



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣ م = ٢,٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد الثامن والأربعون - أكتوبر / ديسمبر ٢٠٢٣ م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- الهوية في ضوء الحداثة: نحو نموذج جديد لتحليل التأطير الإعلامي للهوية الوطنية
د. عبد الصمد بن هادي سهلي (جامعة جازان) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- دور المنصات الحكومية في دعم الهوية الوطنية: دراسة وصفية تحليلية على منصات الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية
أ.م.د. آلاء بنت بكر علي الشيخ (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٣
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البعثات الدبلوماسية للتواصل مع المواطنين السعوديين في الخارج: دراسة تطبيقية على السفارة السعودية في القاهرة
أ.م.د. مطلق سعود المطيري (جامعة الملك سعود) ... ص ٧١
- تقبل طلاب العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي : دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا
أ.م.د. نهى السيد ناصر (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٠٥
- انعكاسات الاتصالات المؤسسية على الالتزام بالتغيير التنظيمي في المؤسسات التعليمية المصرية : دراسة في إطار تغيير منظومة التعليم قبل الجامعي في مصر
د. نها أنور سليمان رضوان (جامعة المنوفية) ... ص ١٦٧
- نمذجة تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا ولاء العملاء: بالتطبيق على شركة يمن موبايل للاتصالات
د. حاتم علي حيدر مقبل الصالحي (جامعة صنعاء)
د. عمر أحمد محمد داعر البخيتي (جامعة صنعاء) ... ص ٢٤٩
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في القيم الأخلاقية للطلاب الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الخوارزمي الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة
د. ابن عوف حسن أحمد (كلية ليوا - أبوظبي) ... ص ٢٨٩
- مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي: دراسة استشرافية خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣ م
د. إيناس منصور كامل شرف (جامعة كفر الشيخ) ... ص ٣١٧
- اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة الاتصالات السعودية
د. آرام إبراهيم أبو عباة (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣٨١

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعداو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام
جامعة السويس

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

العضوات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود الغناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مجهزة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فبينط (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهها مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو [إيميل](mailto:ceo@apr.agency) رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها سبعة وأربعون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير = ٢.٧٥٥٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة).

وفي هذا العدد - الثامن والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدین.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا باللغة الإنجليزية من جامعة جازان تحت عنوان: "الهوية في ضوء الحداثة: نحو نموذج جديد لتحليل التأطير الإعلامي للهوية الوطنية"، وهو مقدم من: د. عبد الصمد بن هادي سهلي، من السعودية.

أما أ.م.د. آلاء بنت بكر علي الشيخ - من السعودية - من جامعة الملك عبد العزيز، فقدّمت دراسة بعنوان: "دور المنصات الحكومية في دعم الهوية الوطنية: دراسة وصفية تحليلية على منصات الوزارات الحكومية في المملكة العربية السعودية".

ومن جامعة الملك سعود قدّم: أ.م.د. مطلق سعود المطيري، من السعودية، دراسة تطبيقية بعنوان: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البعثات الدبلوماسية للتواصل مع المواطنين السعوديين في الخارج: دراسة تطبيقية على السفارة السعودية في القاهرة".

ومن جامعة الملك عبد العزيز قَدِّمت: أ.م.د. نهى السيد ناصر - من مصر، بحثًا بعنوان: "تقبل طلاب العلاقات العامة بجامعة الملك عبد العزيز لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي : دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا".

ومن جامعة المنوفية قَدِّمت د. نها أنور سليمان رضوان - من مصر - دراسة بعنوان: "انعكاسات الاتصالات المؤسسية على الالتزام بالتغيير التنظيمي في المؤسسات التعليمية المصرية: دراسة في إطار تغيير منظومة التعليم قبل الجامعي في مصر".

أما د. حاتم حيدر علي مقبل الصالحي، د. عمر أحمد محمد داعر البخيتي من جامعة صنعاء - من اليمن - قَدِّما دراسة مشتركة بعنوان: "نمذجة تأثير جودة الخدمة وصورة الشركة على رضا وولاء العملاء: بالتطبيق على شركة يمن موبايل للاتصالات".

وقَدِّم د. ابن عوف حسن أحمد من كلية ليوا بأبوظبي، - من السودان - دراسة بعنوان: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في القيم الأخلاقية للطلاب الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الخوارزمي الدولية بدولة الإمارات العربية المتحدة".

