



دورتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيزالمصداقية وجودة المعلومات في
العمل الصحفي الإلكتروني

إعداد

محمد رأفت طلبة محمد

إشراف

د/ جورج لطيف زكي سيدهم

مدرس بكلية الإعلام

جامعة الجلالة

أ.د/ راندا رزق

أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام

التربوي

كلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

٢٠٢٥م

دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز المصداقية وجودة المعلومات في العمل

الصحفي الإلكتروني

إعداد

محمد رأفت طلبة محمد

إشراف

د/ جورج لطيف زكي سيدهم

أ.د/ راندا رزق

مدرس بكلية الإعلام

أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام

جامعة الجلالة

التربوي

كلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

المستخلص باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في دعم المصداقية والارتقاء بجودة المحتوى الصحفي، من خلال استطلاع آراء عينة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة قوامها (٢٠٠) صحفي. وتوصلت النتائج إلى أن هناك استخدامًا متزايدًا لتقنيات الذكاء الاصطناعي، خصوصًا في مجالات التحقق من الأخبار، والتحليل التلقائي للمحتوى، والمساعدة في التحرير، مما ينعكس إيجابيًا على جودة المنتج الصحفي. ومع ذلك، أظهرت الدراسة بعض التخوفات المهنية من الاعتماد الكامل على هذه الأدوات، ما يتطلب تعزيز التدريب والتوعية بالأبعاد الأخلاقية. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير مدونات سلوك مهنية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وضمان التوازن بين الكفاءة التقنية والمصداقية التحريرية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المصداقية، جودة المعلومات، الصحافة الإلكترونية، الصحافة الرقمية.

Abstract:

This study aims to examine the role of AI in promoting credibility and improving information quality in digital journalism by surveying a sample of journalists working in online news organizations. The study adopts a descriptive analytical approach, using a questionnaire administered to a sample of 200 journalists.

Findings indicate a growing reliance on AI tools, especially in fact-checking, automated content analysis, and editorial assistance, which contributes positively to the quality of journalistic output. However, concerns remain regarding over-reliance on these tools without adequate ethical oversight.

The study recommends the development of professional codes of conduct to regulate the use of AI in journalism and stresses the importance of balancing technical efficiency with editorial credibility.

Keywords: Artificial Intelligence, Credibility, Information Quality, Online Journalism, Digital Media.

الإطار العام للبحث:

مقدمة البحث:

شهدت البيئة الإعلامية في العقد الأخير تحولاً جذرياً في بنيتها وأدواتها ووظائفها، مدفوعة بتسارع التقدم التكنولوجي واعتماد المؤسسات الصحفية على الذكاء الاصطناعي كجزء لا يتجزأ من عمليات الإنتاج والتحرير والنشر. وقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل العلاقة بين الصحفي، والمعلومة، والجمهور، ما أفرز قضايا جديدة تتعلق بالمهنية والمصداقية وجودة المحتوى الصحفي، وهي قضايا تتقاطع مباشرة مع الدور المجتمعي للصحافة (Nechushtai & Lewis: 2020).

تُعد المصداقية أحد أعمدة المسؤولية المجتمعية في الإعلام، إذ يُبنى عليها الثقة العامة في وسائل الإعلام، بينما تمثل جودة المعلومات معياراً محورياً لتقييم الأداء التحريري والمؤسسي، خاصة في ظل سيل من الأخبار الزائفة والمحتوى المضلل المنتشر عبر المنصات الرقمية. (Tandoc et al. : 2018) في هذا السياق، ظهرت تقنيات الذكاء الاصطناعي كأدوات مساعدة يُعَوَّل عليها في التحقق التلقائي من الأخبار، وتحليل مصادر البيانات، وفهم توجهات الجمهور، ما أتاح إمكانيات غير مسبوقة لتحسين المحتوى ورفع كفاءته (Diakopoulos : 2019).

ورغم هذه الإمكانيات، إلا أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية لا يخلو من التحديات، خاصة ما يتعلق بموثوقية الخوارزميات، وتحكم الإنسان في الآلة، وتحيزات البيانات، مما يُثير تساؤلات جوهرية حول ما إذا كانت هذه التقنيات بالفعل تعزز المصداقية وجودة المعلومات أم تُهددهما.

وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى استقصاء دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز مصداقية المعلومات وجودتها في الصحافة الإلكترونية من خلال رصد أنماط الاستخدام المهني لهذه الأدوات، وتقييم الصحفيين أنفسهم لمدى إسهام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الصحفي ومطابقته للمعايير الأخلاقية والمهنية.

مشكلة البحث:

مع تصاعد الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الرقمية، برزت تطلعات كبيرة نحو تحسين الكفاءة وتعزيز جودة المحتوى، لا سيما في ظل التحديات المتزايدة التي تواجه الصحافة الإلكترونية مثل انتشار الأخبار الزائفة، وانخفاض الثقة الجماهيرية في

الوسائل الإعلامية. وقد رُوِّج لتقنيات الذكاء الاصطناعي على أنها أداة قادرة على رفع مصداقية المعلومات عبر التحقق التلقائي، وتحليل البيانات الضخمة، وتقليل التحيز البشري.

ومع ذلك، تظل هناك مخاوف مهنية مشروعة بشأن مدى موثوقية هذه الأدوات، خاصة في ضوء ما قد تحمله من تحيزات خوارزمية، وعدم وضوح آليات اتخاذ القرار التحريري. كما أن استخدام الذكاء الاصطناعي دون إطار أخلاقي واضح قد يُفضي إلى نتائج عكسية، من حيث إضعاف استقلالية الصحفي، أو تضليل الجمهور، بدلاً من خدمته بمحتوى موثوق وعالي الجودة.

وفي ضوء ما سبق، تتبع مشكلة البحث الحالي من الحاجة إلى فحص مدى إسهام تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية الإلكترونية في تعزيز المصداقية وجودة المعلومات الصحفية من وجهة نظر الصحفيين أنفسهم، مع الوقوف على التحديات والفرص التي تفرضها هذه التقنيات على الممارسة الإعلامية اليومية.

تساؤلات البحث

في ضوء ما سبق، يسعى البحث إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي:
التساؤل الرئيسي:

إلى أي مدى تُسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز المصداقية وجودة المعلومات في العمل الصحفي الإلكتروني؟ ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الصحفيون في المؤسسات الصحفية الإلكترونية؟

٢. ما دوافع استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في أداء مهامهم التحريرية؟

٣. ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مصداقية المحتوى الصحفي من وجهة نظر الصحفيين؟

٤. ما الدور الذي تلعبه هذه التقنيات في تحسين جودة المعلومات المقدمة للجمهور؟

٥. هل تختلف آراء الصحفيين حول أثر الذكاء الاصطناعي على المصداقية والجودة باختلاف متغيرات مثل (الخبرة - نوع الوسيلة - التخصص الصحفي)؟

فروض البحث :

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصداقية وجودة المعلومات.
٢. لا توجد فروض ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية في أبعاد واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية للصحفيين العاملين

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من عدة اعتبارات علمية ومهنية، حيث إنها تتناول تقاطعًا دقيقًا بين الابتكار التكنولوجي والأداء المهني والمسؤولية المجتمعية للصحافة، وهو تقاطع بات يؤثر بعمق على مستقبل الممارسة الإعلامية، خاصة في البيئة الرقمية.

