, R. (6July,2018). op.cit.

51.Daewon Kim, Seongcheol Kim, (2018): Newspaper Journalists' Attitudes toward Robot Journalism, **Telematics & Informatics**, vol, 35(2), pp. 340-357.
52.Stroh, Sean,(Dec2017). An Artificial World: As AI technology advances, so does its ability to assist journalists Editor & Publisher, Vol. 150 Issue 12, p32-37. 6p.
53.Shields, R. (6July, 2018). op.cit.
54.Ashwani Kumar Upadhyay and Komal Khandelwal,(2019) op.cit,pp. 20-23.
55.https://www.researchandmarkets.com/reports/5008865/global-media-intelligenceand- pr-software-market
56.Mark Hansen (2017).op.cit, pp. 1:21.
57.Alexander Fanta (2017). "Putting Europe's Robots on the Map: Automated journalism in news agencies", **Reuters Institute Fellowship Paper**, University of Oxford, pp.19-20.
58.Waleed Alli & Mohamed Hassoun.(2019). op.cit, pp. 40:49.
59.Idoia Salazar. (2018). "op.cit, pp. 296: 315
60.Miroshnichenko, A. (2020). op.cit.

References

61.- Abd Almueti, H. (2021), dawr aldhaka' alaistinaeii fi majal alsahafat 'athna' al'azamat walkawarith "dirasat aistishrafiati", majalat albuhuth al'iielamiati, jamieat Al'azhar, 56(4), 1831-1879.

62.Issa, I., Abdel-Fattah, A. (2020). aitijahat alsahufyyn walqiadat nahw tawzif taqniaat aldhaka' alaistinaeii dakhil ghuraf al'akhbar bialmuasasat alsahufiat almisrayti, dirasat tatbiqiati, almajalat almisrayt libuhuth alraay Aleam, kaliyt Al'iielam, jamieat Alqahira, 1, 19(1), 1:67.

63.Abd Alhamidi, A. (2020). tawzif tatbiqat aldhaka' alaistinaeii fi 'iintaj almuhtawaa al'iielamii waealaqatiha bimisdaqiatih ladaa aljumhur almisrii, majalat albuhuth al'iielamiati. jamieat Al'azhar, almujalad 55(5), 2798-2860.

64.Guzman, Andrea L, Swth C, Lewis. (2020) "Artificial intelligence and communication: A Human- Machine research agenda. "**New media& Society**".22.1 .p p70-86.

65.Moravec, Vaclavn. Mackovan Veronika,Sido, Jakub, Ektein, Kamil (2020). Communication Today, Trnava,11,Iss.1, pp.36-53.

66.Jeannette Paschen,(2020)."Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions, **Journal of Product & Brand Management**", Volume 29 · Number 2 · p·p 223–233, Available at :https://bit.ly/3ibQ8km.

67.Brik, A. (2020). aitijahat alqayimin bialaitisal nahw aistikhdam taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat alsahufiat almisriat walsaeudiati, dirasat maydaniatan fi 'iitar alnazariat almuahadat liqubul waistikhdam altiknulujia (UTAUT), majalat Albuhuth al'iielamiati. jamieat Al'azhar, 53(2), 447-526.

68.Chan –Olmsted, Sylvia M.(2019). "A Review of Artificial Intelligence Adoption in the Media Industry. "**International Journal on media Management**" 21.3-4:193-215.

69.Waleed Alli & Mohamed Hassoun.(2019)." Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities «. International Journal of Media, Journalism and Mass Communications **JMJMC**.Vol. 5. Issue. 1 ،pp. 40:49.

70.Series,B.T.(2019). "Artificial Intelligence Artificial Intelligence Systems for programme production and exchange.Available at: https://www.itu.int/dms-pub/itu-r/opb/rep/R-REP-BT2447-2019-PDF-E.pdf.

71.Jonathan Stray.(2019)." Making Artificial Intelligence Work for Investigative Journalism». Digital Journalism, Available Online : https://doi.org/10.1080/216 70811.2019.1630289 . pp. 1:23.