أما د. إيناس منصور كامل شرف من جامعة كفر الشيخ، - من مصر - قَدِّمت دراسة بعنوان: "مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي: دراسة استشرافية خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣م".

وأخيرًا من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قَدِّمت د. آرام إبراهيم أبوعبادة - من السعودية - بحثًا بعنوان: "اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة الاتصالات السعودية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر. وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل
الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي: دراسة استشرافية خلال العقد
القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣ م (*)**

إعداد

د. إيناس منصور كامل شرف (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٠٤ نوفمبر ٢٠٢٣م، وقُبل للنشر في ٢٠ ديسمبر ٢٠٢٣م.
(**) مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي في كلية التربية النوعية – جامع كفر الشيخ.

مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي: دراسة استشرافية خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣ م

د. إيناس منصور كامل شرف

Enasmansour33@gmail.com

جامعة كفر الشيخ

ملخص:

هدفت الدراسة إلى رصد مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣ م، وقد طبقت الدراسة على ٢٠٠ مفردة من الخبراء والمهنيين في مصر مستخدمه استمارة الاستبيان، وقد استخدمت الدراسة منهجي استشراف المستقبل أو التنبؤ المستقبلي ومنج المسح. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: جاء السيناريو التفاؤلي في مقدمة السيناريوهات المتوقعة لمستقبل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، وكان أهم سمات هذا السيناريو حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt وتوفير الإصدارات الحديثة منه، وحدثت تطورات اقتصادية في المؤسسات الصحفية وتعزيزاً لقدراتها المادية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، وسيزاد إقبال الجمهور على الصحافة الرقمية وعلى المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt وسوف يشهد المحتوى المقدم من خلال هذا التطبيق تطوراً كبيراً مصحوباً بدعم من المؤسسات الصحفية لتدريب الصحفيين وتوفير الإمكانيات المادية لذلك، كما أوضحت نتائج الدراسة أن أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي هي "تحسين كفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٦.٥٪، كما اتضح أن أهم التأثيرات الإيجابية لتطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي هي "أنه يساعد في تغطية متكاملة وشاملة للأحداث من خلال إمداد الصحفي بمصادر متنوعة" حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٧.٥٪، كما أوضح ٤٤.٥٪ من عينة الدراسة أن أهم سلبات استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي هي أنه "يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية"، وكانت أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt هو "تحول العديد من الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني"، يليه جاء: "الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على استخدام الإصدارات المختلفة لتطبيق Chat Gpt".

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، تطبيق Chat Gpt، العمل الصحفي، الفن الصحفي.

مقدمة:

شهدت الآونة الأخيرة تطورات هائلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا المعلومات، والذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع العلوم الحاسوبية يهتم بتطوير الأنظمة والبرامج التي تتعلم وتتكيف بطريقه تشبه الذكاء البشري، فهو تقنيه مبتكرة ومتطورة تمتلك قدرة على استيعاب كميات هائلة من البيانات وتحليلها بسرعة ودقة عالية، مما يجعله أداة مهمة وقوية في جميع المجالات وخاصة مجال الإعلام والصحافة.

ومن أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي والذي أثار جدلاً واسعاً مؤخراً هو تطبيق ChatGpt، وذلك لقدرته المذهلة في إجراء محادثات والرد على الاستفسارات بطريقة لغوية طبيعية.

ويعد ChatGpt نموذج اللغة المتطور الذي طورته شركة Open AI، لديه القدرة على محاكاة العقل البشري في الرد على الاستفسارات والتساؤلات في كافة المجالات. سواء أدبية أو علمية أو طبية أو إعلامية وغيرها، حيث أثبت قدرة هائلة في كل المجالات التي تم استخدامه بها، وخاصة فيما يختص بكتابة وتحرير النصوص الصحفية وتجميعها والتنسيق خلال عمليات التحرير والنشر وغيرها من القدرات الأخرى، مما ترتب عليه عدة نتائج سواء على الفن الصحفي بشكل خاص، والعمل الصحفي بشكل عام.

