المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي
ISSN : 2437 – 1181
EISSN : 2710 – 8139

جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
المجلد : 13 / العدد : 01 (2026) ، ص 255 - ص 282

البحوث العربية والأجنبية في مجال الصحافة والذكاء الاصطناعي:
دراسة تحليلية مقارنة للاتجاهات ، والأطر النظرية والمنهجية والأجندات البحثية.

Arab and Foreign research in the field of journalism and artificial intelligence: A comparative study of its trends, theoretical and methodological frameworks

عبد الوهاب بوخنوفة *
جامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)، abdelouahab@squ.edu.om
https://orcid.org/0000-0003-2649-3969

تاريخ الاستلام: 2026/01/27 تاريخ القبول: 2026/03/28 تاريخ النشر: 2026/03/31

DOI 10.53284/2120-013-001-017

ملخص:

سعت هذه الدراسة إلى تقديم تحليل بعدي مقارن للبحوث الدولية والعربية حول الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية بهدف تحديد الاتجاهات الرئيسية والتشابهات والاختلافات في البحث، واستكشاف المواضيع والقضايا المعالجة، والأساليب المنهجية المستخدمة، ونتائج الدراسات وتداعياتها؛ اعتمدت الدراسة على منهج التحليل البعدي وحللت عينة من البحوث الأجنبية والعربية قوامها 66 بحثا نشر في الفترة بين 2022 و2024 ؛ كشفت الدراسة بأن أهم المواضيع السائدة التي تم تحديدها في هذه البحوث هي ، تصورات واتجاهات الصحفيين إزاء تبنى واستخدام الذكاء الاصطناعي، وتأثيرات توظيف الذكاء الاصطناعي على الممارسة الصحفية ، كما كشفت الدراسة عن وجود فجوات بحثية فيما يتعلق بالأثر المجتمعي البعيد المدى لاستخدام لذكاء الاصطناعي في انتاج ونشر المواد الإعلامية ، ومواقف الجمهور من هذه المواد .

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي ، الممارسة الصحفية ، الاتجاهات البحثية ، الأجندات البحثية

Abstract:

This study aimed to conduct a comparative meta-analysis of international and Arab research on artificial intelligence and journalistic practice. By analyzing 66 studies published between 2022 and 2024, the research sought to identify key trends, similarities, and differences in the research, exploring topics, issues, methodological approaches, results, and implications. The study revealed that the most prevalent topics identified in this research are journalists' perceptions and attitudes toward the adoption and use of artificial intelligence, and the effects of employing artificial intelligence on journalistic practice. Additionally, the study highlighted research gaps regarding the long-term societal impact of using artificial intelligence in media production and publication, as well as public attitudes toward these materials.

Keywords: Artificial Intelligence, Journalistic Practice, Research Trends, Research Agenda

* المؤلف المرسل

مقدمة :

تتلاحق التطورات التكنولوجية في بيئة وسائل الإعلام بشكل مذهل منذ بداية الألفية الثالثة ، وفي السنوات القليلة الماضية كثر الحديث عن الذكاء الاصطناعي وعن الثورة التي سوف يحدثها في عالم الصحافة، وعما سوف يقدمه من فرص غير مسبوقة ،وعن قدرته على تعزيز الكفاءة والإنتاجية في غرف الأخبار حيث يمكن للأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي أتمتة المهام مثل تحليل البيانات، وتنظيم المحتوى، وحتى إنشاء مقالات إخبارية بسيطة، مما سوف يحرر الصحفيين للتركيز على تقارير أكثر تعقيدًا وعمقًا، ومساعدتهم على تحديد المعلومات والتحقق منها بشكل أكثر فعالية، ومكافحة انتشار المعلومات المضللة والأخبار المزيفة. ومع ذلك، فإن دمج الذكاء الاصطناعي في الصحافة أصبح يثير أيضًا مخاوف بشأن استبدال الصحفيين بأنظمة معلوماتية آلية وفقدان الوظائف وانخفاض الخبرة الصحفية ، وإمكانية تقديم تقارير متحيزة أو غير دقيقة نتيجة تأثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي بالبيانات التي يتم تدريبها عليها.

توازيا مع التوسع في استخدام أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بشكل عام ، والصحافة بشكل خاص، عرف البحث في مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة نموا متسارعا ، وأصبح التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والصحافة نقطة محورية للعديد من البحوث الإعلامية حيث ازدهرت الأبحاث الدولية حول الذكاء الاصطناعي والصحافة وأهتم عديد الباحثين باستكشاف إمكانات تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحويل إنتاج الأخبار واستهلاكها ، واستخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى الآلي، و التحديات والقيود التي تواجه الذكاء الاصطناعي في الصحافة، و تأثير المحتوى الذي يولد بواسطة الذكاء الاصطناعي على استهلاك الأخبار ومصداقيتها، و كيف ينظر الجمهور إلى الأخبار التي يولدها الذكاء الاصطناعي، ومدى قدرته على تمييزها عن المحتوى الذي يكتبه الإنسان، وكيف يؤثر هذا على ثقته في مصادر الأخبار التقليدية.

علاوة على ذلك ، اهتمت البحوث الإعلامية الدولية بدراسة إمكانات الذكاء الاصطناعي لتعزيز تخصيص الأخبار والمشاركة فيها، واستكشاف كيف يمكن للخوارزميات تقديم محتوى إخباري مخصص للأفراد بناءً على تفضيلاتهم واهتماماتهم، ودراسة دور الذكاء الاصطناعي في مكافحة المعلومات المضللة والأخبار المزيفة وحماية الجمهور من حملات التضليل. ومع استمرار تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبح باحثو الاتصال الجماهيري في طليعة فهم ومعالجة الآثار الأخلاقية والمجتمعية للذكاء الاصطناعي في الصحافة.

على الرغم من أن استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام العربية لا يزال في بداياته الأولى إلا أن البحوث المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية في الدول العربية ما فتئت، مع ذلك، تكتسب زخمًا متزايدًا، رغم أنها لا تزال متأخرة عن البحوث الدولية من حيث الحجم والنطاق.

على ضوء ما سبق ذكره ، تسعى هذه الدراسة إلى إجراء تحليل بعدي مقارن للبحوث الدولية والعربية حول الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية من خلال مراجعة الأدبيات الموجودة بشكل منهجي من كلا السياقين، بهدف تحديد الاتجاهات الرئيسية والتشابهات والاختلافات في البحث، حيث تنشد هذه الدراسة استكشاف المواضيع والقضايا المعالجة ، والأساليب المنهجية المستخدمة، ونتائج الدراسات وتداعياتها ، ونأمل أن يوفر هذا التحليل المقارن نظرة عامة شاملة لحالة البحث في مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة في السياقين الدولي والعربي، و يساهم في تحقيق فهم أعمق للتحديات والفرص التي يقدمها هذا المجال الناشئ.

1.مراجعة الأدبيات :

1.1 . الأدبيات الأجنبية

عرف الإنتاج البحثي في مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة نمو كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية وسمح هذا التراكم البحثي لباحثين آخرين بإجراء مراجعات شاملة لما تم انتاجه حتى الآن لاستكشاف الموضوعات والأطر النظرية والمنهجية والنتائج التي توصلت اليها تلك البحوث ؛ نستعرض في هذه الدراسة الأدبيات التي تناولت مراجعة البحوث في مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة معتمدين على المعيار الزمني لنشر البحوث من أجل تقديم صورة أشمل للتطور الذي حدث في مجال الاهتمام بموضوع الذكاء الاصطناعي والأهمية التي اكتسبها في الأجندات البحثية .

قدم **جريف وبولكن (Graefe, A., & Bohlken, N. 2020)** تحليلا بعديا شمل نتائج دراسات تجريبية متعددة أجريت لتقييم تصورات القراء للأخبار التي انتجت بواسطة الذكاء الاصطناعي مقابل الأخبار المكتوبة من قبل الصحفيين بهدف تقديم نظرة عامة شاملة على الأدلة الموجودة حول كيفية تصور القراء لمصادر الأخبار المختلفة ؛شملت الدراسة البحوث المنشورة في المجلات المحكمة ، و تضمنت بحوثا قدمت للمشاركين مقالات إخبارية تم التلاعب بها من خلال نسب المؤلف (بشري أو خوارزمي) وقد ميز التحليل بين الأدلة التجريبية والوصفية، وجمع أحجام التأثير عبر البحوث لاستخلاص استنتاجات حول تصورات الصحافة الآلية. تكونت عينة هذا البحث من 4473 مشاركًا من 12 تجربة مدرجة في التحليل البعدي. وتم تجنيد المشاركين من خلال طرق مختلفة، وركزت معايير الاختيار على الدراسات التي قدمت أدلة تجريبية وأبلغت عن أحجام التأثير، مما يضمن مجموعة متنوعة وذات صلة بالمشاركين للتحليل. وقد توصل الباحثان الى جملة من النتائج من أهمها ، أنه لم يكن هناك فرق كبير في المصداقية المتصورة بين الأخبار المكتوبة من قبل البشر والأخبار الآلية. أظهرت الأدلة التجريبية تفضيل الأخبار المكتوبة من قبل البشر من حيث المصداقية والجودة، في حين أشارت الأدلة الوصفية إلى أن الأخبار الآلية كانت تُعتبر أكثر مصداقية وأعلى جودة في بعض السياقات.

أجرى **كالفو ريبيو واوفارت رويز** (Calvo-Rubio, L. M., & Ufarte-Ruiz, M. J. 2021) مراجعة منهجية للإنتاج البحثي المتعلق بالذكاء الاصطناعي والصحافة، مع التركيز على موضوعات مثل الصحافة الحاسوبية والصحافة الآلية والصحافة الروبوتية. وحللا الكلمات الرئيسية واتجاهات التأليف ومصادر النشر وأساليب البحث في هذا المجال الناشئ. بالإضافة إلى ذلك، حاول الباحثان استكشاف أهمية موضوعات مختلفة مثل صحافة البيانات والأخلاقيات وإشراك الجمهور. شملت هذه المراجعة البحوث التي أنجزت حول تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة في الفترة (2008-2019). لتحديد البلدان الرائدة والجامعات المتميزة في هذا المجال ، وتقييم مصادر النشر، واستكشاف الموضوعات السائدة . استخدم الباحثان المراجعة المنهجية للأدبيات القائمة على البروتوكول كما اقترحها كيتشنهام (2004). والتي تؤكد على الشفافية والتنظيم، مما يسمح بتحديد وتقييم وتفسير البحوث ذات الصلة ضمن إطار زمني محدد. وشملت المراجعة تحليلات مختلفة مثل الاستكشاف الإقليمي والتحليل الببليوغرافي وتحليل المحتوى لفهم الاتجاهات في هذا المجال. تكونت عينة هذا البحث من المنشورات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في الصحافة من قواعد بيانات Web of Science وScopus، والتي تغطي فترة 11 عامًا من عام 2008 إلى عام 2019. واستند الاختيار على مدى وضوح وأهمية الأعمال المنشورة في هذه القواعد، مع التركيز على المقالات التي تعكس بداية وتطور الذكاء الاصطناعي في القطاع الصحفي. وقد استخدم المؤلفان بطاقة ترميز لضمان الموثوقية في تحليل كل منشور حيث تم تحديد 481 منشورًا؛ تمت مراجعة 209 منشورًا منها .

شملت الموضوعات التي تم تحديدها في المقالات التي تمت مراجعتها ما يلي: الإنتاج الإخباري (12%) صحافة البيانات (7.66%) تطبيقات البيانات الضخمة (6.2%) المناهج النظرية (5.7%) الشبكات الاجتماعية (5.7%) التحقق من المعلومات (5.3%) وشملت الموضوعات الإضافية التطورات التكنولوجية، وتخصيص المحتوى، وإشراك الجمهور، والمصداقية، والأخلاق، وتحديد الأحداث، واستخدام برامج المحادثة الآلية. أوصي الباحثان بتعزيز التعاون بين الباحثين لتعزيز التأليف المشترك والدراسات متعددة التخصصات في مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة. واقترحا زيادة وضوح أشكال النشر المتنوعة خارج المقالات التقليدية، مثل الكتب وأوراق المؤتمرات، لإثراء

الخطاب العلمي. بالإضافة إلى ذلك، دعا الباحثان الى المزيد من استكشاف الموضوعات غير الممثلة، مثل الأخلاقيات وإشراك الجمهور، لمعالجة التحديات المتطورة في مجال الصحافة الآلية.