72.Attia, B. (2019). madaa taqabul al'iielamiyyn liaistikhdam ttbyqat aldhaka' alaistinaeii fi majal al'iielami. dirasat aistitlaeiyt ealaa eaynat min alqayimiyn

bialaitisal fi 'iitar namudhaj taqbal altiknulujya. almutamar aleilmiu alduwaliu kaliyt Al'iielam jamieat Alqahira "sinaeat al'iielam fi zili alfuras waltahaduyat altiknuluijyt walaistithmariy, 25. ".

73.Shields,R.(6 Juiy,2018) what the media industry really thinks aboud the impact of AI. Drum. Retieved from://www.thedrum.com/news/2018/07/06/what-the-mediaindustry-really-thinks-about-the-impact-ai.

74.Raconteur. (2018).future of media&entertainment.Retrieved from Raconteur from://www.dalet.com/sites/default/files/2018-07/Future%20of%20media%202018%20Report%20-%20Dalet.pdf.

75.Yair Galily.(2018).”Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change?». Technology in Society. pp. 1:5. Available Online : https://www.researchgate.net/publication/323826816_Artificial_intelligence_and_sports_journalism_Is_it_a_sweeping_change.

76.Blankespoor, Elizabeth,Ed dehaan,and Christina Zhu.(2018) ”Capital market effects of media synthesis and dissemination:Enidence from robo-journalism.”**Review of Acvounting Studies**”.23.1:1-36.

77.Andry Miroshnichnichenko (2018).AI to Bypass Creativity.Will robots Replace journalists? (the Answer Is”Yes”).Information.V.9.N.7.P.183.

78.Idoia Salazar. (2018). “Robots and Artificial Intelligence». New challenges of journalism. Doxa Comunicación,Vol. 27, pp. 296: 315. Available Online: https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9889/2/(EN)%20Monographic%204.pdf.

79.Nic Newman, N. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions**.(Digital News Project. Reuters News for study of journalism). (2017)Available:at:https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017 04/Journalism,%20Media20%and%20Technology%20Trends%0and%20Predictions %202017.

80.Mark Hansen (2017).” Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism «. Tow Center for Digital Journalism and the Brown Institute for Media Innovation. pp. 1:21. Available Online : file:///C:/Users/DELL/ Downloads/PEF%20AI%20report%20September%202017%20WEB%20(4).pdf.

81.Andreas Graefe,(2016). Guide to Automated Journalism. Tow Center for Digital Journalism.USA:New York.Columbia School.

82.Miroshnicheko, Andreyn “robo- Journalism :the Third Threat”(2016).Yorj-Ryerson Future Communications Conference.(USE:York University).Available at :https ://www.researchgate.net/publication/313696831_Robojounalism_the_third_threa t.

83.Meredith Broussard,(2014). Artificial INTELLIGENCE FOR INVESTIGATIVE REPORTING Using an expert system to enhance journalists' ability to discover original public affairs stories, **Digital Journalism**,Routledge Taylor &Francis Group.PP ,1-18.
84.Miroshnichenko, A. (2020). "AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is 'Yes')."**Information** (Switzerland) 9 (7).doi:10.3390/info9070183.
85.Ashwani Kumar Upadhyay and Komal Khandelwal,(2019). Artificial intelligencebased training learning from application, **DEVELOPMENT AND LEARNING IN ORGANIZATIONS**, VOL. 33 NO. 2, pp. 20-23.
86.The Reuters Institute digital news .(2018). Global Survey On Journalism and Media Futures .An annual global survey by the Futures Today Institute about how those working in news think about the Futures. https ://www.jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/JCOM-1701-2018-E.pdf.
87.Thurman,Neil,Konstantin Dorrn, and Jessica, Jessice Kunert.(2017)."when reporters get hands-on with robo-writing:Professionals consider automated Journalism's capabilities and consequences.**Digital Journalism.**5.10.pp1240-1259.
88.Carlson, Matt.(2015). "The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority."**Digital journalism** 3.3:416-431.
89.Smithm,Aaron,and,Janna Anderson.(2014)."AI,Robotics,and the Future of Jobs "Pew Research Center 6 .Available at:htts://www.pewresearch.org/wpcontebt/uploads/sites/9/2014/08/Future-of-AI-Robptics-and-Jobs.pdf.
90.Randall Mayes,(2014). "The Future of Futurists: Can a Machine Produce This Forecast? "**THE FUTURIST**, November-December 2014 , World Future Society, www.wfs.org.
91.Frey, Carl Benedikt, and Michael A. Osborne.(2017). "The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? University of Oxford. "Oxford. Online verfügbar unter https://www. Oxford martin. ox. ac. uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment. pdf, zuletzt geprüft.
92.Belmoun, F. (2013), aldirasat almustaqbaliat waistishraf almustaqbili, muasasat dirasat wa'abhath qism alfalsafat waleulum alansaniati, Alribat, Almaghrib.
93.Aziz, G. (2014), eilm dirasat almustaqbal waistibsar mafhum altasmim almustaqbali, bahath manshur bimajalat altasmim Alduwaliati, alqahirata, 3(4).
94. Abd Alhamidi, M. (2004), albahth aleilmiu fi aldirasat aleilmiati, ta2, Alqahira, Alam Alkatub, 172.