ونظراً لحدثة استخدام هذا التطبيق في مجال الصحافة والإعلام، فقد اختارت الباحثة موضوع الدراسة الحالية حول مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat GPT في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣م.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي وتطبيق Chat gpt.
- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استشراف المستقبل في الصحافة.

المحور الأول : الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي و تطبيق Chat gpt:

دراسة (Johnson D., and others,2023) فقد استهدفت معرفة ما إذا كان يمكن لنماذج معالجة اللغة الطبيعية مثل Chat Gpt إنشاء محتوى قائم على النصوص وتكون مصدراً رئيسياً للمعلومات في الطب، والإجابة عن الاستفسارات الطبية الغير معروفة، حيث قام ثلاثة وثلاثون طبيباً من ١٧ تخصصاً بإنتاج ٢٨٤ سؤالاً طبياً قاموا بتصنيفها بشكل شخصي على أنها سهلة أو متوسطة أو صعبة، ذات إجابات ثنائية (نعم/ لا) أو إجابات وصفية، وقام الأطباء بتصنيف الإجابات التي تم إنشاؤها بواسطة Chat Gpt على هذه الأسئلة للتأكد من مدى دقتها. وأوضحت النتائج أن Chat Gpt

قد أنتج معلومات دقيقة إلى حد كبير للاستفسارات الطبية المتنوعة، كما حكم عليها الأطباء الأكاديميون المتخصصون على الرغم من وجود قيود مهمة، كما أن هناك حاجة إلى مزيد من البحث وتطوير النموذج لتصحيح عدم الدقة والتحقق من الصحة.

كما هدفت دراسة (Darko Kovacevic, 2023) إلى دراسة استخدام Chat Gpt في تدريس اللغات الأجنبية وتعلمها في جميع المستويات التعليمية والعمرية، حيث يمكن استخدام Chat Gpt كأداة فعالة وموفرة للوقت لمختلف جوانب إعداد وتنفيذ وحدات التدريس وتقييم المهام الكتابية للطلاب، كما شملت هذه الورقة البحثية على الاستنتاجات المتعلقة باستخدام العام لأداة الذكاء الاصطناعي هذه في تدريس برنامج اللغة الإنجليزية المكثف.

أما دراسة (Som Biswas, 2023) فقد أكدت أن Chat GPT هي تقنية لديها قدرة على إحداث ثورة في عالم الصحافة من خلال المساعدة في بعض المهام مثل تجميع الأخبار، والصحافة القائمة على البيانات، والتحقق من الحقائق والمعلومات، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، ومع ذلك فإن استخدام Chat Gpt في الصحافة يثير أيضاً مخاوف بشأن الدقة والاعتبارات الأخلاقية والمسؤولية، وفقدان الوظيفة ونقص التفكير النقدي والإبداع، وأنه من المهم الموازنة بين الفوائد والقيود واستخدام Chat Gpt بشكل أخلاقي، حيث لا تزال المراجعة والتحرير البشريين ضروريين لضمان الدقة والحفاظ على المهارات ووجهات النظر الفريدة للصحفيين من البشر.

كما استكشفت دراسة (Muhammad Irfan, 2023) تأثير محو الأمية بالذكاء الاصطناعي ودمج تطبيق Chat Gpt-3 في تحسين مهارات التفكير النقدي والكتابة الصحفية بين ٥٠ طالباً من طلاب الفصل الدراسي الثالث في جامعه طاجيك الوطنية. مع إدراك الأهمية المتزايدة للذكاء الاصطناعي في مختلف الصناعات، بما في ذلك الصحافة، كما هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الفوائد المحتملة لدمج أدوات الذكاء الاصطناعي في تعليم الصحافة، مع التركيز بشكل خاص على تنمية قدرات التفكير النقدي والكتابة وتنمية مهارات الطلاب، وقد تم استخدام نهج مختلط يجمع بين تقنيات جمع البيانات الكمية والنوعية. ثم استخدام الاستطلاعات والمقابلات لجمع رؤى متعمقة حول وجهات نظر الطلاب وخبراتهم والتأثير العام لتكامل الذكاء الاصطناعي على نتائج التعلم الخاصة بهم.