أجرى **"دانزون- شامبود (Danzon-Chambaud, S. 2021)** مراجعة منهجية للبحوث التجريبية حول الصحافة الآلية، وتحليل مجموعة من المتغيرات التي يمكن أن تفسر السمات الدلالية والزمنية والجغرافية لمجموعة مختارة من المقالات الأكاديمية بالإضافة إلى أساليب بحثها وخلفياتها النظرية وأفكارها. شملت مراجعته عينة من 33 مقالًا علميًا حول الصحافة الآلية كما شمل التحليل الكلمات المفتاحية في هذه البحوث ، وسنة النشر عبر الإنترنت ، والبلدان الذي أنجزت فيها ، ومجالات التحقيق، والمناهج المستخدمة في كل بحث، وأخيرًا، المقاربات النظرية وأي مرجع ببليوغرافي تم الاستشهاد به أكثر من خمس مرات في المجموعة بأكملها، واقتصرت المراجعة على البحوث المنشورة باللغة الإنجليزية فقط. وخلص الباحث في دراسته الى جملة من النتائج من أهمها ، أنه على الرغم من أن مصطلح "الصحافة الآلية" أصبح موضع تساؤل إلى حد كبير، إلا أنه لا يوجد جدل كبير حول ما إذا كان ينبغي تفضيل مفهوم "الصحافة الآلية"، ، وأنه ينبغي تكريس المزيد من الاهتمام للبحوث المنشورة باللغات الأخرى غير اللغة الإنجليزية من أجل فهم أفضل للاستراتيجيات التي تم تطويرها في بلدان أخرى مثل الصين مثلا ، وأنه ينبغي توثيق التأثيرات الجماعية والفردية للتكنولوجيا على ممارسي الإعلام بشكل أفضل والكشف عن الجهات الفاعلة الأخرى المرتبطة بها لتمييز الأنماط المشتركة عبر المؤسسات الإعلامية، ويشير الباحث في الأخير الى أن الدراسات التي أجريت على القراء أظهرت في الغالب أنهم يدركون المحتوى المكتوب بشريًا والمحتوى الآلي بطرق مماثلة ، وأنه على الرغم من استغلال الأطر المستوحاة من الناحية النفسية بشكل جيد في الدراسات التي تركز على تصورات القراء، إلا أن المقاربات الاجتماعية، في المقابل، لم يتم استخدامها بشكل كافٍ للنظر في ممارسات الصحافة الآلية ، وأنه يمكن للنظريات الاجتماعية الراسخة مثل النظرية المؤسسية ونظرية بورديو الحقلية أن تشكل إطارين مناسبين لدراسة ممارسات الصحافة.

حاول **بارات فيرناندز وأخرون(Parratt-Fernández, S.And Al. 2021)** رصد وتحليل الإنتاج العلمي حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة لرسم خريطة للإنتاج العلمي العالمي حول هذا الموضوع ، وتحديد البلدان الأكثر تركيزًا على هذا الموضوع ، والمجالات التي تمت دراستها أكثر، والمناهج والمنهجيات البحثية المستخدمة في هذه البحوث ، والفجوات الموجودة فيها وقام الباحثون بمراجعة 358 بحثا أنجزت بين عامي 2015 و 2020 وتوصلوا الى أن الولايات المتحدة هي، إلى حد بعيد، الدولة التي لديها أكبر عدد من المنشورات حول هذا الموضوع ، وأن معظم الأعمال المنشورة هي مقالات بحثية استخدمت مناهج بحث كيفية ، وان المجالات التي جذبت أكبر قدر من الاهتمام لدى الباحثين حتى الآن هي صحافة البيانات، والكتابة الآلية، والتحقق من الأخبار ، و أن مجالات أخرى مثل مراجعة دور الصحفي، أو تخصيص المحتوى، أو دمج الذكاء الاصطناعي في تدريس الصحافة لم يتم استكشافها بشكل كافٍ بعد.

سعى **كوتاري كروكشانك (Kothari, A., & Cruikshank, S. A. 2022.)** الى اقتراح أجندة بحثية لتعزيز الدراسات العلمية حول استخدام الذكاء الاصطناعي وتأثيراته على الصحافة في أفريقيا من خلال دراسة الاستخدام الحالي للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الأفريقية، وتحديد الفرص والتحديات التي يواجها الصحفيون، وإعادة التفكير في الأطر النظرية لفهم أفضل لدمج الذكاء الاصطناعي في ممارسات الصحافة.

استخدم الباحثان إطارًا مفاهيميًا لتحليل إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة، مع التركيز على مجالين بحثيين رئيسيين، تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على عمليات إنتاج الأخبار، والأيديولوجيات المهنية للصحفيين الأفارقة. ودعي الباحثان إلى ضرورة إعادة تكييف الأطر النظرية القائمة، مثل نظرية حراسة البوابة وتسلسل التأثيرات، لمراعاة العوامل غير البشرية التي أدخلها الذكاء الاصطناعي وأكدا على الحاجة إلى البحث الكيفي لاستكشاف تجارب الصحفيين وتصوراتهم فيما يتعلق بالتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي. تشير النتائج الرئيسية التي توصلا اليها الباحثان إلى أنه على الرغم من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تقدم فرصًا لتحسين الصحافة في

أفريقيا، الا أن تبنيها بقى محدود ، وغالبًا ما يتأثر بالتحيزات وعدم المساواة القائمة بالنظر الى كون تقنيات الذكاء الاصطناعي يتم تطويرها وتنفيذها بشكل أساسي في السياقات الغربية، مما يترك غرف الأخبار الأفريقية في وضع غير مؤات.

حاول **فيرما (Verma, D. 2024)** تقديم مراجعة شاملة للبحوث التي تناولت موضوع تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة، وتلخيص الأدبيات ودراسات الحالة الموجودة لتقديم رؤى حول الفوائد والتحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة. وتضمنت الموضوعات التي تم تحديدها في المقالات التي تمت مراجعتها الذكاء الاصطناعي في تخصيص الأخبار، والأبعاد الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، وتطور الذكاء الاصطناعي في الصحافة، والتعاون على مستوى الصناعة وإنشاء مدونة إرشادات أخلاقية لضمان الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في الصحافة ؛ استخدم الباحث مقاربة كيفية مستمدة من دراسات الحالة المختلفة والأدبيات الموجودة حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بدلاً من عينة كمية محددة بهدف استكشاف شامل للموضوع بدلاً من الاعتماد على البيانات الرقمية. وتوصل الباحث في دراسته الى أن البحوث في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي تؤكد على أن الذكاء الاصطناعي يعزز بشكل كبير الكفاءة والإنتاجية في الصحافة من خلال أتمتة المهام الروتينية وتمكين الاستكشاف العميق للموضوعات المعقدة، والتأكيد على أهمية العلاقة التعاونية بين الذكاء الاصطناعي والصحفيين البشر، حيث يكمل الذكاء الاصطناعي التفكير النقدي البشري والحكم الأخلاقي. بالإضافة إلى ذلك، تبرز هذه البحوث المخاوف الأخلاقية الملحة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، مثل التحيز والمعلومات المضللة والحاجة إلى الشفافية في الصحافة التي يقودها الذكاء الاصطناعي.

قدم **امبونساه واتياناشي (Amponsah, P. N., & Atianashie, A. M. 2024)** مراجعة شاملة للذكاء الاصطناعي في الصحافة بالاعتماد على سلسلة من دراسات الحالة لتوضيح دمج الذكاء الاصطناعي في الصحافة. وتسليط الضوء على التطبيقات الواقعية والجدالات المحيطة بالذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ، مع التركيز على حالات محددة لاستخدام الذكاء الاصطناعي، مثل إنشاء المحتوى الآلي واتخاذ القرارات التحريرية بهدف توفير فهم شامل لتأثير الذكاء الاصطناعي بدلاً من الاعتماد على أخذ العينات الكمية. وهدف الباحثان الى دراسة الدور المتعدد الأوجه للذكاء الاصطناعي في الصحافة، واستكشاف تأثيراته الإيجابية والسلبية. واستكشاف كيف يعزز الذكاء الاصطناعي الكفاءة والصحافة القائمة على البيانات مع معالجة المعضلات الأخلاقية، مثل التحيزات وفقدان الوظائف. وتوصل الباحثان الى جملة من النتائج منها أن الذكاء الاصطناعي يعمل على تحسين كفاءة وإنتاجية الصحافة بشكل كبير من خلال أتمتة المهام الروتينية، مما يسمح للصحفيين بالتركيز على التقارير الأكثر تعقيدًا ودقة. وان دمج الذكاء الاصطناعي يثير قضايا أخلاقية بالغة الأهمية، بما في ذلك التحيز في الخوارزميات والشفافية وإمكانية إزاحة الوظائف داخل الصناعة. وان الذكاء الاصطناعي يتم توظيفه كأداة قيمة تكمل الصحفيين البشر بدلاً من استبدالهم، مما يؤكد على الدور الذي لا يمكن الاستغناء عنه للحكم البشري واتخاذ القرارات الأخلاقية في الصحافة.

1. 2. الأدبيات العربية :

حاولت **الجبار،(2021)** رصد "الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي" بشبكات الراديو المعرفية والصحافة الآلية من خلال تحليل عينة من 14 دراسة متعلقة بالذكاء الاصطناعي وأثره على المنتج الإعلامي، شملت مدارس بحثية مختلفة من السياقات العربية، والأمريكية، والأوروبية، والآسيوية. وشمل التحليل تقييمات نوعية لهذه الدراسات لتحديد الاتجاهات ومجالات الاهتمام في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام. وكشفت الدراسة بأن المواضيع السائدة التي تم تحديدها في الدراسات التي تمت مراجعتها هي، تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة (51.7٪)، و تأثير الذكاء الاصطناعي على التسويق (25.9٪). تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي (12.1٪). تأثير الذكاء الاصطناعي على الإذاعة والتلفزيون (10.3٪).

أجرت **عبد المجيد وفهمي** (2022) مراجعة منهجية لعينة من البحوث باللغتين الإنجليزية والعربية بين عامي 2014 و2022 حول الآثار والتحديات والاعتبارات المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. وشملت عينة التحليل 31 مقالة بحثية محكمة ، وتقريرين، ووقائع مؤتمر واحد، وفصل في كتاب واحد عن الذكاء الاصطناعي في الصحافة العربية. **وتوصلت الباحثتان بعد التحليل الى أن** أغلب البحوث ركزت على كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على ممارسات الصحافة وإدراك الجمهور وتناولت نسبة أقل من البحوث التحديات الأخلاقية والمهنية التي يفرضها الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار واعتمدت البحوث على منهجيات مختلفة، مع التركيز بشكل ملحوظ على الأساليب الكيفية والمقابلات المتعمقة وأن عدد من البحوث كان عابر للتخصصات وشمل الصحافة وعلم الاجتماع وعلوم الكمبيوتر، مما يسلط الضوء على الحاجة إلى فهم أوسع لدور الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام. وأن معظم البحوث تفتقر إلى الأطر النظرية وتركز على وجهات النظر الأخلاقية والتقنية والاجتماعية.

سعى **أبو زيد**، (2022) ، الى استكشاف موضوعات ومنهجيات ونتائج بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بين 2010 و2022 لفهم آثار تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.

وشملت الدراسة مراجعة 118 ورقة بحثية منها 97 ورقة بالإنجليزية و21 ورقة باللغة العربية؛ وتوصل الباحث بعد التحليل الى أن الموضوعات التي ركزت عليها هذه البحوث تمثلت في موضوع تأثير الذكاء الاصطناعي على الأدوار الصحفية، وموضوع التواصل بين البشر والآلات ، و ديناميكيات التفاعل التي تيسرها أدوات الذكاء الاصطناعي، وموضوع المهارات الجديدة المطلوبة والكفاءات الناشئة التي يحتاجها الصحفيون للتكيف مع تكامل الذكاء الاصطناعي ؛ أما من حيث الأطر النظرية فمالت معظم البحوث الى استخدام نظريات مثل ، نظرية انتشار الابتكارات ، ونظرية الحتمية التكنولوجية، و أن هناك فجوة كبيرة في البحث بين الدراسات العربية والأجنبية فيما يتعلق بدور الذكاء الاصطناعي في الصحافة.