١. الأهمية العلمية :

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعًا حديثًا وذو طبيعة متعددة الأبعاد، يتمثل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وهو مجال يتقاطع فيه التقدم التكنولوجي مع القيم المهنية. كما تسهم الدراسة في سد فجوة بحثية تتعلق بالعلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي وبين تعزيز المصداقية وجودة المعلومات، وهي من القضايا الجوهرية في الإعلام الرقمي.

٢. الأهمية التطبيقية :

يقدم البحث نتائج عملية يمكن أن تفيد:

- المؤسسات الصحفية الإلكترونية في تحسين سياسات استخدام الذكاء الاصطناعي.
- الصحفيين في تطوير مهاراتهم الرقمية بما يعزز جودة إنتاجهم الصحفي.
- صانعي القرار الإعلامي في صياغة لوائح تنظيمية تراعي البعد الأخلاقي والمهني لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الباحثين في الإعلام الراغبين في استكشاف تأثير التكنولوجيا على الممارسة الصحفية.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق ما يلي:

١. رصد واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية.
٢. تحليل مدى تأثير هذه التقنيات على مصداقية المعلومات الصحفية.
٣. تقييم دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الصحفي الرقمي.
٤. التعرف على الفروق بين الصحفيين في تقييمهم لاستخدام الذكاء الاصطناعي وفقاً لمتغيرات مثل الخبرة ونوع الوسيلة.

مصطلحات البحث:

أرتكز البحث الحالي علي المصطلحات التالية:

١. الذكاء الاصطناعي: Artificial Intelligence (AI)

يشير إلى الأنظمة والتقنيات الحاسوبية التي تحاكي القدرات البشرية في التفكير والتحليل واتخاذ القرار.

التعريف الإجرائي : استخدام الأدوات البرمجية الذكية داخل المؤسسات الصحفية الإلكترونية لأداء مهام تحريرية مثل توليد الأخبار، تحليل المحتوى، توصية الجمهور، والتحقق من البيانات سواء بشكل كلي أو جزئي.

٢. الصحافة الإلكترونية: Electronic Journalism

هي نوع من الصحافة التي تعتمد على النشر الرقمي للمحتوى الإخباري عبر الإنترنت. التعريف الإجرائي : تشير إلى المؤسسات الصحفية التي تنتج وتوزع محتواها عبر المنصات الإلكترونية مع توظيف الذكاء الاصطناعي في جزء من عملياتها التحريرية أو التفاعلية.

٣. المصداقية : Credibility

مدى موثوقية ودقة المعلومات الصحفية المقدّمة للجمهور، كما تُقاس من خلال ثقة المتلقي بها، وتطابقها مع الواقع، وشفافية مصادرها.

التعريف الإجرائي : تشير إلى مستوى إدراك الصحفيين لمدى إسهام تقنيات الذكاء الاصطناعي في دعم دقة الأخبار وموثوقية المعلومات ومطابقتها للواقع، كما يراها الجمهور والمؤسسة الإعلامية.

٤. جودة المعلومات : Information Quality

تعني: مدى تميز المحتوى الصحفي من حيث الشمول، الدقة، التحديث، الصياغة المهنية، ومدى ملاءمته لاحتياجات الجمهور.

التعريف الاجرائي : تشير إلى تقييم الصحفيين لمدى ما تتيحه تقنيات الذكاء الاصطناعي من تحسين في شمول المحتوى الصحفي، دقته، تنظيمه، وسرعة تحديثه، بما ينعكس على جاذبيته ومهنيته.

الاطار النظري للبحث:

أولاً: المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي.

أسهم تطور تكنولوجيا الاتصال في إحداث تأثيرات ضخمة على أصعدة مختلفة كان أحدثها تقنيات الذكاء الاصطناعي التي ظهرت عام ١٩٥٥ م في برنامج Theoric Theorist الذي أسسه كل من هيربرت سيمون Hirbirt Simun ، وألن نيويل Alan Niwyl ، وجون شو Jun Shw ، حيث تم تصميمه لتقليد القدرة البشرية على حل المشكلات، وساهم ذلك في ازدهار وتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العشرين عام الماضية، ويُعدّ مفهوم الذكاء الاصطناعي من علوم الحوسبة المرتبط بشكل كامل بأنظمة الخوارزميات، وتعتمد تقنياته على محاكاة مهارات البشر، وتقدم تقنيات الذكاء الصناعي مفهوماً آخرًا في مجال العمل الإعلامي يعكس تطوراً كبيراً أصبح يُعرف بالصحافة الخوارزمية أو صحافة الأتمتة أو صحافة الروبوت التي ستؤدي إلى تغييرات ضخمة في البنية الاتصالية للمؤسسات الإعلامية، وأساليب جمع البيانات وتحريرها، وبالتالي إحداث تحولات هامة في المرجعية المعرفية المتعلقة بالإعلام، ومميزاته والتأثيرات المجتمعية له حيث تزايد الاهتمام باستخدام الخوارزميات في العمل الإعلامي، الأمر الذي يثير أسئلة مهمة متعلقة بالأبعاد الثقافية والاقتصادية والمهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي في ضوء التحولات الكبيرة في المجال التقني(غسان إبراهيم: ٢٠٢٢).

مفهوم الذكاء الاصطناعي.

يعرف الذكاء الاصطناعي بعدة تعريفات فمنها أنه "فرع من فروع الحاسوب يهتم بدراسة وصناعة أنظمة حاسوبية يمكنها إنجاز أعمال تتطلب ذكاء بشرياً، وتمتاز بأنها تتعلم مفاهيم ومهام جديدة ويمكنها أن تفكر وتستنتج استنتاجات مفيدة حول العالم"(حسين شفيق: ٢٠٢٠). ويعرف أيضاً بأنه "مجال في العلوم الحاسوبية يهتم بتطوير النظم والأجهزة التي تتمتع بالقدرة على تنفيذ مهام تعتبر ذكية بطرق تشابه قدرات البشر. يهدف الذكاء الاصطناعي إلى

تصميم وتطوير الأنظمة التي تتعلم من البيانات وتقوم باتخاذ قرارات واتخاذ إجراءات بناءً على هذه البيانات (أشرف نبوي: ٢٠٢٤).

كما يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه "قدرة النظام على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحيح والتعلم من هذه البيانات واستخدام تلك المعارف لتحقيق أهداف ومهام محددة من خلال التكيف المرن" (Bawack: 2021)

وأيضاً من تعريفاته أنه "طريقة لصنع حاسوب أو روبوت يتم التحكم فيه بواسطة الكمبيوتر، أو برنامج يفكر بذكاء بنفس الطريقة التي يفكر بها البشر الأذكاء" (عبدالله موسى: ٢٠١٩).

أو هو "سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج الحاسوبية تجعلها تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها، ومن أهم هذه الخواص القدرة على التعلم والاستنتاج ورد الفعل على أوضاع لم تبرمج في الآلة" (فيروز لطرش: ٢٠٢٤).

وبأنه قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على القيام بمهام معينة تحاكي وتشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية، كالقدرة على التفكير أو التعلم من التجارب السابقة أو غيرها من العمليات الأخرى التي تتطلب عمليات ذهنية (محمود رمضان: ٢٠٢١).