أما دراسة (John V Pavlik, 2023) فقد اهتمت بالتعرف على آثار الذكاء الصناعي Chat Gpt على الصحافة والتعليم الإعلامي، حيث يتيح للمستخدمين إدخال مطالبات نصية وإنشاء استجابات نصية سريعة مستمدة من المعرفة المكتسبة من خلال التعلم الآلي في التعامل على الإنترنت. مما يؤكد على بداية فترة جديدة يمكن أن تغير الصحافة وكذلك الإنتاج الإعلامي بما يساعد في تطوير المنظومة الصحفية والتعليم الإعلام.

كما هدفت دراسة (Fawaz Qasem, 2023) فحص المخاوف والتطبيقات المستقبلية حول طبيعة التطبيق الحديث Chat Gpt المستند إلى نموذج لغة الذكاء الاصطناعي (AI)، كما هدفت

الدراسة إلى استكشاف الجوانب الإيجابية والسلبية لاستخدام Chat GPT من قبل الباحثين والطلاب، وقد أوصت هذه الورقة البحثية ببعض الخطوات والاقتراحات الأكاديمية العملية التي تساعد الباحثين والناشرين على تقليص نسبة انتشار الأعمال غير الأخلاقية مثل الانتحال. كما أشارت النتائج إلى مخاوف الخبراء من الاستخدام المتكرر Chat Gpt بما في ذلك إساءة استخدامه كأداة لانتحال الباحثين؛ مما يؤدي إلى زيادة احتمالية أقل تحكماً في أخلاقيات البحث والكتابة، واقترحت هذه الدراسة بعض المراحل، واقترحت دمج برامج نموذج لغة الذكاء الاصطناعي بما في ذلك Chat Gpt، مع ناشرين منتشرين ومنصات أكاديمية للحد من نسبة الانتحال وتنظيم عملية نشر وكتابة البحوث العلمية والأعمال الأكاديمية ولحفظ حقوق الباحثين والكتاب.

أما دراسة (Yudong Cai and others, 2023) فقد هدفت إلى دراسة تأثير ChatGpt على النظام البيئي الأكاديمي وتأثير ظهوره على الأوساط الأكاديمية، حيث اقترح الباحثون في هذه الدراسة أن الأسئلة الإبداعية المطروحة على Chat Gpt يمكن أن تصبح طريقة جديدة لاكتساب المعرفة، مما يسمح للأفراد بالمساهمة لعملية تراكم المعرفة بالنسبة للباحثين، كما يمكن لتطبيق Chat Gpt تحسين الكتابة الأكاديمية من خلال إنشاء مسودات لغة طبيعية عالية الجودة، كما يمكن أن تجعل Chat Gpt المعرفة أكثر سهولة لعامة الناس وتساعد في مشاركة نتائج البحث بالنسبة لمحري المجالات، كما يمكن دمج Chat Gpt في جوانب مختلفة من النشر الأكاديمي مثل تصنيف المخطوطات ومراجعتها وتغيير طريقة تحرير المجالات بشكل جذري، كما يمكن أن يساعد أيضاً في إنشاء الملخصات وتحسين النزاهة الأكاديمية من خلال مقارنة النتائج واكتشاف البيانات المزيفة.

كما هدفت دراسة (Dinesh and Nathan, 2023) إلى تحليل دراسة Chat Gpt وتأثيرها على مجالات الدراسة المختلفة كونها تقنية ذكاء اصطناعي متقدمة لتوليد استجابات لغوية طبيعية لمدخلات معينة في مختلف الحالات. كما ناقشت هذه الدراسة حدود ومميزات وتأثير ال Chat Gpt على الأكاديميين، ودعم العملاء، وتطوير البرمجيات، وتكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى تطبيقاته المحتملة للباحثين.

وهدف دراسة (Furkan Ufuk, 2023) إلى دراسة الدور المحتمل لنماذج اللغة الكبيرة (LLMs) مثل Chat Gpt في مستقبل الكتابة الطبية. حيث يعد إنشاء تقرير الأشعة أحد التطبيقات المحتملة له، حيث يمكن إنشاء تقارير الأشعة عن طريق إنشاء سرد النتائج، وعلى الرغم أنه يمكن أن تساعد أخصائي الأشعة في تيسير عملهم، فمن الضروري أن يقوم أخصائي الأشعة بفحص التقرير الذي تم إنشاؤه والتحقق منه.