وقدم **أسامة ورضوان، (2022) مراجعة للبحوث** العربية والأجنبية **التي تناولت موضوع** التأثير المجتمعي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام التقليدية، واستكشفت كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على أداء وسائل الإعلام وعمليات الاتصال والمشهد الإعلامي بشكل عام، والكشف عن الأطر النظرية ومنهجيات البحث وأدوات جمع البيانات المستخدمة في هذه البحوث؛ استخدم الباحثان مقاربة تحليليَّة من المستوى الثاني لتجميع النتائج من دراسات مختلفة تتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام، وشمل ذلك تجميع النتائج لاستخراج المؤشرات والرؤى الرئيسية حول الموضوع. وتضمنت الدراسة أيضا تقييمًا لمنهجيات البحث المستخدمة في المقالات التي تمت مراجعتها، مع التركيز على تنوع تصميمات البحث وأدوات جمع البيانات. تكونت العينة الإجمالية من 100 دراسة ووثيقة تم تحليلها، وشمل ذلك، 65 دراسة وتقريرًا باللغة العربية، و35 دراسة باللغة الإنجليزية نشرت خلال الفترة من 2015 إلى 2022. وتوصل الباحثان الى نتيجة رئيسية وهي إظهار التأثير العميق الذي تخلفه تقنيات الذكاء الاصطناعي على بنية ووظائف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة حيث تعمل تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين كفاءة وفعالية المؤسسات الإعلامية بشكل كبير من خلال أتمتة العمليات وتخصيص المحتوى ومكافحة المعلومات المضللة، مما يؤدي في النهاية إلى مشهد إعلامي أكثر استجابة ومصداقية.

وسلط **العشري. (2023).** الضوء على واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية خلال الفترة بين 2018و2022 من خلال إجراء تحليل كمي وكيفي لـ 155ً بحثا .شملت الموضوعات الرئيسية التي تم تحديدها في المقالات التي تمت مراجعتها تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الممارسات الصحفية، ومصداقية وتحيز الأخبار التي يولدها الذكاء الاصطناعي، ودور الأتمتة في الصحافة، والآثار الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام. كما شملت موضوعات

أخرى مثل قبول الابتكارات الإعلامية المتأثرة بالذكاء الاصطناعي، واستخدام برامج الدردشة الآلية في نشر الأخبار، واستكشاف التحيز الجنسي في التغطية الإعلامية من خلال التعلم الآلي.

وتوصل الباحث الى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أحدثت تحولا فيَّ الممارسة الصحفية وأثرت على جميع جوانب الصحافة، من المنتجات الصحفية إلى عمل الصحفيين، وعلاقة الصحافة مع الجمهور ، وأن البحث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة كمهنة وعلى الممارسة الصحفية لا يزال في مراحله الأولى، وتهيمن عليه وجهات نظر متناقضة ونتائج غير متسقة و اقترح الباحث ضرورة القيام بدراسات طولية تتبعيه لفهم كيفية استخدام الجماهير لأدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار والنشر، وآثار هذا الاستخدام على الصحافة.

2.الإطار المنهجي للدراسة :

2. 1.مشكلة الدراسة :

تطور المشهد الإعلامي بسرعة كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية حيث أدى الإدماج السريع لأدوات الذكاء الاصطناعي في الصحافة إلى إحداث تحول في إنتاج الأخبار وتوزيعها واستهلاكها على مستوى العالم. وتنمو البحوث في مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة على مستوى العالم بسرعة كبيرة ؛ بيد أنه على الرغم من الأهمية المتزايدة للذكاء الاصطناعي في الصحافة، لا يزال هناك فهم محدود للاتجاهات والتحديات والفرص المقارنة في البحوث الدولية والعربية حول الذكاء الاصطناعي وممارسات الصحافة، إن القراءة المتأنية للمنجز البحثي الأجنبي والعربي عن الذكاء الاصطناعي في الصحافة يكشف عن وجود فجوة معرفية بينهما ، حيث تقدم البحوث الحالية صورة مجزأة، وتفتقر إلى تحليل شامل يقارن بين الأبحاث العربية والأجنبية حول الذكاء الاصطناعي والصحافة.

تعالج هذه الدراسة هذه المشكلة البحثية من خلال إجراء فحص منهجي للبحوث الحالية لتحديد الاتجاهات ومحاور التركيز والمواضيع المهيمنة في هذه البحوث والأطر النظرية والمنهجية المستخدمة ،لمعرفة الأولويات البحثية وتأثير السياق على الاتجاهات البحثية .

2.2 .تساؤلات الدراسة :

تطرح الدراسة التساؤلات البحثية التالية وتسعى للإجابة عنها :

1. ما المواضيع الرئيسية، والمواضيع الفرعية، ومجالات التركيز، التي تم استكشافها في البحوث العربية والدولية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والصحافة؟
2. ما الأطر النظرية والمنهجية الأكثر استخداما في البحوث الدولية والعربية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والصحافة؟
3. ما الفرص والتحديات الرئيسية التي تم تحديدها في البحوث الدولية والعربية التي تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟
4. ما الاعتبارات الأخلاقية المحيطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة والتي أبرزتها البحوث الدولية والعربية ؟
5. ما أوجه التشابه والاختلاف الأساسية بين البحوث العربية والبحوث الأجنبية في فيما يتعلق بمجالات التركيز والمنهجيات المستخدمة والاستنتاجات ؟
6. ما المجالات البحثية غير المستكشفة في البحوث العربية عن الذكاء الاصطناعي والصحافة مقارنة بالبحوث الدولية ؟
7. إلى أي مدى عالجت البحوث العربية الحالية حول الذكاء الاصطناعي والصحافة الاحتياجات والتحديات المحددة لوسائل الإعلام العربية؟

2. 3.أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف البحثية التالية :

1. رسم خريطة للموضوعات ومجالات التركيز والاهتمام الرئيسية في البحوث الدولية والعربية حول الذكاء الاصطناعي والصحافة من خلال تحديد المواضيع، والاتجاهات السائدة لفهم كيف يستكشف الباحثون حاليًا العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وممارسات الصحافة.
2. الكشف عن الأطر النظرية والمنهجية المستخدمة في البحوث الدولية والعربية لدراسة وتحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة .
3. استكشاف كيفية معالجة البحوث الدولية والعربية القضايا الأخلاقية المرتبطة بإدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة.
4. تحديد وتحليل أوجه التشابه والاختلاف بين البحوث العربية والأجنبية من حيث المواضيع والمنهجيات والاستنتاجات للكشف عما إذا كانت هناك مواضيع أو أولويات بحثية متميزة داخل العالم العربي مقارنة بالمشهد العالمي.
5. تحديد مجالات التركيز الفريدة في البحوث العربية حول الذكاء الاصطناعي والصحافة .
6. استكشاف مدى اهتمام وتركيز البحوث العربية الحالية على الفرص والتحديات المحددة التي تواجها المؤسسات الصحفية العربية فيما يتعلق بإدماج بالذكاء الاصطناعي.
7. اقتراح ، بناءً على الفجوات المحددة في الأبحاث الحالية، اتجاهات بحثية مستقبلية تركز بشكل خاص على العالم العربي والذكاء الاصطناعي في الصحافة.

2. 4. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة والبحث في اتجاهات البحوث في الذكاء الاصطناعي والصحافة في العالمين العربي والغربي في توقيتها وتأثيرها المحتمل على مجال سريع التطور، وبشكل عام يمكن إبراز أهمية هذه الدراسة في العناصر التالية :

-**تقديم نظرة عامة شاملة على المشهد البحثي**، من خلال توفير توليفة منهجية وموضوعية للمعرفة الموجودة حول الذكاء الاصطناعي والصحافة، مما يوفر مورداً قيماً للباحثين والصحفيين والممارسين.

-**تحديد الاتجاهات والفجوات الرئيسية**، وتسليط الضوء على نقاط القوة والضعف البحثية الحالية، مما يحدد اتجاه المساعي البحثية المستقبلية.

-**تعزيز الفهم لدور الذكاء الاصطناعي في الصحافة**، من خلال تجميع النتائج من الدراسات المتنوعة، بما يمكن أن يوفر ذلك فهمًا أعمق للتحديات والفرص المعقدة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في المشهد الصحفي.

2. 5. الحدود المعرفية والمنهجية للدراسة :

على الرغم من أهمية هذه الدراسة ومخرجاتها المشار اليها أعلاه ، إلا أنه ينبغي مع ذلك الإقرار بوجود بعض الحدود المعرفية والمنهجية لها يمكن إبرازها كالتالي :

- قد تستبعد استراتيجية البحث ومعايير الاختيار التي قمنا بها عن غير قصد ، بعض الدراسات ذات الصلة بسبب حواجز اللغة أو بعض القيود المفروضة على قواعد بيانات محددة.
- تركز هذه الدراسة على الأبحاث المنشورة، والتي قد لا تعكس بصورة دقيقة المشاريع البحثية الجارية أو التجارب العملية للمؤسسات الإعلامية في مجال الذكاء الاصطناعي.

- يوفر التحليل البعدي نظرة عامة واسعة النطاق على البحوث الحالية لكنه لا يتيح للباحث التعمق في تفاصيل منهجية كل بحث أو طرق جمع البيانات، كما أنه لا يجسد تجارب الصحفيين الذين يعملون بشكل مباشر باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي
- إن قصر تحليلنا على البحوث المنشورة بين عامي 2022 و2024 يوفر لمحة حالية دقيقة لكنه يستبعد البحوث السابقة على الفترة المحددة التي قد تقدم رؤى قيمة.
- يعد كل من الذكاء الاصطناعي والصحافة من المجالات سريعة التطور، قد تحتاج نتائج هذه الدراسة إلى إعادة النظر فيها وتحديثها بشكل دوري لتظل على صلة بالتطورات المستمرة.
- أخيرا، يمكن لهذه الدراسة تحديد بعض الفجوات المعرفية، ولكن لا يمكنها سدها كلها، ستكون هناك حاجة إلى مزيد من البحوث لمعالجة مجالات محددة والبناء على النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة .

2. 6. الإجراءات المنهجية للدراسة :

2. 6. 1.منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج التحليل البعدي (الثانوي) لاستكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة وهو نوع من المناهج الكمية يقوم على فحص البيانات من عدد من الدراسات المستقلة لنفس الموضوع، من أجل تحديد الاتجاهات العامة ، وهذا يتوافق تمامًا مع حاجتنا لتحليل الأبحاث المنشورة بين عامي 2022 و2024 من مصادر عربية وأجنبية. الى جانب ذلك ، تطرح تساؤلات الدراسة بشكل مباشر إجراء مقارنات بين الأبحاث العربية والأجنبية ، ويسمح لنا التحليل البعدي بتصنيف الدراسات ومقارنتها بناءً على الأصل والمنهجية والنتائج، مما يتيح لنا الإجابة على تلك التساؤلات.

تعتمد دراسة التحليل البعدي على مجموعة من الأدوات والخطوات لإجراء تحليل منهجي وشامل للأبحاث الحالية. وفيما يلي تفصيل للأدوات والخطوات الأساسية المستخدمة في هذه الدراسة :

- **جمع مادة التحليل :**

لإجراء التحليل البعدي ، قمنا بتحديد وجمع المنشورات البحثية ذات الصلة بموضوع الذكاء الاصطناعي والصحافة ، وقد تضمن ذلك البحث في قواعد البيانات الأكاديمية المعروفة ذات الصلة مثل، JSTOR ، ScienceDirect، وScopus ، وWeb of Science ، و Google Scholar ، و Arab World Research Source: Al Masdar و أرشيف مجلات الاتصال Communication Research ، و قواعد البيانات الخاصة بالمطبوعات العربية مثل دار المنظومة والمنهل، و أرشيف المجلات العربية في الإعلام والاتصال، و أرشيف المنصات الرقمية للمجلات والدوريات العلمية العربية على الانترنت (منصة المجلات الجزائرية والمصرية والعراقية).

تم تطوير سلاسل البحث باستخدام كلمات رئيسية مثل "الذكاء الاصطناعي"، و"الصحافة الآلية" ، و"الصحافة المؤتمتة "، و"صحافة الروبوت " و"الوسائط"، و"الصحافة العربية "، و"إنشاء المحتوى الآلي"، و" الخوارزميات الذكية" وما إلى ذلك، جنبًا إلى جنب مع عوامل التشغيل المنطقية (AND) (OR) لإجراء بحث مركّز. وقد تم تحسين مصطلحات البحث بناءً على النتائج الأولية لضمان الشمولية وتجنب فقدان الأبحاث ذات الصلة كما تم تطبيق عوامل التصفية للحد من نطاق البحث من خلال ادراج تواريخ نشر محددة لتحليل الاتجاهات مع مرور الوقت.