تجارب مصرية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة:

بدأت عدة مؤسسات صحفية في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين إنتاجها الإعلامي وتطوير أدائها الرقمي، رغم أن الاستخدام لا يزال في مرحلة التجريبية أو الجزئية.

ومن أبرز المؤسسات الصحفية المصرية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي :

١- اليوم السابع: من أوائل المؤسسات التي بدأت في تجربة الروبوت الصحفي لإعداد تقارير الية عن نتائج مباريات كرة القدم وأسعار العملات، كما تستخدم أدوات لتحليل تفاعل الجمهور على الموقع الإلكتروني والسوشيال ميديا.

٢- المصري اليوم: تعتمد على أدوات تحرير مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتصحيح النصوص وتحسين العناوين ، كما تجرب استخدام التحليل الذكي لتوجهات القراء لتحديد الموضوعات الرائجة.

٣- بوابة الأهرام(مؤسسة الأهرام): بدأت في استخدام أدوات تحليل بيانات لتوجيه المحتوى والتوصية بالموضوعات التي تهتم الجمهور، كما تعمل على تطوير نظام لإدارة المحتوى يعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

٤- صدى البلد: تستخدم الذكاء الاصطناعي في منصاتها الرقمية لتحسين التفاعل مع المحتوى الاخباري، وايضا تعتمد أدوات لقياس الأداء اللحظي للمحتوى وتعديله وفق اهتمامات المستخدمين.

٥- مؤسسة أخبار اليوم: تسعى إلى تطوير منظومتها الرقمية من خلال ادخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وإنشاء محتوى مخصص للجمهور.

يمكن الإشارة إلى تجربة موقع FilFan المعني بنشر الأخبار الفنية والتابع لمجموعة مواقع " سرمدى" في مصر حيث أعلنت في ٢٠١٧م عن استعانتها بأحد أدوات الذكاء الاصطناعي وهي Chatbot وهو عبارة عن تطبيق ذكي يتيح خاصية الرد التلقائي على أوامر معينة عبر الإنترنت ويقدم لهم معلومات حول مواعيد أكثر من ٦٠ مسلسل و١٠٠ برنامج و٣٠ قناة في رمضان، لكن الاستخدام الحقيقي لصحافة الروبوت بما يعني جمع المعلومات والبيانات حول الأحداث وتصنيفها وإنتاجها كمواد صحفية ونشرها عبر المواقع الإخبارية لم يتحقق سوى في تجربة موقع القاهرة ٢٤ الإخباري حيث أعلن الموقع في إبريل الماضي، استخدامه للغة البرمجة لإنتاج البيانات الصحفية الاقتصادية دون أي تدخل بشري، لأول مرة في العالم العربي، وذلك تحت رعاية عدد من الجهات الرسمية أبرزها البورصة المصرية، ووزارة الاتصالات والشركة المصرية للاتصالات، بجانب مؤسسات القطاع الخاصة الرائدة كالبنك التجاري الدولي، وسامسونج الكترونيكس مصر، وهونر للهواتف المحمولة بمصر، واتصالات مصر، بالإضافة إلى دعم عدد من منظمات المجتمع المدني والكيانات الإعلامية وعلى رأسها نقابة الصحفيين(محمد جمال: ٢٠٢١).

المبحث الثاني: المصداقية الصحفية في البيئة الرقمية.

تُعدّ المصداقية أحد أبرز المحددات التي تقيس جودة المحتوى الصحفي، كما تمثل أساس الثقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية. وقد كانت المصداقية لعقود طويلة مرتبطة بمؤسسات إعلامية تقليدية تتبع نظامًا تحريرية صارمة وإجراءات تحقق دقيقة من الأخبار قبل النشر. إلا أن بروز البيئة الرقمية وما رافقها من تحولات تكنولوجية، مثل الإنترنت، ومنصات

التواصل الاجتماعي، وتقنيات الذكاء الاصطناعي، قد أوجد واقعاً إعلامياً جديداً، ساهم في إعادة تشكيل مفاهيم الإنتاج والتوزيع والتلقي للمحتوى الصحفي (Newman: 2023).

لقد أتاحت البيئة الرقمية للصحافة فرصاً واسعة للتفاعل المباشر، والوصول الفوري إلى مصادر المعلومات، والنشر اللحظي، إلا أنها في المقابل فرضت تحديات معقدة تتعلق بالمصداقية، نتيجة سهولة نشر الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، واعتماد بعض المؤسسات الإعلامية على خوارزميات الانتشار والتفاعل بدلاً من معايير الدقة والتحقق (Ward: 2020).

أولاً : السياق الرقمي وتأثيره على المصداقية:

في ظل التحول الرقمي، لم تعد المؤسسات الصحفية هي المصدر الوحيد للمعلومات، بل أصبح المجال مفتوحاً أمام الأفراد والمستخدمين العاديين، وهو ما زاد من حجم المحتوى غير الموثوق المتداول، وأضعف قدرة الجمهور على التمييز بين الصحافة المهنية والمحتوى العشوائي. هذا التداخل بين المحتوى المهني والمحتوى المولد تلقائياً أو العشوائي خلق فجوة في ثقة الجمهور، انعكست سلباً على مكانة الصحافة الرقمية، وأثارت تساؤلات حول دور الصحفي في العصر الرقمي (فتحي ابراهيم : ٢٠٢٢).

وتشير الدراسات إلى أن الشفافية الصحفية أصبحت أحد مداخل تعزيز المصداقية في العصر الرقمي، حيث بات مطلوباً من المؤسسات الإعلامية أن تكشف عن مصادرها، وطريقة جمعها للمعلومات، وأسباب اختيارها للزوايا التحريرية. كما أشار (Zamith : 2023) إلى أن المصداقية لم تعد ترتبط فقط بالمحتوى نفسه، بل بطريقة إنتاجه، ومدى التزام المؤسسة الإعلامية بقواعد السلوك المهني وأخلاقيات الصحافة الرقمية.

ثانياً : العوامل المؤثرة في المصداقية الرقمية:

من أبرز العوامل التي أصبحت تؤثر على المصداقية في البيئة الرقمية:

١. السرعة مقابل الدقة: السعي نحو السبق الإخباري أحياناً يكون على حساب التحقق من

صحة المعلومات (محمد عبدالحميد : ٢٠٢٢).

٢. الذكاء الاصطناعي: الاعتماد على روبوتات التحرير قد يؤدي إلى نشر أخبار دون تدخل بشري دقيق.

٣. خوارزميات الانتشار: المنصات الرقمية تروج لمحتوى أكثر تفاعلاً وليس بالضرورة أكثر مصداقية.

٤. ضعف مهارات التحقق لدى المستخدمين: جعلهم أكثر عرضة لتصديق المعلومات

المزيفة أو المشوشة. (Groshek & Tandoc: 2017)

ثالثاً : الحاجة إلى معايير رقمية للمصادقية:

في ظل هذه التحديات، تبرز ضرورة تطوير معايير مهنية رقمية للمصادقية الصحفية، تشمل:

١. سياسات تحرير واضحة وشفافة.
 ٢. توثيق المصادر بشكل رقمي قابل للتحقق.
 ٣. تدريب الصحفيين على التحقق من المعلومات الرقمية.
 ٤. تبني مؤسسات وهيئات مستقلة لرصد جودة المحتوى الرقمي وقياس مصداقيته.
- وقد أثبتت دراسات حديثة أن الجمهور يظل وفياً للمؤسسات الإعلامية التي تتبع سياسات تحريرية شفافة وتتمتع بتاريخ مهني موثوق، حتى في ظل طوفان المعلومات الرقمية (Newman: 2023).