كما اهتمت دراسة (Cole E., Jeremy C., 2023) بالتعرف على دور تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt كأداة قابلة للتطبيق لإنشاء محتوى لتطوير الخطاب الريادي، وذلك باستخدام إطار عمل راسخ لفحص المشاهير الرئيسيين التنفيذيين، وقد أثبتت الدراسة أن تبرهن على قدرة Chat

Gpt على محاكاة النموذج الأصلي لكل مدير تنفيذي من خلال حث اللغة بأسلوب النماذج، كما تمت مناقشة المدخلات في النماذج اللغوية لإنتاج مخرجات دقيقة لأبحاث وممارسات ريادة الأعمال. كما اهتمت دراسة (Levent Uzam, 2023) بشأن المخاوف المرتبطة بالنزاهة الأكاديمية الناتجة عن استخدام Chat Gpt والكشف عن المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي. حيث أدى ظهور Chat Gpt إلى زيادة إنشاء المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، مثل النصوص والصور ومقاطع الفيديو، وهذا يمثل تحديًا جديدًا، وهو الحاجة إلى الكشف عن (منشئ النصوص) أو مصدرها، وتقدم هذه الورقة البحثية الأدوات والتقنيات المختلفة التي يمكن استخدامها للكشف عن المصدر. كما تركز على الأدوات والاستراتيجيات التي يمكنها اكتشاف المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، مثل النسخ المتماثلة، Turnitin، وتحليل البيانات الوصفية، والتحليل القياسي، كما يتم أيضًا مناقشة قيود هذه الأدوات، بما في ذلك إمكانية التلاعب بالبيانات الوصفية والاعتماد على خوارزميات التعلم الآلي. وتوصلت هذه الدراسة إلى: أنه على الرغم من وجود قيود على هذه الأدوات إلا أن لها آثارًا مهمة في مختلف المجالات بما في ذلك التعليم ووسائل التواصل الاجتماعي، والصحافة والتجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت استشراف المستقبل في الصحافة:

دراسة (شيريهان أبو الحسن، ٢٠١٢م) فقد هدفت إلى رصد التطورات المستقبلية للعوامل المؤثرة على مستقبل حرية الصحافة في مصر، وذلك بالتطبيق على الأكاديميين والممارسين للعمل الصحفي من خلال وضع سيناريوهات مستقبلية عن الوضع المرغوب لحرية الصحافة خلال العقدين القادمين (٢٠٠٦-٢٠٢٦م)، وقد اتضح أن أكثر السيناريوهات المتوقعة حدوثها لحرية الصحافة خلال فترة الدراسة جاء سيناريو المهنة مع مقدمة السيناريوهات وأخيرًا جاء سيناريو الفوضى، كما أوضحت أن التحدي القانوني قد ظهر بصورة مؤثرة في مختلف السيناريوهات.

أما دراسة (Michael Ndony & Vicky Khasandi Telewa, 2013) فقد ركزت على الاستشراف ورصد مستقبل الصحافة المطبوعة في كينيا في ضوء تزايد معدلات استخدام الصحافة الإلكترونية وتكنولوجيا الإنترنت، وما هو شكل الصحيفة في القرن الحادي والعشرين في كينيا، وذلك من خلال مقارنة على تاريخ الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وكينيا والتأثيرات المحتملة للتوجه نحو الصحافة الإلكترونية، وقد أكدت نتائج الدراسة أن الصحافة المطبوعة تواجه العديد من التحديات أبرزها انخفاض نسب المبيعات وعائدات الإعلام، مما قد يتسبب في إغلاق بعض الصحف أو الاستغناء عن عدد من العاملين بها، وأنه في ظل التوقعات باستمرار تنامي صحافة الإنترنت فإن من المتوقع أن تواجه الصحافة المطبوعة المزيد من التحديات والتي تلزم العمل المستمر على مواجهتها.

أما دراسة (Auman, C., 2016) فقد استهدفت تقويم مفاهيم القائمين بالاتصال في الصحافة

البريطانية والفرنسية والبلجيكية، ووضع رؤية مستقبلية لتطوير الصحف القومية، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٤٢٢ مفردة بواقع ١٣٠ صحفياً بريطانياً، و ١٠٠ صحفي من بلجيكا و ١٩٢ صحفياً من فرنسا، وقد تم اختيارهم عمداً لكونهم أصحاب الخبرة الصحفية، وقد أظهرت النتائج تقديرات إيجابية لمستقبل تطور الصحافة القومية نتيجة مجموعة من العوامل أهمها: الحوافز المادية والمعنوية، والاهتمام بالتقنيات التكنولوجية، كما اتضح وجود علاقة إيجابية بين تطبيق معايير الجودة الإعلامية وتحسين الآفاق المستقبلية للصحافة القومية.