-معايير التضمين والاستبعاد :

تم تطبيق معايير شمول واستبعاد محددة لاختيار عينة تمثيلية من الدراسات لتحليلها وشملت معايير الشمول أو التضمين : تاريخ النشر حيث تم التركيز على الأبحاث المنشورة بين سنة2022 و2024، والبحوث الخاضعة لمراجعة الأقران فقط (البحوث المحكمة) ، والبحوث التي اعتمدت على خطوات منهجية ميدانية واستخدمت أداة على الأقل من أدوات جمع البيانات ، و البحوث المنشورة في الدوريات العلمية فقط ، واللغة حيث اقتصر البحث على البحوث المنشورة باللغة العربية أو باللغة الإنجليزية، و المعيار الجغرافي أي أن تكون البحوث الدولية تنتسب لبلدان غير عربية ، وأن تكون البحوث العربية تنتسب لأي بلد عربي، و التركيز في البحث أي التأكد من أن المواد تتناول الذكاء الاصطناعي والصحافة بشكل مباشر، وأخيرا أن تتوفر البحوث المختارة في نص كامل.

وشملت معايير الاستبعاد ، البحوث المنشورة قبل 2022 ، **والرسائل** الجامعية والتقارير والأوراق العلمية المقدمة في المؤتمرات العلمية ،**والبحوث** النظرية التي لم تعتمد على الخطوات المنهجية الميدانية ، والبحوث التي تتوفر فقط في شكل ملخص.

-عينة التحليل :

بعد عملية البحث الأولية ، تم التوصل الى جمع 145 بحث وبعد اخضاعها لمعايير التضمين والاستبعاد المشار اليها أعلاه تم الاحتفاظ ب (66) بحث منها فقط (32) بحث دولي و (34) بحث عربي تستجيب كلها لمعايير التضمين وتشكل عينة التحليل في هذه الدراسة التي تندرج ضمن العينات العمدية المتاحة، ويلبي حجم العينة المختارة الحد الأدنى(20 بحث) للمعايير المطلوبة في مجالات العلوم الاجتماعية لتحقيق نتائج موثوقة .

-استخراج البيانات وإجراءات الصدق والثبات .

اعتمدت هذه الدراسة على استمارة تحليل المحتوى في جمع البيانات من بحوث عينة الدراسة، وقد تضمنت هذه الاستمارة عددا من فئات التحليل منها : سنة نشر البحث، وعنوان المجلة التي نشرته والبلد الذي اجرى فيه البحث، والكلمات المفتاحية التي تضمنها عنوان البحث، والموضوع الذي تناوله، والمفهوم المستخدم في توصيف الظاهرة ، والنظرية المستخدمة في تفسير الظاهرة ، ونوع الدراسة ، والمنهج المتبع ، ونوع جمهور الدراسة ، ونوع العينات المختارة و طبيعة الفئات الاجتماعية والعمرية المدروسة، وأدوات جمع البيانات المستخدمة .وقد تم عرض فئات الترميز على مرمزين إثنين من طلبة الدراسات العليا لقياس ثبات الأداة بتطبيق معادلة "هولستي " حيث تحصلنا على نتيجة 87% نسبة اتفاق وهي نسبة معقولة تؤكد ثبات الأداة .

-إجراءات وأساليب تحليل البيانات:

اعتمدت الدراسة على توظيف برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) الإصدار 23 للتحليل الكمي لتحديد المواضيع والاتجاهات السائدة عبر المشهد البحثي الدولي والعربي ، وتضمن ذلك حساب تكرارات رموز محددة داخل البيانات، وتضمنت الأساليب النوعية، التحليل الموضوعي لتحديد الموضوعات والمفاهيم المتكررة عبر البحوث وتم استخدام برنامج التحليل الكيفي (QDA Miner Lite).

كما اعتمدت الدراسة على اجراء تحليل مقارن تم فيه مقارنة اتجاهات البحوث الدولية مع تلك الخاصة بالعالم العربي، وتحديد أوجه التشابه والاختلاف في أولويات البحث والتطبيقات والاعتبارات الأخلاقية، لتسليط الضوء على الفجوات المعرفية المحتملة في البحوث العربية حول الذكاء الاصطناعي والصحافة.

3.المفاهيم والتعريفات الاجرائية للدراسة :

- **الذكاء الاصطناعي :** يشير مفهوم الذكاء الاصطناعي في هذه الدراسة الى محاكاة عمليات الذكاء البشري بواسطة الآلات، وخاصة أنظمة الكمبيوتر. وتشمل هذه العمليات التعلم (اكتساب المعلومات والقواعد)، والاستدلال (تطبيق المعرفة للوصول إلى استنتاجات جديدة)، والتصحيح الذاتي. تم تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي لأداء المهام التي تتطلب عادةً الذكاء البشري، وفي

مجال الصحافة يكون ذلك من خلال تحليل البيانات الضخمة ، وإنتاج المحتوى الصحفي من تقارير، ومقالات ، والتحقق من صحة المعلومات .

- **الصحافة** :نقصد بالصحافة في هذه الدراسة جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، عادةً في شكل أخبار ومقالات وتعليقات، إلى الجمهور من خلال قنوات إعلامية مختلفة ، والتحقيق في الأحداث الجارية والأشخاص والقضايا والإبلاغ عنها، بهدف إعلام الجمهور وتثقيفه.
- **البحوث الدولية** : نقصد بها في هذه الدراسة تلك البحوث التي تم اجراؤها على المستوى الدولي في العديد من الدول سواء من قبل باحثين أو مراكز بحثية أو بالتعاون بين الباحثين من بلدان مختلفة حول مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة .
- **البحوث العربية** : وتشير في هذه الدراسة إلى تلك البحوث التي أجراه الباحثون العرب أو الأجانب داخل البلدان العربية، أو خارجها، ولكنها تناولت مجال الذكاء الاصطناعي والصحافة في المنطقة العربية عامة أو في أحدى البلدان التي تنتمي جغرافيا الى المنطقة العربية بغض النظر عن اللغة أو موقع المجلة التي نشرت فيها هذه البحوث.
- **الأجندات البحثية** : هي خطط الأنشطة البحثية التي ينوي الباحث أو متابعتها خلال فترة زمنية محددة. وعادةً ما تتضمن بيانًا واضحًا لسؤال البحث أو المشكلة، وأهداف البحث أو غاياته، والمنهجية أو المقاربة التي سيتم استخدامها، والنتائج المتوقعة أو النتائج النهائية. تعمل أجندة البحث كخريطة طريق لعملية البحث، مما يساعد على ضمان تركيز البحث وكفاءته ومساهمته في مجال الدراسة بشكل عام. تشير الاجندات البحثية في هذه الدراسة الى الأولويات التي تتحكم في توجه الباحثين الى الاهتمام بمعالجة موضوعات بحثية بعينها على حساب موضوعات أخرى .
- **الفجوة البحثية** : هي منطقة محددة داخل مجال الدراسة حيث تكون المعرفة أو الفهم الحالي غير مكتملة أو مفقودة. غالبًا ما يتم التعرف عليه من خلال مقارنة الأبحاث الحالية بالتحديات الحالية أو الأسئلة التي لم تتم الإجابة عليها في هذا المجال. في الأساس، إنها المساحة بين ما نعرفه وما نحتاج إلى معرفته.
- **الاتجاهات البحثية** : تشير الاتجاهات البحثية إلى مجالات التركيز الحالية والناشئة ضمن مجال دراسي معين. إنها الموضوعات والمنهجيات والمنظورات التي تكتسب شعبية أو أهمية بين الباحثين. في الأساس، الاتجاهات البحثية هي الاتجاه الذي يتطور فيه البحث.

4.عرض وتحليل بيانات الدراسة :

أولا : البيانات العامة :

1-سنة نشر البحوث :

تتوزع البحوث عينة الدراسة على ثلاث سنوات على النحو التالي : 20 بحث (30.3 %) سنة 2022 ، و24 بحث (36.4 %) سنة 2023 ، وأخيرا 22 بحث (33.3%) سنة 2024 .

2- المجلات العلمية التي نشرت بها البحوث عينة الدراسة .

تم نشر بحوث عينة الدراسة في 23 مجلة علمية دولية و23 مجلة عربية بمجموع 46 مجلة أي بمعدل 1.5 بحث في كل مجلة وجاءت مجلة journalism and media في المرتبة الأولى من حيث عدد البحوث الدولية المنشورة بها ب 4 بحوث تليها مجلة journalism

practice ب3 بحوث و توزعت البحوث على بقية المجلات بين بحثين أو بحث واحد ؛ أما بالنسبة للمجلات العلمية العربية فقد جاءت المجلة المصرية لبحوث الإعلام في المقدمة ب5 بحوث تليها المجلة العلمية لبحوث الصحافة ب4 بحوث وتوزعت باقي البحوث على باقي المجلات بمعدل (1) الى(2) بحث في كل مجلة .

3- البلد الذي انجز فيه البحث :

توزعت البحوث على 26 بلد ، وجاءت مصر في المرتبة الأولى بـ(19) بحث (28.8%) من مجموع البحوث و55.8% من مجموع البحوث العربية تليها في المرتبة الثانية أمريكا واسبانيا وفلسطين بأربع (4) بحوث لكل منها ، والصين والسعودية والعراق بـ (3) بحوث وبريطانيا والجزائر وباكستان والأردن ونيجيريا ببحثين (2) وتوزعت بقية البحوث على بقية الدول بواقع بحث واحد لكل بلد .

4-المناطق الجغرافية لتوزيع البحوث:

توزعت البحوث حسب المناطق الجغرافيا على النحو التالي : (34) بحث في المنطقة العربية و(11)بحث في آسيا (من غير الدول العربية) ، و(8) بحوث من أوروبا الغربية ، و(4) بحوث من أمريكا الشمالية ، و(3) بحوث من أمريكا اللاتينية و(3) بحوث من إفريقيا و2 بحوث من اروبا الشرقية . و1 بحث من استراليا

ثانيا : محاور تركيز البحوث :

1-محاور التركيز في البحوث (الموضوعات الرئيسية المهيمنة)

كشفت بيانات الدراسة بأن موضوع التمثلات والتصورات والاتجاهات إزاء الذكاء الاصطناعي هو الموضوع الأكثر هيمنة في الموضوعات المعالجة ب28 تكرار أي بنسبة 42.4 % من البحوث عينة الدراسة ، أي ما يقرب من نصف عينة البحوث تناولت هذا الموضوع ، ويليه في المرتبة الثانية موضوع التأثيرات المختلفة للذكاء الاصطناعي على الممارسة الصحفية ب12 تكرار (18.2%) ،ثم موضوع الواقع والممارسات ب11 تكرار (16.7%) ،ثم موضوع الذكاء الاصطناعي في الخطاب الإعلامي ب5 تكرارات (7.6%) ، وموضوع الاعتبارات والقضايا الأخلاقية التي يثيرها إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة ب4 تكرارات (6.1%) ، ولم يعالج موضوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي سوى في3 بحوث فقط (4.5%) كما لم يحظ موضوع مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي وموضوع العقبات والتحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في ادماج الذكاء الاصطناعي باهتمام الباحثين حيث لم يرد سوى في بحثين بالنسبة للموضوع الأول وبحث واحد بالنسبة للموضوع الثاني .

جدول رقم (1) محاور التركيز (الموضوعات المهيمنة في بحوث عينة الدراسة)

الموضوعات المهيمنة في البحوث	التكرارات	النسبة المئوية %
التمثلات والتصورات والاتجاهات ازاء الذكاء الاصطناعي	28	42.4
تأثيرات الذكاء الاصطناعي	12	18.2
الواقع والممارسات	11	16.7
الذكاء الاصطناعي في الخطاب الاعلامي	5	7.6
الاعتبارات والقضايا الأخلاقية للذكاء الاصطناعي	4	6.1
تطبيقات الذكاء الاصطناعي	3	4.5

مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي	2	3.0
العقبات والفرص والتحديات	1	1.5
المجموع	66	100.0

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث

2-المواضيع الفرعية في البحوث :

تفرع الموضوع الرئيس تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الى ثلاث موضوعات فرعية وهي : تطبيقات الفحص والتحقق من الوقائع ، وموضوع تبني الصحفيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وموضوع وجهة نظر الصحفيين في تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع الإشارة الى أن هذا الموضوع الرئيس موجود فقط في البحوث العربية ولم تتناوله البحوث الأجنبية. أما بالنسبة للموضوعات المتفرعة عن الموضوع الرئيس تأثيرات الذكاء الاصطناعي فقد كانت متنوعة ومتباينة وشملت عدة مواضيع فرعية منها تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الكفاءة الإنتاجية ، وتأثير الذكاء الاصطناعي في الممارسة المهنية ، وحظى الموضوع الفرعي تأثيرات الذكاء الاصطناعي على تصورات الصحفيين باهتمام أكبر حيث عالجته ثلاث(3) بحوث من أصل 12 بحث عالج موضوع تأثيرات الذكاء الاصطناعي .