رابعاً : تحديات المصادقية في البيئة الرقمية

١. الانتشار السريع للأخبار الكاذبة: (Fake News)
المنصات الرقمية سمحت بانتشار واسع لمحتوى غير موثوق، يصعب في كثير من الأحيان تمييزه عن المحتوى الصحفي المهني.
٢. ضعف التحقق المهني:
أدى تسارع النشر إلى تراجع بعض المعايير التحريرية التقليدية، مثل التحقق المسبق من المصادر.
٣. الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التصفية:
قد تؤدي إلى تعزيز "فقاعات الترشيح (Filter Bubbles) "التي تعزز التحيز وتحدّ من التعددية.
٤. ضعف الشفافية في المنصات الرقمية:
حيث لا يظهر للجمهور كيفية اختيار وترتيب الأخبار، مما يضعف ثقة المستخدمين.

المبحث الثالث: جودة المعلومات في الصحافة الإلكترونية

أصبح الحديث عن جودة المعلومات في الصحافة الإلكترونية من الموضوعات المركزية في دراسات الإعلام الرقمي، في ظل التحولات الجوهرية التي شهدتها الحقل الصحفي نتيجة التطور التكنولوجي، والانتقال من المنصات الورقية إلى الرقمية، وما تبعه من تغيير في آليات إنتاج وتحرير ونشر المحتوى. لقد وفّرت الصحافة الإلكترونية إمكانات هائلة في الوصول الفوري للجمهور، وتنوع مصادر المعلومات، وسرعة النشر، إلا أن هذه المزايا رافقتها تحديات نوعية

تتعلق بجودة المحتوى المنشور، ومستوى دقته، وصدقته، وملاءمته لاحتياجات المتلقي (عادة موسى : ٢٠٢١).

ففي ظل انفجار المعلومات الرقمي، أصبحت قدرة المتلقي على التمييز بين المحتوى الصحفي المهني والمحتوى منخفض الجودة أو المضلل أكثر صعوبة، خاصة مع هيمنة منطوق "التزند" و"التفاعل" على سياسات النشر، مما أدى إلى تراجع بعض المؤسسات عن المعايير المهنية التقليدية لصالح جذب الانتباه.

أولاً: مفهوم جودة المعلومات الصحفية

يُشير مصطلح "جودة المعلومات" في السياق الصحفي إلى مدى دقة، وموضوعية، ووضوح، وشمولية، وحدائثة، وقابلية التحقق من المعلومات المنشورة، بالإضافة إلى مدى التزامها بالمعايير الأخلاقية والمهنية، وتُعد جودة المعلومات الصحفية أحد المقاييس الجوهرية في تقييم أداء الوسيلة الإعلامية، وبناء الثقة بينها وبين جمهورها(رفعت البديري : ٢٠٢٠).

ثانياً: العوامل المؤثرة في جودة المعلومات في الصحافة الإلكترونية

تتعدد العوامل التي تؤثر في مستوى جودة المحتوى المنشور عبر الصحافة الإلكترونية، ومن أبرزها:

١. التحقق من المعلومات والمصادر: تعد موثوقية المصدر ودقته عنصراً أساسياً لضمان جودة المعلومة.
٢. التدقيق التحريري: ضعف الرقابة أو غياب المحرر التقليدي في بعض المنصات يؤدي إلى تراجع مستوى المراجعة والتحقق.
٣. الضغوط الاقتصادية والتجارية: سعي بعض المؤسسات نحو التفاعل والإعلانات قد يدفعها إلى التضحية بالجودة لصالح الكم.
٤. الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي: بينما يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع الإنتاج، إلا أن غيابه عن التقييم التحريري قد يؤدي إلى أخطاء في المعلومات (Diakopoulos : 2019).
٥. طبيعة الجمهور الرقمي: جمهور الإنترنت سريع الاستهلاك للمعلومة، مما يجعل بعض الوسائل تميل إلى التبسيط والإيجاز المخل.

ثالثاً : أبعاد جودة المعلومات في الصحافة الرقمية

وفقاً لأدبيات الإعلام والاتصال، تشمل جودة المعلومات الصحفية الرقمية عدة أبعاد رئيسية:

١. الدقة: (Accuracy) مدى صحة الحقائق والمعلومات الواردة في المادة الصحفية.
٢. الاكتمال: (Completeness) شمولية التغطية وعدم إغفال الجوانب الأساسية للموضوع.
٣. الوضوح: (Clarity) سهولة الفهم وخلو اللغة من التعقيد أو الغموض.
٤. التحقق من المصادر: (Verifiability) إمكانية تتبع مصدر المعلومة أو تأكيدها من جهة موثوقة.
٥. الحياد والموضوعية: (Objectivity) عدم التحيز لأي طرف، وتقديم التوازن في الطرح.
٦. التحديث الزمني: (Timeliness) مواكبة الأحداث وتقديم معلومات حديثة وأنية.
٧. الارتباط بالسياق: (Contextuality) مدى قدرة الخبر أو التقرير على توضيح خلفيات الموضوع وربطه بالإطار العام.

رابعاً: التحديات التي تواجه جودة المعلومات الصحفية

١. انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة
٢. التنافس غير المهني بين المواقع الإلكترونية
٣. غياب الضوابط الأخلاقية في بعض المنصات الإخبارية
٤. تراجع المهنية أمام خوارزميات الانتشار والتفاعل

خامساً: سبل تعزيز جودة المعلومات في البيئة الرقمية

١. تدريب الصحفيين على التحقق الرقمي وأخلاقيات الصحافة الإلكترونية
٢. اعتماد أدوات التحقق من المعلومات (Fact-checking tools)
٣. وضع مدونات سلوك رقمية واضحة
٤. تعزيز الشفافية في نشر مصادر المعلومات وطرق جمعها
٥. دمج الذكاء الاصطناعي في التحرير مع إشراف بشري صارم

الدراسة الميدانية:

نوع البحث:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة او موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، وتعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها، وتصل عن طريق ذلك الى اصدار تعليمات بشأن الموقف او الظاهرة المدروسة(سالم المالكي: ٢٠١٥).

منهج البحث:

نظرا لأن طبيعة البحث تهدف الى وصف وتحليل الظاهرة الاعلامية من مختلف جوانبها فإن الدراسة تعتمد على منهج المسح الميداني الإعلامي لرصد خصائص وسمات الظاهرة الاعلامية محل الدراسة من خلال جمع البيانات عنها وتحليل جميع عناصرها الظاهرة وابعادها وتفاعلاتها اعتمادا على منهج المسح بالعينة (ممدوح سالم: ٢٠١٩).

عينة البحث:

تم الاتجاه في هذا البحث إلى اختيار عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من الصحفيين العاملين في الصحافة الالكترونية بجريدة "الأهرام، أخبار اليوم، المصري اليوم، اليوم السابع، موقع القاهرة ٢٤، utopia" ذلك لجميع العاملين المستخدمين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ويمكن توضيح توزيع العينة من خلال الجدول التالي.