95.Hamid, A. (2010), aqtisadiaat 'iidarat almawaqie al'iikhbariat al'iiliktruniati: dirasat tatbiqiat ealaa eayinat min almawaqie al'iikhbariati, jamieat Alqahira, kuliyat Al'iielam, 57.
96.El-Gamal, A. (2012), mahiat aldirasat almustaqbaliati, maktabat al'iiskandiriati, silsilat tasdur ean wahdat aldirasat almustaqbaliati, majalat 'awraqi, aleadad raqm (5), Masr, wahdat aldirasat almustaqbaliati, 37.
97.B.J. Copeland, "Artificial intelligence" ،www.britannica.com
98.Chen,S.C.Y,&shen,M.C.(2019). “the fourth Industrial Revolution and the Development of Artificial Intelligence”. In Contemporary Issues International Political Economy (pp.333-346).Palgrave Macmillan, Singapore.
99.Chen,S.C.Y,&shen,M.C.(2019). op.cit, pp 333-346.
100.Flassinski,M.(2016).”History of Artificial Intelligence. In Introduction to Artificial Intelligence” (pp.3-13) .Spring, Cham.
101.eabd alhadi (2000), aldhaka' aliastinaeiu walnuzum alkhabirat fi almaktabat madkhal tajribiun lilnuzum alkhabirat fi majal almarajie, (ta1), alqahirati, almaktabat al'akadimiati.
102.Abd Alhadi, Z. (2000), aldhaka' aliastinaeiu walnuzum alkhabirat fi almaktabat madkhal tajribiun lilnuzum alkhabirat fi majal almarajie, (ta1), Alqahirati, almaktabat Al'akadimiati.
103.Musaa, A., Bilal, A. (2019), aldhaka' alaistinaeiu thawrat fi tiqniaat alasr, (ta1), Alqahira, almajmueat alearabiat liltadrib walnashri.
104.Joe Keohane. (2017). “What News-Writing Bots Mean for the Future of Journalism”. Available Online : https://www.wired.com/2017/02/robots-wrotethis-story/
105.Daewon Kim, Seongcheol Kim, (2018): Newspaper Journalists' Attitudes toward Robot Journalism, **Telematics & Informatics**, vol, 35(2), pp. 340-357.
106.Stroh, Sean,(Dec2017). An Artificial World: As AI technology advances, so does its ability to assist journalists Editor & Publisher, Vol. 150 Issue 12, p32-37. 6p.
107.https://www.researchandmarkets.com/reports/5008865/global-media-intelligenceand- pr-software-market
108.Alexander Fanta (2017). “Putting Europe’s Robots on the Map: Automated journalism in news agencies”, **Reuters Institute Fellowship Paper**, University of Oxford, pp.19-20.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

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

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

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

Editorial Secretaries:

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

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

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

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

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

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 58 July 2021 - part 3

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.