وبالنسبة للموضوعات الفرعية للموضوع الرئيس التصورات والاتجاهات إزاء الذكاء الاصطناعي فقد كان الموضوع الفرعي الاتجاهات نحو توظيف أو استخدام أو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي الموضوع الأكثر معالجة في البحوث ب 18 تكرار، يليه موضوع رؤية ووجهة نظر المبحوثين في المسائل المرتبطة بالذكاء الاصطناعي ب 5 تكرارات بينما حظى موضوع دراسة التصورات التي يحمله المبحوثين عن الذكاء الاصطناعي ب4 تكرارات ، و أخيرا موضوعي الاتجاهات نحو الصحافة الآلية والمواد التي تعتمد على الانسان الآلي في انتاجها ب تكرارين واتجاهات الجمهور نحو تأثير الذكاء الاصطناعي بتكرار واحد .

اما بالنسبة لفئات المبحوثين الذين تم قياس تصوراتهم عن الذكاء الاصطناعي واتجاهاتهم نحوه فقد جاءت فئة الصحفيين في المقدمة ب 13 تكرار وفئة القائم بالاتصال ب 5 تكرارات ، ثم تليها فئة النخب (بشكل عام) ، وفئة الجمهور العام ب 3 تكرارات وتوزعت باقي الفئات الأخرى ، الخبراء ، والمستخدمين ، والدارسين بواقع تكرار واحد لكل فئة

ان تصدر فئة الصحفيين كأكثر الفئات التي حاولت البحوث معرفة تصوراتها واتجاهاتها نحو الذكاء الاصطناعي نتيجة طبيعية ومنطقية باعتبار هذه الفئة هي الفئة المعنية أكثر باستخدام وتوظيف وتبنى الذكاء الاصطناعي أكثر من بقية الفئات الأخرى مثل الجمهور العام والنخب ودراسة موضوع ادماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة يحتاج الى معرفة وجهات نظر ومواقف وتصورات هذه الفئة لفهم التطورات والعوائق والتحديات التي يمكن او تواجه عملية الإدماج هاته

تضمن موضوع الاعتبارات والقضايا الأخلاقية التي يثيرها إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة ثلاث موضوعات فرعية حيث عولج موضوع أخلاقيات الصحافة على ضوء ولوج الذكاء الاصطناعي في بحثين وموضوع التضليل الإعلامي في بحث واحد وموضوع المبادئ التوجيهية والارشادية للصحافين للتعامل أخلاقيا مع الذكاء الاصطناعي في موضوع واحد . وبشكل لم يحظ موضع الاعتبارات والقضايا باهتمام الباحثين ويعود ذلك الى عدم وضوح التداعيات الأخلاقية لإدماج الذكاء الاصطناعي في الممارسة الإعلامية بعد حيث تركز الادماج بشكل عام في تحليل البيانات الضخمة ومازالت عملية انتاج ونشر الاخبار تعتمد بشكل أساسي على العنصر البشري .

أما فيما يتعلق بالموضوعات الفرعية لباقي الموضوعات الرئيسية مثل ،موضوع الذكاء الاصطناعي في واقع وممارسة الصحافة ،وموضوع الفرص والتحديات، وموضوع مستقبل الصحافة ، فقد تنوعت البحوث على قلتها في هذه المجالات حيث تناولت البحوث في موضوع

الذكاء الاصطناعي في واقع الممارسة ، الموضوع الفرعي واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة خمس مرات ، والموضوع الفرعي المجالات التي يستخدم فيها الذكاء الاصطناعي 3 مرات ، وموضوع واقع ومستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي مرتين و الإشكاليات التي يطرحها استخدام الذكاء الاصطناعي مرة واحدة . اما بالنسبة لموضوع الفرص والتحديات ومستقبل الصحافة فقد تناولت البحوث الموضوع الفرعي الفرص والتحديات مرتين وتناولت آراء حول مستقبل الصحافة مرة واحدة.

وفي الأخير / ووفي مجال موضوع الذكاء الاصطناعي في الخطاب الإعلامي عالجت البحوث المواضيع الفرعية التالية ، تأثير الصحف في تشكيل التصورات عن الذكاء الاصطناعي مرتين ، وتشكيل وسائل الإعلام لتوقعات الجمهور بشأن الذكاء مرة واحدة ، ومعالجة الصحف لمواضيع الذكاء الاصطناعي مرة واحدة ، وخطاب الصحف عن الذكاء الاصطناعي مرة واحدة .

ثالثا : الأطر المنهجية للبحوث عينة الدراسة

1.المقاربات المنهجية للبحوث

اعتمدت نسبة كبيرة من البحوث(62%) على مقاربات منهجية كمية في معالجتها لموضوع الذكاء الاصطناعي والصحافة مقابل نسبة (36%) للبحوث التي استخدمت مقاربات منهجية كيفية، ولم يتم اللجوء الى منهجيات مختلطة سوى في بحث واحد ؛ وتعكس هذه النتيجة هيمنة المقاربات الكمية على البحوث حيث يفضل الباحثون الحصول على البيانات الكمية من المبحوثين بدل الحصول عليها من تحليل النصوص أو من خلال الملاحظة بالمشاركة لرصد الممارسات . وتتوافق هذه النتيجة مع سعى نسبة كبيرة من البحوث الى قياس اتجاهات المبحوثين نحو الذكاء الاصطناعي وهو ما رجح كفة المقاربات الكمية حيث تم الاعتماد على منهج المسح وهو منهج كمي في 38 بحث من أصل 66 أي بنسبة 57.6 % في حين لم يتم الاعتماد على المنهج الكيفي سوى في 14 بحث (21%) واعتمدت بقية البحوث على مناهج متنوعة تحليل النص (5 تكرارات)،و تحليل الخطاب (2 تكرار) ،تحليل المحتوى (2 تكرار) ،المنهج التجريبي (2 تكرار) ؛ أما من حيث الأدوات المنهجية المستخدمة في جمع البيانات فقد اعتمد الباحثون على أداة الاستبانة في 57.6 % من البحوث و24.2% على أداة المقابلة و4.5 % على استمارة تحليل المحتوى و12.1% على أداة تحليل النصوص والوثائق ؛ ومن حيث العينات المختارة، فقد اعتمد55 بحث على عينات بشرية بنسبة 83.3% مقابل 16.7 % من البحوث اعتمدت على دراسة عينات غير بشرية أي وثائق ونصوص . وان 93.9 %من هذه العينات تم اختيارها بطريقة عمدية (غير احتمالية مقابل (4) بحوث فقط 6.1% اعتمدت على عينات عشوائية احتمالية . وهو ما يطرح الى حد ما مشكلة التمثيل في عينات هذه البحوث ومدى إمكانية تعميم نتائجها ؛ أخيرا، من حيث الفئات السكانية التي شكلت العينات البشرية ، جاء الصحفيون في المقدمة في 54.5% من البحوث و9% جمهور عام و7% نخب ، وتتوزع باقي النسب على فئات متنوعة مثل الأكاديميين ،والمستخدمين والخبراء .

جدول رقم (2) مناهج البحث المستخدمة في البحوث

المناهج	التكرارات	%
المسح	38	57.6
تحليل المحتوى	2	3.0
تحليل نص	5	7.6
تحليل خطاب	2	3.0
المنهج الكيفي (مقابلات معمقة)	14	21.2
التجريبي	2	3.0
الوصفي التحليلي	1	1.5

المراجعة المنهجية	1	1.5
المجموعات البؤرية	1	1.5
المجموع	66	100.0

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

2.مستوى التحليل في البحوث :

استخدمت البحوث عينة الدراسة مستوى ماكرو (أي معالجة موضوع الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام بشكل عام في 21 مرة أي بنسبة 31.8 من البحوث في حين اعتمد 28 % (19 تكرار) من البحوث مستوى متوسط في معالجة الموضوع (أي المعالجة في إطار الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية) بينما عالج 26 بحث (39%) موضوع الذكاء الاصطناعي على مستوى مصغر (ميكرو) أي تم حصر الموضوع في نطاق الذكاء الاصطناعي والصحفيون . ويتضح من البيانات ميل البحوث الى ربط موضوع الذكاء الاصطناعي بالفاعلين وليس بالمنظومة الإعلامية ككل .

جدول رقم (3) مستوى التحليل في البحوث عينة الدراسة

مستوى التحليل	التكرارات	النسب المئوية %
مستوى ماكرو :(الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام)	21	31.8
مستوى متوسط : الذكاء الاصطناعي في الممارسات الصحفية	19	28.8
مستوى ميكرو: الذكاء الاصطناعي والصحفيون	26	39.4
المجموع	66	100.0

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

رابعا :الأطر النظرية والمفاهيمية المستخدمة في البحوث :

1.النظريات المستخدمة في البحوث:

استندت البحوث عينة الدراسة الى 15 نظرية مختلفة أي 53 % من البحوث وظفت نظرية واحدة على الأقل مقابل 47 % من البحوث لم تستند الى أي نظرية ، وقد تم توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا من قبل 15 بحث أي بنسبة 22.7 % من مجمل البحوث تلتها نظرية انتشار المبتكرات ب5 تكرارات (7.6 %) ثم نموذج قبول التكنولوجيا ، ونظرية الاستخدام والاشباع بتكرارين (3%) واستخدمت البحوث المتبقية وعددها 11 بحث نظريات متنوعة كنظرية ثراء الوسيلة ، ونظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، ونظرية الإيمان بالآلة ، ونظرية التطور العضوي لوسائل الاعلام ، ونظرية الحتمية التكنولوجية ونظرية تملك التكنولوجيا ، ونظرية المعلومات ، ونظرية الواجب الأخلاقي ؛ والملاحظ أن 26 بحث أي نسبة 39.3 % من البحوث اعتمدت على نظرية ذات علاقة بالتكنولوجيا وهو ما يكشف عن حقيقة أن الباحثين ينظرون الى موضوع الذكاء الاصطناعي في الصحافة كمسألة تكنولوجية تفسر

تكنولوجيا و يتجاهلون البعدين الاجتماعي والثقافي لمسألة الذكاء الاصطناعي ويختزلون المسألة الى مسألة قبول أو رفض الذكاء الاصطناعي و استبعاد الأطر التنظيمية و المعرفية والثقافية.

جدول رقم (4) النظريات المستخدمة في البحوث عينة الدراسة

النظرية المستخدمة في البحث	التكرارات	%
لم يتم استخدام أية نظرية	31	47.0
النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	15	22.7
نظرية انتشار المبتكرات	5	7.6
نموذج قبول التكنولوجيا	2	3.0
نظرية الاستخدامات والاشباعات	2	3.0
أخرى (نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، نظرية تبعية وسائل الاعلام، نظرية المعلومات، نظرية الإيمان بالآلة، نظرية الواجب الأخلاقي، نظرية التطور العضوي لوسائل الاعلام، نظرية التأطير الإعلامي، الحتمية التكنولوجية، تملك التكنولوجيا، نموذج قبول التكنولوجيا التفاعلية.	11	16.6
المجموع	66	100.0

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

2.المفاهيم الأكثر تكرارا في عناوين البحوث :

تظهر بعض الكلمات بشكل متكرر في سياق مناقشة تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة وممارساتها المختلفة. هذه الكلمات تعكس الموضوعات الرئيسية التي يتناولها النص، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام وتوجهات الصحفيين والممارسات في المؤسسات الإعلامية. وتظهر الاختلاف شبه التام بين البحوث العربية والبحوث الأجنبية في المفاهيم المستخدمة حيث لا نجد سوى مفهومين متطابقين في الفئتين وهما مفهوم الذكاء الاصطناعي وتقنيات الذكاء الاصطناعي ومفهوم الاستخدام .

جدول رقم (5) الكلمات الأكثر تكرارًا في عناوين البحوث الدولية والعربية حول الصحافة والذكاء الاصطناعي

	البحوث الدولية		البحوث العربية	
#	الكلمات	التكرارات في عناوين البحوث	الكلمات	التكرارات في عناوين البحوث
1	الذكاء الاصطناعي	18	توظيف	18
2	الصحافة	17	اتجاهات	14
3	تأثير	10	تقنيات الذكاء الاصطناعي	12

4	تصورات	10
5	التحديات	8
6	الفوائد	7
7	غرف الأخبار	6
8	استخدام	5
9	ممارسات	5
10	التوقعات	5
11	الأتمتة	5
12	الاخلاقيات	4

الصحفيين	8
القائم بالاتصال	8
المحتوى	7
وجهة نظر	5
مستقبل	5
استخدام	5
تطوير	5
رؤية	4
واقع	4

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

خامسا : الشعور العام اتجاه إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة

من خلال تحليل المفردات والعبارات المستخدمة في نتائج البحوث تم التوصل الى استكشاف الشعور العام في البحث اتجاه استخدام الذكاء الاصطناعي على النحو التالي : 40.9 % من الباحثين متفائلين بشكل عام من ولوج الذكاء الاصطناعي الصحافة و28.8 % متفائلين لكن حذرين من التأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي و17.2 % اظهروا شعور متوازن يجمع بين ابراز الفرص التي يمثلها الذكاء الاصطناعي، ولكن عبروا أيضا عن مخاوفهم من التأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي و، 7.5% اظهروا تشاؤم من هذا الاستخدام ، و4.5% انتقدوا اعتماد الصحف على الذكاء الاصطناعي .