جدول رقم (١) يوضح توزيع عينة البحث

النسبة	التكرار	المؤسسة
١٨%	٣٦	الأهرام
١٥,٥٠%	٣١	أخبار اليوم
١٦,٥٠%	٣٣	المصري اليوم
١٨%	٣٦	اليوم السابع
١٦,٥٠%	٣٣	موقع ألقاهرة ٢٤
١٥,٥٠%	٣١	موقع UTOPIA
١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

ثبات وصدق الاستبيان.

١- ثبات الاستبيان :

يقصد بالثبات أن يعطى الاستبيان نفس النتائج إذا ما أعيد تطبيقه على نفس الأفراد فى نفس الظروف. والهدف من قياس ثبات الاستبيان هو معرفة مدى خلوه من الأخطاء التى قد تغير من أداء الفرد من وقت لآخر على نفس الاستبيان. وقد قام الباحث بحساب معامل الثبات على عينة استطلاعية بلغ عددها (٥٠) من الصحفيين العاملين فى الصحافة الإلكترونية، حيث رصد نتائجهم، واستخدم الباحث:

أ- ثبات ألفا كرونباخ:

تم حساب معامل الثبات للاستبيان باستخدام برنامج (SSPS 20)، وحصل على معامل ثبات (٠,٨٣٢) وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة ثبات عالية.

ب- ثبات التجزئة النصفية:

حيث تعمل تلك الطريقة على حساب معامل الارتباط بين درجات نصفى الاستبيان، حيث يتم تجزئة الاستبيان إلى نصفين متكافئين، يتضمن القسم الأول مجموع درجات الطلاب فى الأسئلة الفردية، ويتضمن القسم الثانى مجموع درجات الطلاب فى الأسئلة الزوجية، ثم حساب معامل الارتباط بينهما ، وتوصل الباحث إلى الجدول التالى :

جدول رقم (٢) ثبات الاستبيان باستخدام التجزئة النصفية

المفردات	العدد	معامل الارتباط	معامل الثبات لسبيرمان براون	معامل الثبات لجتمان
الجزء الأول	٢١	٠,٨٠١	٠,٨١٣	٠,٨١٣
الجزء الثانى	٢١			

يتضح من الجدول السابق أن معامل ثبات الاستبيان يساوى (٨١,٣%) ، وهو معامل ثبات يشير إلى أن الاستبيان على درجة عالية من الثبات، وهو يعطى درجة من الثقة عند استخدام الاستبيان كأداة للقياس فى البحث الحالى، ومؤشراً على أن الاستبيان يمكن أن يعطى النتائج نفسها إذا ما أعيد تطبيقه على العينة وفى الظروف التطبيق نفسها.

٢- صدق الاستبيان

الصدق هو "مدى استطاعة الأداة أو إجراءات القياس، قياس ما هو مطلوب قياسه"، وقد قامت الباحث بحساب الصدق على عينة استطلاعية بلغ عددها (٥٠) من الصحفيين العاملين فى الصحافة الإلكترونية، حيث تم رصد نتائجهم، واستخدم الباحث:

صدق الإتساق الداخلى

ويحسب الصدق الداخلى بالجذر التربيعى لمعامل الثبات، وبالتالي فإن الصدق الداخلى للاستبيان هو (٩١,٢١%) وهى نسبة عالية جدًا تجعل الاستبيان صالح لقياس ما وضع لقياسه .
نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها.

السؤال الأول :

للإجابة على السؤال الأول الذى ينص على "ما درجة توظيفك لتقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي؟". قام الباحث بتحليل وجهة نظر الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية على الإستبيان، وتوصل إلى النتائج التالية :

جدول رقم (٣) يوضح آراء الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي

م	الإستجابات	إستجابات العينة		الترتيب	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	٢كا	مستوى الدلالة
		التكرار	النسبة المئوية					
١	كبيرة جدًا	١٠	٥%	٤	٢,٤٧	٠,٨٥٠	٢١١,٥٥٠	٠,٠٠٠
٢	كبيرة	١١٦	٥٨%	١				
٣	متوسطة	٥١	٢٥,٥٠%	٢				
٤	ضعيفة	١٦	٨%	٣				
٥	ضعيفة جدًا	٧	٣,٥٠%	٥				

يوضح الجدول السابق إتجاه العينة إلى توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي بدرجة كبيرة، حيث جاءت العبارة "كبيرة" بنسبة مئوية (٥٨%) فى الترتيب الأول، وجاءت العبارة "متوسطة" بنسبة مئوية (٢٥,٥٠%) فى الترتيب الثانى. وجاءت العبارة "ضعيفة" بنسبة مئوية (٨%) فى الترتيب الثالث، وجاءت العبارة "كبيرة جدًا" بنسبة مئوية (٥,٥٠%) فى الترتيب الرابع، فى حين جاءت العبارة "ضعيفة جدًا" بنسبة مئوية (٣,٥٠%) فى الترتيب الخامس والأخير. وبلغ المتوسط الحسابى (٢,٤٧) وهو يقع ضمن مستوي متوسط إلى مرتفع على مقياس ليكرت مما يعكس توجهها ايجابيا عاما نحو استخدام الذكاء الاصطناعى فى المجال الصحفى، كما يوجد دلالة بين إستجابات الصحفيين العاملين العينة على السؤال (١-١) حيث كانت قيمة (٢كا) (٢١١,٥٥٠) دالة احصائيا عند مستوى (٠,٠١) .

السؤال الثانى :

للإجابة على السؤال الثانى الذى ينص على "ما أسباب توظيفك لتقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الصحفي؟". قام الباحث بتحليل وجهة نظر الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية على الإستبيان، وتوصل إلى النتائج التالية :

جدول رقم (٤) يوضح آراء الصحفيين في أسباب توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

م	الإستجابات	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
١	رفع مستوى كفاءة الصحفيين	١٥١	٧٥,٥٠%	١
٢	تسهيل تواصل الصحفيين مع الجمهور "بوت الدردشة"	٥٨	٢٩%	٦
٣	الكشف بدقة عن المحتوى المزيف	٤٣	٢١,٥٠%	٨
٤	جمع المعلومات بطرق آلية	١٣١	٦٥,٥٠%	٤
٥	تحويل الصوت إلى نصوص والعكس	١٤٥	٧٢,٥٠%	٣
٦	المونتاج الصحفي الآلي	١٤٦	٧٣%	٢
٧	مراقبة مصادر الأخبار وتتبع الأخبار العاجلة	٤١	٢٠,٥٠%	٧
٨	اقتراح الأفكار والعناوين الصحفية	٣٠	١٥%	٩
٩	مواكبة التطور التكنولوجي	٦٩	٣٤,٥٠%	٥
١٠	تسريع صياغة الأخبار	٢٢	١١%	١٠

يوضح الجدول السابق اتجاه العينة في تحديد أسباب توظيف لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث جاءت العبارة "رفع مستوى كفاءة الصحفيين" بنسبة مئوية (٧٥,٥٠%) في الترتيب الأول، وجاءت العبارة "المونتاج الصحفي الآلي" بنسبة مئوية (٧٣%) في الترتيب الثاني، وجاءت العبارة "تحويل الصوت إلى نصوص والعكس" بنسبة مئوية (٧٢,٥٠%) في الترتيب الثالث، وجاءت العبارة "جمع المعلومات بطرق آلية" بنسبة مئوية (٦٥,٥٠%) في الترتيب الرابع، وجاءت العبارة "مواكبة التطور التكنولوجي" بنسبة مئوية (٣٤,٥٠%) في الترتيب الخامس، وجاءت العبارة "تسهيل تواصل الصحفيين مع الجمهور" بوت الدردشة" بنسبة مئوية (٢٩%) في الترتيب السادس، وجاءت العبارة "مراقبة مصادر الأخبار وتتبع الأخبار العاجلة" بنسبة مئوية (٢٠,٥٠%) في الترتيب السابع، وجاءت العبارة "الكشف بدقة عن المحتوى المزيف" بنسبة مئوية (٢١,٥٠%) في الترتيب الثامن، وجاءت العبارة "اقتراح الأفكار والعناوين الصحفية" بنسبة مئوية (١٥%)، في حين جاءت العبارة "تسريع صياغة الأخبار" بنسبة (١١%) في الترتيب العاشر والأخير.

السؤال الثالث :

للإجابة على السؤال الثالث الذي ينص على "ما درجة انعكسات توظيفك لتقنيات الذكاء الاصطناعي على المصداقية في العمل الصحفي؟". قام الباحث بتحليل وجهة نظر الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية على الإستبيان، وتوصل إلى النتائج التالية :

جدول رقم (٥) يوضح آراء الصحفيين العاملين في درجة انعكسات توظيف لتقنيات الذكاء الاصطناعي على المصادقية في العمل الصحفي

م	الإستجابات	إستجابات العينة		الترتيب	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	كا	مستوى الدلالة
		النسبة المئوية	التكرار					
١	كبيرة جدًا	٣٧,٥٠%	٧٥	١	٢,١٠	١,١٥	٨٩,٦٥	٠,٠٠٠
٢	كبيرة	٣٤%	٦٨	٢				
٣	متوسطة	١٦%	٣٢	٣				
٤	ضعيفة	٦,٥%	١٣	٤				
٥	ضعيفة جدًا	٦%	١٢	٥				

يوضح الجدول السابق إتجاه العينة في تحديد درجة انعكسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على المصادقية في العمل الصحفي بدرجة كبيرة جدًا، حيث جاءت العبارة "كبيرة جدًا" بنسبة مئوية (٣٧,٥٠%) في الترتيب الأول، وجاءت العبارة "كبيرة" بنسبة مئوية (٣٤%) في الترتيب الثاني. وجاءت العبارة "متوسطة" بنسبة مئوية (١٦%) في الترتيب الثالث، وجاءت العبارة "ضعيفة" بنسبة مئوية (٦,٥%) في الترتيب الرابع، في حين جاءت العبارة "ضعيفة جدًا" بنسبة مئوية (٦,٥%) في الترتيب الخامس والأخير. كما يوجد دلالة بين إستجابات الصحفيين العاملين العينة على السؤال الثاني حيث كانت قيمة (كا) (٨٩,٦٥٠) دالة احصائيا عند مستوى (٠,٠١).

السؤال الرابع :

للإجابة على السؤال الرابع الذي ينص على "كيف تضمن أن استخدام الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى نشر معلومات مضللة أو متحيز؟". قام الباحث بتحليل وجهة نظر الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية على الإستبيان، وتوصل إلى النتائج التالية :

جدول رقم (٦) يوضح آراء الصحفيين في ضمان استخدام الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى نشر معلومات

مضللة أو متحيز

م	الإستجابات	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
١	طلب المراجع للرجوع للمعلومة	١٣٣	٦٦,٥٠%	١
٢	إعادة صياغة السؤال بشكل دقيق	١١	٥,٥٠%	٤
٣	عدم التعامل مع الذكاء الاصطناعي على أنه خبير أو مصدرًا موثوقًا للمعلومات، بقدر ما يتم اعتباره أداة مساعدة	٣١	١٥,٥٠%	٢
٤	اتأكد من التحديثات للتطبيقات	١٤	٧%	٣

جدول رقم (٦) يوضح آراء الصحفيين في ضمان استخدام الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى نشر معلومات مضللة أو متحيز

م	الإستجابات	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
٥	مقارنة المعلومات بأكثر من برنامج	١١	٥,٥%	٤

يوضح الجدول السابق إتجاه العينة في ضمان استخدام الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى نشر معلومات مضللة أو متحيز بدرجات متقاربة، حيث جاءت العبارة "طلب المراجع للرجوع للمعلومة" بنسبة مئوية (٦٦,٥٠%) في الترتيب الأول، وجاءت العبارة "عدم التعامل مع الذكاء الاصطناعي على أنه خبير أو مصدرًا موثوقًا للمعلومات، بقدر ما يتم اعتباره أداة مساعدة" بنسبة مئوية (١٥,٥٠%) في الترتيب الثاني، وجاءت العبارة "اتأكد من التحديثات للتطبيقات" بنسبة مئوية (٧%) في الترتيب الثالث، في حين جاءت العبارة "إعادة صياغة السؤال بشكل دقيق" والعبارة "مقارنة المعلومات بأكثر من برنامج" بنسبة (٣,٥%) في الترتيب الرابع والأخير.

إحصاء الفروض لاستجابات الصحفيين:

١- الفرض الأول :

ينص الفرض الأول للبحث على " توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصادقة وجود المعلومات".

للتحقق من صحة هذا الفرض قام الباحث بتطبيق الإستبيان على عينة الصحفيين العاملين، وبعد رصد النتائج وتحليلها باستخدام معامل الارتباط (Correlate) لبيرسون عن طريق برنامج (SSPS 20) ، توصل الباحث إلى الجدول التالي:

جدول رقم (٧) يوضح نتيجة الفرض الأول

المسؤولية المجتمعية		
قيمة الدلالة	قيمة الارتباط	
٠,٠١	**٠,٦٩٨	اهتمام الصحفيين بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
٠,٠١	**٠,٧٥٣	تحديات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية
٠,٠١	**٠,٥٩٧	العوامل المؤثرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
٠,٠١	**٠,٧٢٢	أجمالي استخدام الصحفيين العاملين

* دالة عند مستوى (٠,٠٥)

من خلال الجدول السابق يتضح وجود علاقة إرتباطية موجبة بين استخدام الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصداقية وجودة المعلومات.

٢- الفرض الثاني :

ينص الفرض الثاني للدراسة على "لا توجد فروض ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية في أبعاد واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية للصحفيين العاملين"

متغير النوع:

للتحقق من صحة هذا الفرض قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة من الصحفيين العاملين وبعد رصد النتائج وتحليلها باستخدام إختبار (Paired-Samples T Test) (بما يتفق مع العينات المتصلة ذات المجموعة الواحدة المساوية أو أكبر من ٣٠ فرد) عن طريق برنامج (SPSS 20) توصل الباحث إلى:

جدول رقم (٨) دلالة الفرق بين استجابات الصحفيين العاملين في استخدام الذكاء الاصطناعي في ضوء متغير النوع

التطبيق	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	د.ح	قيمة (ت)	الدلالة	مستوى الدلالة
الذكور	١٠٩	٥٦,٩٢	٥,٢٦٤	١٩٨	١,٣٧٢	٠,١٧٢	غير دالة
الإناث	٩١	٥٧,٨٦	٤,٢٣٩				

ويتضح من الجدول السابق أن مستوى الدلالة أكبر من (٠,٠١) أو (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطى درجات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء متغير النوع، حيث جاء متوسط درجات الذكور مساوياً (٥٦,٩٢) وجاء متوسط درجات الإناث مساوياً (٥٧,٨٦). مما يدل على تقارب استخدام الذكور والإناث لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية

متغير العمر:

لإختبار صحة الفرض قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة من الصحفيين العاملين وحساب تحليل التباين أحادى الاتجاه (One Way ANOVA) لحساب دلالة الفروق بين الفئات المختلفة (٢٠ إلى ٣٠ سنة، ٣٠ إلى ٤٠ سنة، ٤٠ إلى ٥٠ سنة، أكثر من ٥٠ سنة) عن طريق برنامج (SPSS 20) وتوصلت إلى الجدولين التاليين :

جدول رقم (٩) متوسطات والانحرافات المعيارية لإستجابات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

العمر	العدد	المتوسطات	الانحرافات المعيارية
من (٢٠) سنة إلى أقل من (٣٠) سنة	٧٣	٥٧,١٥	٥,٢٢٧
من (٣٠) سنة إلى أقل من (٤٠) سنة	٥٧	٥٧,٣٠	٤,١٤٩
من (٤٠) سنة إلى أقل من (٥٠) سنة	٤٤	٥٧,٨٢	٥,٤٧٠
من (٥٠) سنة فأكثر	٢٦	٥٧,١٩	٤,١٠٩

جدول (١٠) تحليل التباين احادى الاتجاه لإستجابات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٣,٣٣٩	٣	٤,٤٤٦	٠,١٨٨	٠,٩٠٥
داخل المجموعات	٤٦٣٩,٨٥٦	١٩٦	٢٣,٦٧٣		
الإجمالي	٤٦٥٣,١٩٥	١٩٩			

ويتضح من الجدولين السابقين أن مستوى الدلالة أكبر من (٠,٠١) أو (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء متغير العمر، حيث جاء متوسط درجات العمر من (٢٠) سنة إلى أقل من (٣٠) سنة مساوياً (٥٧,١٥)، وجاء متوسط درجات العمر من (٣٠) سنة إلى أقل من (٤٠) سنة مساوياً (٥٧,٣٠)، وجاء متوسط درجات العمر من (٤٠) سنة إلى أقل من (٥٠) سنة مساوياً (٥٧,٨٢)، في حين جاء متوسط درجات العمر من أكبر من (٥٠) سنة مساوياً (٥٧,١٩). مما يدل على تقارب أعمار الصحفيين العاملين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية.

متغير المؤسسة الصحفية:

لإختبار صحة الفرض قام الباحث بتطبيق الاستنبان على عينة من الصحفيين العاملين وحساب تحليل التباين أحادى الاتجاه (One Way ANOVA) لحساب دلالة الفروق بين الفئات المختلفة (الهام، أخبار اليوم، الصري اليوم، اليوم السابع، موقع اقاهرة ٢٤، موقع UTOPIA) عن طريق برنامج (SPSS 20) وتوصلت إلى الجدولين التاليين :

جدول (١١) متوسطات والانحرافات المعيارية لإستجابات الصحفيين العاملين فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الانحرافات المعيارية	المتوسطات	العدد	المؤسسة الصحفية
٤,٥٠٩	٥٦,٨٩	٣٦	الأهرام
٣,٣٨١	٥٦,٩٧	٣١	أخبار اليوم
٦,٢٢٥	٥٦,٥٨	٣٣	المصري اليوم
٥,٧٣٤	٥٧,٥٨	٣٦	اليوم السابع
٤,٥٧٥	٥٨,٦١	٣٣	موقع القاهرة ٢٤
٣,٨٨٠	٥٧,٤٥	٣١	موقع UTOPIA

جدول رقم (١٢) تحليل التباين احادى الاتجاه لإستجابات الصحفيين العاملين فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,٥٩٩	٠,٧٣٣	١٧,٢٦١	٣	٨٦,٣٠٥	بين المجموعات
		٢٣,٥٤١	١٩٦	٤٥٦٦,٨٩٠	داخل المجموعات
			١٩٩	٤٦٥٣,١٩٥	الإجمالى

ويتضح من الجدولين السابقين أن مستوى الدلالة أكبر من (٠,٠١) أو (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء متغير المؤسسة الصحفية، حيث جاء متوسط درجات مؤسسة الأهرام مساوياً (٥٦,٨٩)، وجاء متوسط درجات مؤسسة أخبار اليوم مساوياً (٥٦,٩٧)، وجاء متوسط درجات مؤسسة المصري اليوم مساوياً (٥٦,٥٨)، وجاء متوسط درجات مؤسسة اليوم السابع مساوياً (٥٧,٥٨)، وجاء متوسط درجات موقع القاهرة ٢٤ مساوياً (٥٨,٦١)، في حين جاء متوسط درجات موقع (UTOPIA) مساوياً (٥٧,٤٥). مما يدل على تقارب استخدام المؤسسات الصحفية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية.

متغير الخبرة:

لإختبار صحة الفرض قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة من الصحفيين العاملين وحساب تحليل التباين أحادى الاتجاه (One Way ANOVA) لحساب دلالة الفروق بين الفئات المختلفة (أقل من ٥ سنوات، ٥ إلى ١٠ سنوات، ١٠ إلى ١٥ سنة، ١٥ إلى ٢٠ سنة، أكثر من ٢٠ سنة) عن طريق برنامج (SPSS 20) وتوصلت إلى الجدولين التاليين :

جدول (١٣) متوسطات والانحرافات المعيارية لإستجابات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

العمر	العدد	المتوسطات	الانحرافات المعيارية
أقل من (٥) سنوات	٧٣	٥٦,٩٦	٥,١٦٢
من (٥) سنوات إلى أقل من (١٠) سنوات	٤٨	٥٧,٤٠	٥,٠٥٦
من (١٠) سنوات إلى أقل من (١٥) سنة	٤٥	٥٧,٤٩	٤,٦٩٨
من (١٥) سنة إلى أقل من (٢٠) سنة	٢٢	٥٨,١٨	٤,٣١٦
من (٢٠) سنة فأكثر	١٢	٥٧,٤٢	٣,٦٠٥

جدول رقم (١٤) تحليل التباين احادى الاتجاه لإستجابات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٢٧,٤٠٥	٣	٦,٨٥١	٠,٢٨٩	٠,٨٨٥
داخل المجموعات	٤٦٢,٧٩٠	١٩٦	٢٣,٧٢٢		
الإجمالى	٤٦٥٣,١٩٥	١٩٩			

ويتضح من الجدولين السابقين أن مستوى الدلالة أكبر من (٠,٠١) أو (٠,٠٥)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الصحفيين العاملين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء متغير سنوات الخبرة، حيث جاء متوسط درجات الخبرة أقل من (٥) سنوات مساوياً (٥٦,٩٦)، وجاء متوسط درجات الخبرة من (٥) سنوات إلى أقل من (١٠) سنوات مساوياً (٥٧,٤٠)، وجاء متوسط درجات الخبرة من (١٠) سنوات إلى أقل من (١٥) سنة مساوياً (٥٧,٤٩)، وجاء متوسط درجات الخبرة من (١٥) سنة إلى أقل من (٢٠) سنة مساوياً (٥٨,١٨)، في حين جاء متوسط درجات الخبرة من أكبر من (٢٠) سنة مساوياً (٥٧,٤٢). مما يدل على تقارب أعمار الصحفيين العاملين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية.