جدول رقم (6) الشعور العام اتجاه إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة

الشعور العام	التكرارات	النسب %
متفاءل بشكل عام من ولوج الذكاء الاصطناعي الصحافة	26	40.9
متفاءل بشكل عام إزاء ولوج الذكاء الاصطناعي في الصحافة لكن حذر من التأثيرات السلبية	19	28.8
شعور متوازن(الفرص/المخاوف)	12	17.1
متشاءم	5	7.5
نقدي إزاء ولوج الذكاء الاصطناعي في الصحافة	3	4.5
المجموع	66	100.0

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

سادسا : متغيرات الدراسة :

1-سنة النشر والمواضيع المهيمنة :

تظهر بيانات الجدول رقم (7) بأن موضوع التمثلات والاتجاهات إزاء الذكاء الاصطناعي ظل موضوعا مهيمنا على البحوث خلال المدة الزمنية لعينة الدراسة حيث استقطب اهتمام الباحثين في سنة 2022 ب10 بحوث وفي سنة 2023 ب 8 بحوث وفي 2024 ب10 بحوث ؛ و استقطب موضوع تأثيرات الذكاء الاصطناعي ببعض الاهتمام من الباحثين في سنة 2023 ب 6 بحوث لكن اهتمام الباحثين بمعالجة الموضوع تراجع في سنة 2024 الى بحثين شأنه شأن موضوع واقع وممارسات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الذي جذب اهتمام الباحثين في 2023 بواقع 7 بحوث ثم تراجع الاهتمام بالموضوع في 2024 الى بحثين .

جدول رقم (7) تقاطع سنة النشر مع المواضيع الرئيسية المهيمنة على البحث

محاور التركيز في البحوث (الموضوعات المهيمنة)	سنة النشر			المجموع
	2022	2023	2024	
تطبيقات الذكاء الاصطناعي	2	1	0	3
تأثيرات الذكاء الاصطناعي	2	6	4	12
الاعتبارات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي	0	2	2	4
التمثلات والاتجاهات ازاء الذكاء الاصطناعي	10	8	10	28
العقبات والتحديات	0	0	1	1
مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي	1	0	1	2
الواقع والممارسات	2	7	2	11
الذكاء الاصطناعي في الخطاب الاعلامي	3	0	2	5
المجموع	20	24	22	66

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

2-سنة النشر والمقاربات المنهجية المستخدمة

حافظت المقاربات المنهجية الكمية على أهميتها لدى الباحثين لكنها سجلت تراجعا من سنة الى أخرى حيث تناقصت من 16 بحث في 2022 الى 13 بحث في 2023 الى 12 بحث 2024 وعلى العكس من ذلك سجلت البحوث التي اعتمدت مقاربات منهجية كيفية نموا كبيرا حيث انتقلت من 4 بحوث خلال سنة 2022 الى 10 بحوث في سنتي 2023 و2024 ، وتعني هذه البيانات بأن الباحثين بدأوا يدركون ضرورة الاعتماد على المقاربات الكيفية لتحقيق فهم أعمق للمواضيع المرتبطة بإدماج الذكاء الاصطناعي في الصناعة .

جدول رقم (8) تقاطع سنة النشر مع المقاربات المنهجية المستخدمة في البحوث

طبيعة المقاربات المنهجية المستخدمة في البحوث		سنة النشر			المجموع
		2022	2023	2024	
	كمية	16	13	12	41

	كيفية	4	10	10	24
	مختلطة	0	1	0	1
المجموع		20	24	22	66

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

3-سنة النشر ومستوى التحليل في البحوث

تظهر بيانات الجدول رقم (9) بأن الباحثين تبنوا في بحوثهم خلال سنة 2022 مستوى تحليل كلي ب 12 بحث ثم تراجع هذا المستوى في 2023 الى 8 بحوث في 2023 ثم 6 بحوث في 2024 في المقابل ارتفع عدد البحوث التي تبنت تحليل جزئي مايكرو من 5 بحوث في 2022 الى 9 بحوث في 2024 بينما نمت عدد البحوث التي بنت مستوى متوسط من 3 بحوث في 2022 الى 9 بحوث في 2023 لتتراجع الى 7 بحوث في 2024.

جدول رقم (9) تقاطع سنة النشر مع مستوى التحليل في البحوث

مستوى التحليل في البحوث		سنة النشر			المجموع
		2022	2023	2024	
	ماكرو	5	7	9	21
	متوسط	3	9	7	19
	مايكرو	12	8	6	26
المجموع		20	24	22	66

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

سابعا : التحليل المقارن للبيانات

1-المواضيع المهيمنة(الرئيسية والفرعية) في البحوث العربية والبحوث الأجنبية

ركزت البحوث العربية في المقام الأول على البحث في موضوع الاتجاهات نحو الذكاء الاصطناعي حيث أن 52.9 % من البحوث تناولت هذا الموضوع ، وأولت اهتماما متوسطا الى حد ما (17.6 %) لموضوع الواقع والممارسات لمحاولة استكشاف مدى اعتماد الصحافة العربية على الذكاء الاصطناعي ، وأولت اهتماما ضعيفا لموضوعات تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، وتأثيراته، والاعتبارات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي ، ومستقبل الصحافة في ظل تطور الذكاء الاصطناعي ، والذكاء الاصطناعي في الخطاب الإعلامي ، واهملت تماما موضوع العقبات والتحديات التي تواجه عملية إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة ، وهي نتيجة مثيرة إذ يفترض أن يحظى هذه الموضوع بالاهتمام بالنظر الى سياق الإعلام العربي . في المقابل ، ركزت البحوث الدولية في المقام الأول أيضا على موضوع التمثلات والاتجاهات(31.25%) لكنها أولت اهتماما أكبر ضمن البحث في هذا الموضوع لاستكشاف تمثلات الذكاء الاصطناعي لدى الفاعلين

، الى جانب اهتمامها بدراسة موضوع تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الصحافة والممارسة الصحفية (28.1%) ، وأولت هذ البحوث اهتماما متوسطا لموضوع الواقع والممارسات (15.6%) وموضوع الخطاب الإعلامي عن الذكاء الاصطناعي وكيف يشكل تصورات الناس عنه (12.5%) في المقابل أولت البحوث الغربية اهتماما ضعيفا للبحث في موضوع الاعتبارات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي ، وموضوع العقبات والتحديات التي تواجه ادماجه في الصحافة و في الأخير ، لم تول البحوث الدولية أي اهتمام يذكر ولم تتناول موضوعات مثل ، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، ومستقبل الصحافة في ظل تطور الذكاء الاصطناعي وقد يعود ذلك الى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم الاعتماد عليها في الصحافة الآلية صارت معروفة الى حد ما وخصوصا في مجال تحليل البيانات الضخمة و مجال الفحص والتحقق من المعلومات ، علاوة على ذلك ، لم تول البحوث الدولية اهتماما لمستقبل الصحافة لان الذكاء الاصطناعي في بداياته الأولى و من المبكر الحديث عن مستقبل الصحافة لأن الرؤية لم تتضح بعد .

جدول رقم (10) مقارنة المواضيع البحثية المهيمنة في الحوث العربية والبحوث الأجنبية

المواضيع البحثية المهيمنة			المجموع
	البحوث العربية	**البحوث الأجنبية**	
تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة	3	0	3
	8.8%	0.0%	4.5%
تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الصحافة	3	9	12
	8.8%	28.1%	18.2%
الاعتبارات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الصحافة	1	3	4
	2.9%	9.4%	6.1%
التمثلات والاتجاهات ازاء الذكاء الاصطناعي	18	10	28
	52.9%	31.3%	42.4%
العقبات والفرص والتحديات	0	1	1
	0.0%	3.1%	1.5%
مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي	2	0	2
	5.9%	0.0%	3.0%
الواقع والممارسات	6	5	11
	17.6%	15.6%	16.7%
الذكاء الاصطناعي في الخطاب الاعلامي	1	4	5
	2.9%	12.5%	7.6%
المجموع	34	32	66
	100.0%	100.0%	100.0%

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

2- الأطر المنهجية للبحوث العربية والأجنبية

يظهر الاختلاف واضحا بين البحوث العربية والأجنبية فيما يتعلق بالمقاربات المنهجية المستخدمة فبينما اعتمدت البحوث العربية على المقاربات الكمية بنسبة 88.2% من البحوث ، نجد أن البحوث الأجنبية اعتمدت على مقاربات كيفية بنسبة 62.5% مقابل 34.3 % فقط من البحوث اعتمدت على مقاربات كمية وهذا يعني أن البحوث العربية سعت بالأساس الى جمع بيانات كمية عن الموضوع بينما سعت البحوث الأجنبية الى فهم الظاهرة من خلال الاعتماد على أدوات جمع البيانات الكيفية ولم تكن مهتمة بتكميم النتائج أو تعميمها وإنما فهم التجارب والممارسات .وتنعكس هذه الفروق بين البحوث العربية والأجنبية في مجال الأطر المنهجية في نوع المناهج المستخدمة في البحوث حيث اعتمدت البحوث العربية على منهج المسح في 82.3% والمنهج الكيفي ب 11.7% مقابل 28.1% منهج مسح بالنسبة للبحوث الأجنبية ، و71.9 % مناهج كيفية (تحليل نص، تحليل خطاب ، مجموعات بؤرية ،)

أما من حيث عينات البحث فقد اعتمدت البحوث العربية على 91.1% من العينات البشرية ، و8.9% عينات غير بشرية(وثائق ونصوص) ، في حين اعتمدت البحوث الأجنبية على 75% على عينات بشرية و25% عينات غير بشرية . ولا توجد فروق كبيرة بين البحوث العربية والأجنبية في هذا المجال ، وعند مقارنة الفئات السكانية التي تم استجوابها في العينات البشرية نجد أن البحوث العربية اعتمدت على فئة الصحفيين بنسبة 74.1% مقابل 50% بالنسبة للبحوث الأجنبية وهو ما يعنى أنه في كلا الفئتين من البحث شكلت فئة الصحفيين الفئة الأكثر استجوابا من قبل الباحثين .

3-مستوى التحليل في البحوث العربية والأجنبية

أهتمت البحوث العربية بمعالجة مواضيع الذكاء الاصطناعي من منظور جزئي (مايكرو) في 52.9 من البحوث حيث تم التركيز على الذكاء الاصطناعي والصحفيين والمنظور المتوسط (الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية) في 26.4 % من البحوث ، و20.5 % فقط من البحوث اعتمدت على مستوى تحليل ماكرو(كلي) أي معالجة موضوع الذكاء الاصطناعي والصحافة على ضوء إدماج الذكاء الاصطناعي في المنظومة الإعلامية ككل . وتنسجم هذه النتيجة مع النتائج السابقة حيث إن أكثر من نصف البحوث العربية تناولت اتجاهات الصحفيين نحو توظيف واستخدام الذكاء الاصطناعي لكشف وقياس هذه الاتجاهات ، ولم تول اهتمام لتحليل تأثير إدماج الذكاء الاصطناعي على منظومة الإعلام ككل .

على عكس البحوث العربية ، مالت البحوث الأجنبية الى اعتماد مستوى تحليل ماكرو(كلي) في معالجة موضوعات الذكاء الاصطناعي والصحافة حيث إن 43.7 % من البحوث الأجنبية عالجت المواضيع من منظور كلي مقابل 25 % فقط تناولت الموضوعات من منظور جزئي (مايكرو) حيث لم تهتم كثيرا باتجاهات الفاعلين وركزت أكثر على التأثيرات الكلية لعملية إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة وتبنت 31.2% من البحوث مستوى تحليل متوسط يركز على المواضيع التي تتناول الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية بشكل عام

جدول (11) مقارنة مستوى التحليل في البحوث العربية والأجنبية

	مستوى التحليل في البحوث			المجموع
	ماكرو	متوسط	مايكرو	
البحوث العربية	7	9	18	34
	20.5%	26.4%	52.9%	100%
البحوث الأجنبية	14	10	8	32

	43.7%	31.2%	25%	100

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

4- الأطر النظرية المهيمنة في البحوث العربية والأجنبية

تشترك البحوث العربية والبحوث الأجنبية في عدم اعتماد نسبة مرتفعة من هذه البحوث على أي نظرية من النظريات (32.3%) بالنسبة للبحوث العربية و (62.5 %)بالنسبة للبحوث الأجنبية، أما من حيث النظريات المستخدمة فقد اعتمدت البحوث العربية على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا بنسبة 35.3% و11.7 % على نظرية انتشار المبتكرات لروجرز مقابل 9.3% من البحوث الأجنبية التي استندت الى النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا في حين اعتمدت بقية البحوث على نظرية واحدة من نظريات الاتصال. وتكشف هذه النتائج عن حالة الارتباك لدى الباحثين في اختيار الأطر النظرية الملائمة لمعالجة هذا الموضوع المستجد الى جانب تغليب البعد التكنولوجي في دراسة مسألة الذكاء الاصطناعي والصحافة ، والتركيز على مسألة البحث في الاستعدادات لتبنى وقبول هذه التقنيات الجديدة ، ولا يوجد اختلاف ذي مغزى بين البحوث العربية والبحوث الأجنبية في هذا المجال .

5- المفاهيم المستخدمة في البحوث العربية والبحوث الأجنبية

تظهر بيانات الجدول أدناه اختلاف شبه تام بين البحوث العربية والبحوث الأجنبية من حيث المفاهيم الأكثر تكرارا في عناوين البحوث ماعدا في مفهومين وهما مفهوم الذكاء الاصطناعي الذي تكرر استخدامه في البحوث العربية 12 مرة مقابل 18 مرة في البحوث الأجنبية ومفهوم الاستخدام (6 مرات في البحوث الأجنبية مقابل (5) مرات في البحوث العربية ومالت البحوث العربية الى استخدام مفهوم " التوظيف " في 18 مرة و استخدمت البحوث العربية مفهوم " الاتجاهات (14 مرة) في حين استخدمت البحوث الأجنبية مفهوم "التصورات " (10 مرات) وجاءت بقية المفاهيم مختلفة تماما حيث استخدمت البحوث العربية مفاهيم (الصحفيين، والقائم بالاتصال(8 مرات) ومفهوم المحتوى (7 مرات) ومفاهيم (وجهة نظر، ، ومستقبل ، وتطوير) 5 مرات ، ومفاهيم (واقع ، ورؤية ، ونخب) 4 مرات .

في حين استخدمت البحوث الأجنبية مفاهيم لم نعثر على استخدامها في عناوين البحوث العربية منها الثير010 مرات) ، والتحديات (8 مرات)، والفوائد (7مرات) وغرف الأخبار (6 مرات) والممارسات ، والتوقعات والأتمتة (5 مرات) والأخلاقيات(4 مرات) مع الملاحظة انه توجد مفاهيم أخرى لكنها وردت مرة أو مرتين في البحوث .

ويمكن أن نلاحظ من خلال بيانات الجدول بان البحوث العربية ركزت أكثر على مسألة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومحاولة معرفة اتجاهات أو رؤية أو وجهة نظر المبحوثين في هذا الاستخدام ، ولم تستخدم مفاهيم مثل التصورات والتأثير والتحديات والتوقعات ، ومن الأمور الملفتة للانتباه أن البحوث العربية استخدمت كلمة مستقبل 5 مرات أكثر من استخدامها لكلمة واقع (4 مرات) .

جدول رقم (12)الكلمات الأكثر تكرارًا في عناوين البحوث الدولية والبحوث العربية حول الصحافة والذكاء الاصطناعي

#	الكلمات	التكرارات	الكلمات	التكرارات
البحوث الدولية			**البحوث العربية**	
1	الذكاء الاصطناعي	18	توظيف	18
2	الصحافة	17	اتجاهات	14
3	تأثير	10	تقنيات الذكاء الاصطناعي	12

4	تصورات	10	الصحفيين	8
5	استخدام	5	القائم بالاتصال	8
6	التحديات	8	المحتوى	7
7	الفوائد	7	وجهة نظر	5
8	ممارسات	5	مستقبل	5
9	غرف الأخبار	6	استخدام	5
10	التوقعات	5	تطوير	5
11	الأتمتة	5	رؤية	4
12	الاخلاقيات	4	واقع	4
13	-	-	نخب	4

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

6- الموقف العام اتجاه الذكاء الاصطناعي في البحوث العربية والأجنبية

تشير البيانات التي تم استخلاصها من استنتاجات الباحثين بأن الموقف العام للباحثين العرب في موضوع الذكاء الاصطناعي هو موقف التفاؤل بشكل عام بنسبة 52.9 % و موقف التفاؤل الحذر ب23.5% والموقف المختلط أي الإقرار بأن الذكاء الاصطناعي يحمل فرص كبيرة للصحافة مع الإقرار بوجود مخاطر ومخاوف معينة مثل التحيز في الخوارزميات و فقدان الوظائف وفقدان السيطرة على الروبوتات بينما كان الباحثون الأجانب أقل تفاؤلا من نظرائهم العرب 25% متفائلين بشكل عام و34.4 % متفائلين ولكن بحذر و15.6% موقف مختلط بين الإقرار بالفرص التي يقدمها الذكاء الاصطناعي للصحافة مقابل الإفصاح عن مخاوف من التأثيرات السلبية لهذا الذكاء و15.6 % موقف التشاؤم من تداعيات ادماج الذكاء الاصطناعي على الصحافة .

جدول رقم (13) الشعور العام اتجاه إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة

البحوث	الموقف اتجاه إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة					المجموع
	متفاءل بشكل عام	نقدي	متفاءل لكن حذر	متشاءم	مختلط (فرص/مخاوف)	
البحوث العربية	18	0	8	0	7	34
	%52.9	0	%23.5	0	20.6%	100
البحوث الأجنبية	8	3	11	5	5	32
	%25	%9.4	%34.4	%15.6	%15.6	100

المصدر: البيانات التي جمعها الباحث بنفسه

7- مقارنة نتائج البحوث العربية والبحوث الدولية

تشير النتائج التي توصلت اليها البحوث الأجنبية الى أن الذكاء الاصطناعي يعزز كفاءة إنتاج الأخبار والوصول إلى المعلومات؛ لكنه يثير مع ذلك عديد المخاوف منها ، تحيز البيانات، والتداعيات الأخلاقية، وفقدان الوظائف؛ وهو ما يستدعى الحاجة إلى التدريب الأخلاقي والسياسات المنظمة لدمج الذكاء الاصطناعي؛ ويعبر الصحفيون عن شكوكهم في نجاح ذلك بسبب نقص التدريب والموارد غير الكافية. علاوة على ذلك ،أشارت النتائج أيضا الى أن الجمهور يُظهر مواقف إيجابية تجاه الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ولكنه يثير بدوره مخاوف تتعلق بالحفاظ على الخصوصية. وأكدت نتائج البحوث أيضا على أهمية موازنة الربحية مع المعايير الأخلاقية، والتفكير المستمر في تأثير الذكاء الاصطناعي للحفاظ على نزاهة الصحافة.

من الجانب الآخر، أشارت نتائج البحوث العربية الى أن الذكاء الاصطناعي يعمل على تحويل الصحافة، وتعزيز المحتوى والتفاعل؛ وإنه يتعين على الصحفيين التكيف مع التقنيات الجديدة وإعادة تعريف أدوارهم؛ وانه يمكن للذكاء الاصطناعي من تحسين جودة المحتوى، ولكنها أشارت أيضا الى المخاوف التي يثيرها بشأن فقدان الوظائف والمعلومات المضللة. علاوة على ذلك ، أشارت البحوث العربية الى وجود مشاعر عامة مختلطة فيما يتعلق بجودة المحتوى الذي يولد بواسطة الذكاء الاصطناعي ، كما أشارت الى الرغبة القوية لدى الصحفيين في دمج الذكاء الاصطناعي في عملهم والتدريب عليه، وأكدت على الأهمية البالغة للتدريب والتوعية للتنفيذ الفعال للذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ كما أكدت على أن المبادئ التوجيهية الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الصحافة غير كافية؛ وهناك حاجة ملحة إلى أطر إرشادية شاملة.

يمكن ملاحظة تقارب كبير بين نتائج البحوث العربية ونتائج البحوث الأجنبية في عديد النقاط منها ، الإيمان بالإمكانيات الكبيرة التي يحملها الذكاء الاصطناعي وقدرته على تحسين المنتوج الصحفي ، والمخاوف من التأثيرات المحتملة لعملية إدماج الذكاء الاصطناعي خصوصا ما تعلق منها بالتأثيرات السلبية مثل التحيز ومسائل الخصوصية ، وإمكانية تقليص الوظائف؛ وأهمية الاستمرار في التفكير والبحث في هذه التأثيرات.

5.مناقشة النتائج العامة للدراسة :

أظهرت نتائج الدراسة هيمنة موضوع التصورات والتمثلات التي يحملها الصحفيون والجمهور للذكاء الاصطناعي ومواقفهم من إدماجه في الممارسة الصحفية ويمكن تفسير هيمنة هذا الموضوع على ما يقرب نصف البحوث عينة الدراسة بكون عملية إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة لا زالت في بداياتها الأولى وأن مفهوم الذكاء الاصطناعي لا زال يكتنفه الغموض ، وبالتالي ركز الباحثون اهتمامهم لاستكشاف مواقف الصحفيين والجمهور من هذه العملية والتصورات والتمثلات التي يحملونها عن الذكاء الاصطناعي .

ابرزت نتائج الدراسة اتجاه معظم البحوث العربية الى التركيز على دراسة الاتجاهات والآراء نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي والإعلامي. وشمل ذلك موقف الصحفيين والإعلاميين من توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، ووجهات نظر الصحفيين وآراءهم حول استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، بما في ذلك تقييمهم للواقع الحالي واستعدادهم لتبني هذه التقنيات ومنها الجهوزية المهنية ، أي تقييم استعداد الصحفيين لدمج أدوات الذكاء الاصطناعي في ممارساتهم في إعداد التقارير، والكشف عن حواجز التبني أي العقبات التي يواجها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما تشمل أيضا توجهات النخب الإعلامية والأكاديمية وآراءهم حول استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي والتحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية والصحفية على ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

كشفت نتائج الدراسة عن اتجاه واضح نحو زيادة اعتماد مناهج البحث النوعي في البحث المتعلق بدمج الذكاء الاصطناعي في الصناعة؛ في حين تظل الأساليب الكمية ذات صلة، إلا أن هناك انخفاضًا ملحوظًا في استخدامها على مر السنين. يمكن تفسير هذا

التحول بتعقيد ادماج الذكاء الاصطناعي حيث تتطلب الطبيعة المعقدة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في مختلف الصناعات فهمًا عميقًا ودقيقًا يمكن للمناهج الكيفية توفيره بشكل أفضل. كما يمكن للمناهج الكيفية الخوض في السياقات المحددة والعوامل الثقافية والتجارب البشرية المشاركة في تبني الذكاء الاصطناعي، مما يوفر منظورًا أكثر شمولاً. علاوة على ذلك ، فأنه مع تطور الذكاء الاصطناعي وتنوع تطبيقاته، قد يركز الباحثون على الأسئلة التي تتطلب استكشافًا نوعيًا، مثل الآثار الأخلاقية أو التأثيرات المجتمعية أو تجارب المستخدم. وفي حين يكتسب البحث النوعي أهمية متزايدة، فمن الضروري الحفاظ على التوازن مع الأساليب الكمية حيث يمكن أن يوفر الجمع بين هذه الأساليب فهمًا أكثر قوة وشمولا للظواهر المتعلقة بالذكاء الاصطناعي.

بشكل عام، يشير الاتجاه نحو البحث الكيفي إلى إدراك متزايد للحاجة إلى فهم أعمق وأكثر سياقية في مجال تكامل الذكاء الاصطناعي، ويتماشى هذا التحول مع الطبيعة المتطورة لبحوث الذكاء الاصطناعي وتأثيرها المتزايد على المجتمع.