توصلت الدراسة الميدانية إلى عدة نتائج أهمها:

١- أن الصحفيين يقومون بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة مئوية (٥٨%) وهي درجة كبيرة، حيث الذكاء الاصطناعي أصبح جزء لا يتجزأ من غرف الأخبار خاصة في مجالات تحرير النصوص، والتحقق من الأخبار، وتوصيات المحتوى.

٢- من أهم أسباب توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي كانت بسبب "رفع مستوى كفاءة الصحفيين" بنسبة مئوية (٧٥,٥٠٪)، ويعكس ذلك إدراكا متناميا بين الصحفيين بأن الذكاء الاصطناعي قادر على دعم الإنتاجية وتوفير الوقت والجهد في إعداد المحتوى.

٣- أن ٣٧,٥٠٪ من أفراد العينة يرون أن لتقنيات الذكاء الاصطناعي تأثيرًا كبيرًا جدًا على مصداقية العمل الصحفي، ما يشير إلى وعي عالٍ بأثرها المهني".

٤- أن الإفصاح الصريح للجمهور في حال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من أهم الاجراءات التي المتخذة لضمان الشفافية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي، وهو ما يعكس وعيًا متزايدًا بأهمية الشفافية والمصداقية في العمل الصحفي.

٥- أن أهم اجراءات ضمان استخدام الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى نشر معلومات مضللة أو متحيز كانت "طلب المراجع للرجوع للمعلومة" بنسبة مئوية (٦٦,٥٠٪)، مما يدل على وعي مهني بأهمية التحقق من المصدر كالية اساسية لضمان دقة المعلومات.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

١- ثبوت صحة الفرض الأول الذي ينص على أنه "توجد علاقة إرتباطية موجبة بين استخدام الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية لتقنيات الذكاء الاصطناعي والمسئولية المجتمعية" عند مستوى دلالة (٠,٠١).

٢- ثبوت صحة الفرض الثاني الذي ينص على أنه "لا توجد فروض ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية في أبعاد واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية للصحفيين".

توصيات ومقترحات البحث :

١- تدريب الصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية بشكل مستمر على كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التوليد الآلي للنصوص، الترجمة الذكية، أدوات التحقق من الأخبار، وتحليل البيانات، بما يعزز من أدائهم المهني ويخدم أهداف الخدمة المجتمعية.

- ٢- توفير دعم تقني وإداري داخل المؤسسات لتسهيل دمج الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل دون المساس بالقيم الأساسية للمهنة الصحفية.
- ٣- تعزيز الشراكات بين المؤسسات الإعلامية والجامعات ومراكز الأبحاث لتطوير تقنيات ذكاء اصطناعي مخصصة للاستخدام الصحفي تراعي الخصوصية والسياق المحلي.
- ٤- الحد من الفجوة التكنولوجية من خلال دمج خبراء تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية لكي يعملوا جنبا إلى جنب مع الصحفيين في إنتاج العمل الصحفي.
- ٥- زيادة الأدوات والبرمجيات التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن منظومة العمل الصحفي للمؤسسات الصحفية العربية.
- ٦- العمل على تعزيز المصداقية والمهنية الصحفية داخل المؤسسات الصحفية خلال استخدامها لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي.

مراجع البحث :

١. أشرف نبوي عتيم: ٢٠٢٤ - دور الذكاء الاصطناعي في تطوير مناهج العلوم وتدريسها، *المجلة التربوية - كلية التربية - جامعة سوهاج - العدد (١١٧) - ص ٣٧٩*.
٢. حسنين شفيق: ٢٠٢٠ - *إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة وإنتاج الأخبار - الصحفي الروبوت ثورة الإعلام القادمة - بيروت - دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع - ص ١*.
٣. سالم المالكي: ٢٠١٥ - *مناهج البحث الإعلامي - القاهرة - دار النهضة العربية للنشر والتوزيع - ص ٥١*.
٤. عبدالله موسى، أحمد حبيب بلال: ٢٠١٩ - *الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر - القاهرة - المجموعة العربية للتدريب والنشر - ص ٨٧*.
٥. غسان إبراهيم أحمد حرب: ٢٠٢٢ - *اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري - دراسة تطبيقية في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا - المجلة العربية للإعلام والاتصال - العدد (٣١) - ص ٢٠٨*.
٦. فيروز لطرش: ٢٠٢٤ - *فعالية الدمج التقني لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لذوي الإعاقة الذهنية الخفيفة - دراسة وصفية من منظور الطاقم العامل بالمركز النفسي البيداغوجي، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، العدد (١) - ص ٣٦٨*.
٧. محمد جمال بدوي: ٢٠٢١ - *آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أم أدوات الذكاء الاصطناعي - دراسة حالة على موقع القاهرة ٢٤ الإخباري - المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٧٥) - ص ٧١*.
٨. ممدوح سالم: ٢٠١٩ - *مناهج البحث : الاساليب والطرق والأدوات - القاهرة - دار النهضة العربية للنشر والتوزيع - ص ٣٨*.
٩. محمود رمضان أحمد: ٢٠٢١ - *تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية - المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - العدد (٣) - ص ١٦*.

١٠. محمد عبدالحميد أحمد: ٢٠٢٢ - معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين - مجلة البحوث والدراسات الإعلامية - العدد (٢١) - ص ٢٢٥.
١١. رفعت محمد البدرى: ٢٠٢٠ - صحافة الذكاء الاصطناعي هل تساعد الصحفيين ام تهدد وجودهم - القاهرة - دار النخبة للنشر - ص ١٧٥.
١٢. غادة موسى إبراهيم السيد: تأثير البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الصحافة الإلكترونية في مصر: مقارنة نظرية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (٣٥)، مصر، ديسمبر (٢٠٢١)، ٣٦٨-٣٩٦.
١٣. فتحي إبراهيم إسماعيل: اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم - مصراوي - القاهرة ٢٤، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد (٤)، مج (٢١)، ديسمبر (٢٠٢٢))، صص ٣١-٨٦.

1. Bawack, R. E., Wamba, S. F., & Carillo, K. D.: 2021 - A framework for un-derstanding artificial intelligence research: insights from practice - **Journal of Enterprise Information Management** - 34(3) - p. 646.
2. Diakopoulos, N. (2019). Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media. **Harvard University Press**.
3. Nechushtai, E., & Lewis, S. C. : 2020. What kind of news gatekeepers do we want machines to be? - **Journalism & Mass Communication Quarterly** - 97(2) - p. 470-491.
4. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. : 2018 - Defining "Fake News" - **Digital Journalism** - 6(2) - p. 137-153.
5. UNESCO : 2021- AI and Journalism: Understanding the Impact of Artificial Intelligence on News Media - **[UNESCO Publishing]**.

6. Groshek, J., & Tandoc Jr, E. C. : 2017 : The affordance effect: Gatekeeping and (non) reciprocal journalism on Twitter : **Computers in Human Behavior** – 66 – p. 201–210.
7. Newman, N : 2023 – Journalism, media, and technology trends and predictions 2023 – **Reuters Institute for the Study of Journalism**.
8. Zamith, R. : 2023 - Reimagining journalistic Work Culture in the age of artificial intelligence - Journalism - 25(5) – p. 1234-1252.