بالمقابل كشفت الدراسة عن اتجاه واضح نحو انخفاض الاهتمام بالتحليل الكلي بين الباحثين. وقد يشير هذا إلى التحول نحو أسئلة بحثية أكثر تفصيلاً وتحديدًا. وفي المقابل زاد عدد دراسات التحليل الجزئي بشكل مطرد، مما يشير إلى تفضيل متزايد للتحقيقات المتعمقة لظواهر أو حالات معينة. بينما شهد المستوى المتوسط بعض التقلبات، مما يشير إلى التوازن بين الرغبة في وجهات نظر أوسع والحاجة إلى فحوصات مفصلة. قد يعكس هذا التحول نحو المستويات الجزئية والمتوسطة تغييرًا في طبيعة أسئلة البحث التي يتم طرحها، وقد يركز الباحثون على مشاكل أكثر تحديدًا أو يسعون إلى سد الفجوة بين المنظورين الكلي والجزئي. كما تسهل التطورات في تقنيات جمع البيانات وتحليلها على الباحثين إجراء دراسات أكثر تفصيلاً على المستويين الجزئي والمتوسط، وتشجع الأطر أو المناهج النظرية الجديدة الباحثين على تبني وجهات نظر أكثر دقة. وبشكل عام، تشير البيانات إلى اتجاه متزايد نحو أبحاث أكثر تركيزًا وتفصيلاً، وقد يكون لهذا التحول آثار كبيرة على تطوير المعرفة والفهم في مجالات مختلفة.

أظهرت نتائج الدراسة بأن جزءًا كبيرًا من البحوث قد تم إجراؤها دون إطار نظري واضح. وقد يشير هذا إلى التركيز على الدراسات الاستكشافية أو الوصفية، أو ربما الافتقار إلى الإجماع على أكثر الأساليب النظرية ملاءمة. كما كشفت الدراسة بأن نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا (UTAUT) كانت الإطار النظري الأكثر استخدامًا، وهذا يشير إلى قبولها على نطاق واسع وقابليتها للتطبيق في البحوث المتعلقة بالتكنولوجيا. لكن قد تكون نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا، على الرغم من تأثيرها، محدودة في تفسير جوانب معينة من تبني التكنولوجيا أو استخدامها. أن اعتماد الباحثين على نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا (UTAUT) ونظرية انتشار الابتكارات في المقام الأول يعنى بأن الباحثين يركزون على الجوانب التكنولوجية لدمج الذكاء الاصطناعي في الصحافة، مما قد يؤدي الى تجاهل أبعادًا مهمة أخرى. تهتم كل من نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا ونظرية انتشار الابتكارات في المقام الأول بفهم تبني واستخدام التكنولوجيا. وغالبًا ما يتم فحص عوامل مثل الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام والتأثير الاجتماعي. وفي حين أن هذه العوامل ذات صلة، إلا أنها قد لا تلتقط تمامًا الآثار الاجتماعية والثقافية والفلسفية المعقدة للذكاء الاصطناعي في الصحافة. وقد لا تعالج هذه النظريات بشكل كافٍ قضايا مثل، الاعتبارات الأخلاقية وكيف يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي، وتجنب التحيزات وضمان الشفافية ،والتأثير المحتمل للذكاء الاصطناعي على وظائف الصحفيين والمشهد الإعلامي الأوسع، وكيف قد يؤثر الذكاء الاصطناعي على الممارسات الصحفية والطريقة التي يتم بها استهلاك الأخبار وفهمها. علاوة على طبيعة الحقيقة والموضوعية والوكالة البشرية في سياق الصحافة التي يقودها الذكاء الاصطناعي. قد يحتاج الباحثون إلى دمج أطر أو مقاربات نظرية إضافية مثل مقاربة البناء الاجتماعي لفهم كيف يتشكل الذكاء الاصطناعي من خلال العوامل الاجتماعية والثقافية، والنظرية النقدية لفحص ديناميكيات القوة والتحيزات المحتملة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في الصحافة.

سلطت الأبحاث حول الذكاء الاصطناعي في الصحافة الضوء على الفوائد المحتملة والتحديات المرتبطة بدمجه. وفي حين يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعزز كفاءة إنتاج الأخبار والوصول إلى المعلومات، إلا أن المخاوف بشأن تحيز البيانات والآثار الأخلاقية وفقدان الوظائف لا تزال قائمة. ويتطلب معالجة هذه المخاوف تدريبًا أخلاقيًا وسياسات منظمة وتركيزًا قويًا على الحفاظ على نزاهة الصحافة. وعلى الرغم من أن الجمهور إيجابي بشكل عام بشأن الذكاء الاصطناعي في الصحافة، إلا أنه لديه مخاوف بشأن الخصوصية. ويؤكد الباحثون على الحاجة إلى نهج متوازن يعطي الأولوية للمعايير الأخلاقية إلى جانب الربحية والتقييم المستمر لتأثير الذكاء الاصطناعي.

حددت الأبحاث حول الذكاء الاصطناعي في الصحافة عدة فجوات رئيسية. وتشمل هذه الفجوات الحاجة إلى تقييمات الأثر الطويل الأجل، وتطوير أطر أخلاقية خاصة بكل سياق، والتعاون العالمي والتوحيد القياسي، وتعزيز معرفة الذكاء الاصطناعي والتدريب عليه، ووضع مقاييس موثوقة لقياس تأثير الذكاء الاصطناعي. ومن شأن معالجة هذه الفجوات أن تسهم في فهم أكثر شمولاً لدور الذكاء الاصطناعي في الصحافة وضمان تكامله الأخلاقي والفعال.

كما كشفت الأبحاث حول الذكاء الاصطناعي في الصحافة، عند مقارنة الدراسات العربية والأجنبية، عن فجوات تتعلق بالعوامل الثقافية والسياقية، والفروق اللغوية، والسياسات الحكومية، والتعاون. ويتطلب معالجة هذه الفجوات التركيز على فهم الخصوصيات الإقليمية، وتعزيز التبادل بين الثقافات، وتعزيز تبادل المعرفة لضمان فهم أكثر شمولاً لتأثير الذكاء الاصطناعي في سياقات متنوعة.

6.مناقشة نتائج التحليل المقارن بين البحوث الأجنبية والبحوث العربية

تتقاطع البحوث الأجنبية والبحوث العربية عند نقطة الاهتمام بدراسة موضوعات التصورات والاتجاهات والتركيز على معرفة آراء ووجهات نظر الصحفيين في الذكاء الاصطناعي واستعدادهم لتبي استخدام وتوظيف تقنياته في العمل الصحفي ؛ وتلتقي البحوث الأجنبية والبحوث العربية عند نقطة عدم إيلاء أهمية كبيرة للبحث في القضايا والتداعيات الأخلاقية لإدماج الذكاء الاصطناعي. وتختلف البحوث الأجنبية عن البحوث العربية في أنها اولت اهتماما للبحث في تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الممارسة الصحفية الى جانب البحث في الخطاب الإعلامي حول الذكاء الاصطناعي ودوره في تشكيل التصورات عنه والتوقعات من عملية إدماجه ؛في حين أولت البحوث العربية اهتماما للبحث في تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم توظيفها في العمل الصحفي مثل تطبيقات تحليل البيانات الضخمة وتطبيقات التحقق من الوقائع والمعلومات .

اعتمدت البحوث الأجنبية والعربية على نفس الأطر النظرية (خصوصا نظرية نموذج القبول الموحد للتكنلوجيا) ونظرية انتشار الابتكارات) مع ميل البحوث الأجنبية الى عدم الاعتماد على أي نظرية ، مع التطابق في المنظور التكنولوجي للذكاء الاصطناعي وغياب المنظورات الأخرى . كان هنالك اختلاف الى حد ما من حيث الأطر المنهجية للبحوث بين البحوث الأجنبية التي فضلت الاعتماد على مقاربات منهجية كيفية بغرض الوصول الى فهم الظاهرة والبحوث العربية التي اعتمدت على مقاربات كمية لجمع بيانات لقياس اتجاهات المبحوثين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي . اختلفت البحوث الأجنبية عن البحوث العربية في مستوى التحليل في هذه البحوث حيث فضلت البحوث الأجنبية معالجة الموضوعات عند مستوى تحليل متوسط أي معالجة الموضوعات في إطار الذكاء الاصطناعي والممارسات الصحفية في حين فضلت البحوث العربية مستوى تحليل جزئي أو مصغر من خلال التركيز على الجانب الفردي أي معالجة الموضوعات من خلال علاقة الصحفيين بالذكاء الاصطناعي .

خاتمة

تقدم نتائج هذا البحث نظرة عامة على المشهد الحالي في مجال الذكاء الاصطناعي وبحوث الصحافة. يتماشى التركيز السائد على التمثيلات والمواقف مع الآثار الاجتماعية والمهنية المهمة لدمج الذكاء الاصطناعي في هذا المجال ، وهناك العديد من الدراسات البحثية التي توصلت إلى نتائج مماثلة لنتائج هذه الدراسة . إن التركيز على التمثلات والاتجاهات نحو التبني والاستخدام ، وانتشار الأساليب الكمية، والاستخدام المفرط لنظرية نموذج القبول الموحد للتكنولوجيا هي مواضيع مشتركة في أبحاث الذكاء الاصطناعي والصحافة بشكل عام .

يتميز مشهد الذكاء الاصطناعي في الصحافة بالتطور السريع، والذي يحركه في المقام الأول التركيز على التمثيل والاتجاهات . ومع ذلك، فإن المجال محدود حاليًا بسبب اعتماده على الأساليب الكمية والاستطلاعات، والتي قد تعيق الفهم العميق لهذه التطورات ، وفي حين توفر نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا UTAM أساسًا نظريًا، فإن مجموعة أوسع من وجهات النظر يمكن أن تقدم رؤى أكثر ثراءً. لمعالجة هذه القيود، هناك حاجة إلى مقاربات نظرية ومنهجية متعددة الأوجه. فمن خلال الجمع بين الأساليب الكمية والنوعية، واستكشاف ما هو أبعد من القبول الموحد للتكنولوجيا UTAM، يمكن للباحثين اكتساب فهم أكثر دقة لتأثير الذكاء الاصطناعي. بالإضافة إلى ذلك، فإن فحص تكامل الذكاء الاصطناعي في سياقات اجتماعية واقتصادية وسياسية أوسع يمكن أن يكون أكثر فائدة بالنسبة للسياسات والممارسة. ومع استمرار الذكاء الاصطناعي في لعب دور أكثر أهمية في الصحافة، أصبحت الاعتبارات الأخلاقية مهمة بشكل متزايد. لذلك يتعين على الأبحاث المستقبلية أن تستكشف الآثار الطويلة المدى للذكاء الاصطناعي على ممارسات الصحافة وتصورات الجمهور للمحتوى الذي يولد بواسطة الذكاء الاصطناعي وثقته في الصحافة التي يقودها الذكاء الاصطناعي.

المراجع باللغة العربية :

العشري وليد . (2023). واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في المُمارسة الصحفية-دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة (2018-2022). مجلة البحوث الإعلامية, 65(2), 877-946.

ناصر، نهى السيد أحمد. (2023). الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع 11 ، 183 – 219

سلوى علي إبراهيم الجيار،(2021)"الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثير الذكاء الاصطناعي على المنتج الإعلامي". مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، مج،9 (35) ، ص ص .69-9

عبد العزيز، أسامة السيد، وإبراهيم، مروة رضوان. (2022). الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 80 ، 1901 – 1954

المراجع الأجنبية :

Abdulmajeed, M., & Fahmy, N. (2022, May). Meta-analysis of AI Research in Journalism: Challenges, Opportunities and Future Research Agenda for Arab Journalism. In European, Asian, Middle Eastern, North African Conference on Management & Information Systems (pp. 213-225). Cham: Springer International Publishing

Amponsah, P. N., & Atianashie, A. M. (2024). Navigating the New Frontier: A Comprehensive Review of AI in Journalism. Advances in Journalism and Communication, 12(1), 1-17.

Calvo-Rubio, L. M., & Ufarte-Ruiz, M. J. (2021). Artificial intelligence and journalism: Systematic review of scientific production in Web of Science and Scopus (2008-2019). Communication & Society, 34(2), 159-176

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

Danzon-Chambaud, S. (2021). A systematic review of automated journalism scholarship: guidelines and suggestions for future research. Open research Europe, 1.

Graefe, A., & Bohlken, N. (2020). Automated Journalism: A Meta-Analysis of Readers' Perceptions of Human-Written in Comparison to Automated News. Media and Communication, 8 (3), 50-59.

Kothari, A., & Cruikshank, S. A. (2022). Artificial intelligence and journalism: An Agenda for Journalism Research in Africa. African Journalism Studies, 43(1), 17-33.

Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. (2021). "The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production", El Profesional de La Información, v. 30, n. 3: 1-

Raman, R., Nair, V. K., Nedungadi, P., Sahu, A. K., Kowalski, R., Ramanathan, S., & Achuthan, K. (2024). Fake news research trends, linkages to generative artificial intelligence and sustainable development goals. Heliyon, 10(3).

Verma, D. (2024). Impact of Artificial Intelligence on Journalism: A Comprehensive Review of AI in Journalism. Journal of Communication and Management, 3(02), 150-156