كما استهدفت دراسة (Konstantin Dorrn and others, 2017) استشراف رؤية مستقبلية حول كيفية استخدام برامج الكتابة بواسطة الخوارزميات، والمبادرات التي يمكن توقع ظهورها في المستقبل القريب، وقد أكدت الدراسة في نتائجها أن تجربة "تومسون رويترز" تتضمن مبادرة استخدام الصحافة الآلية، والاستفادة من الذكاء الصناعي في تطوير العمل الصحفي، وأن استخدام تطبيقات الذكاء الصناعي في المجال الصحفي لا يقتصر على إنتاج النصوص فقط، وإنما يشمل التقارير المرئية القصيرة. وأوضحت الدراسة وجود ستة قيود للصحافة التي تعتمد على الذكاء الصناعي وهي: اعتمادها على قواعد بيانات منفردة ومعزولة، وبيانات كمية أحادية البعد، وصعوبة التحقق من صحة البيانات، وعدم وجود زوايا إنسانية في النصوص التي يتم إنشاؤها، بالإضافة إلى اعتمادها على نماذج؛ مما يتيح التنبؤ سلفاً بمقدماتها، مع صعوبة العمل بشكل إبداعي مع البيانات.

كما استشرفت دراسة (Flores C., 2019) مستقبل الدراسات الصحفية وحرية الرأي والتعبير الممنوحة للصحفيين في تشيلي، من خلال دراسة ماضي وحاضر الظروف المهنية للصحافة في تشيلي. وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ١٥ صحفياً عملوا في أوقات مختلفة في الصحافة، وذلك لفهم التحول الذي طرأ على الصحافة التشيلية في الخمسين عاماً الماضية، وأوضحت النتائج أن تركيز ملكية وسائل الإعلام في يد عدد من رجال الأعمال من أبرز ملامح الوضع الراهن للصحافة في تشيلي، كما أن هناك دوراً كبيراً لرقابة الحكومة على الإعلام، مما يقيد الحرية الممنوحة لها، كما بينت الدراسة أن السيناريو الأكثر ترجيحاً لمستقبل الصحافة في تشيلي هو السيناريو التفاؤلي المتمثل في حدوث نوع من الازدهار وهذا ما يتضح من خلال مراجعات حقيقية لقانون الصحافة وبالتالي سينعكس على درجة الحرية الممنوحة مستقبلاً.

دراسة (هند يحيى، ٢٠٢٠م) والتي سعت إلى استشراف استخدام تقنية الواقع المعزز والواقع المختلط بالمواقع الإلكترونية الصحفية عبر المستحدثات التقنية (الهواتف الذكية ونظارة Hololense)، ورصد توقعات مصممي ومطوري المواقع الإلكترونية الصحفية لمستقبل الواقع المعزز والواقع المختلط بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية من حيث ممارستها وتعميمها. وقد توصلت الدراسة إلى أنه لا تزال إمكانيات الواقع المعزز والواقع المختلط في الصحافة الإلكترونية غير مستكشفة إلى الآن. كما أن عينة الدراسة من المتخصصين بإنتاج AR و MR من المصممين والمطورين للمواقع

الإلكترونية، أجمعوا على عدم معرفتهم بتقنية الواقع المختلط. كما أوضحت أنه يجب على القائمين على إنتاج AR و MR أن يكونوا على دراية بلغات البرمجة مثل HTML وخبرة في استخدام الإنترنت والتقنية ذاتها والتعامل والتواصل الاجتماعي.

كما تناولت دراسة (عبد الله إبراهيم، ٢٠٢٠م) استكشاف مستقبل الصحافة المطبوعة في ظل المتغيرات التكنولوجية العديدة والتطورات التقنية في مجالات التواصل الاجتماعي، والتعرف على اتجاهات النخبة نحو الاعتماد على الإعلام في متابعة الأخبار، كما رصدت الدراسة المؤثرات التي تركتها وسائل الإعلام الاجتماعي على عمليات الإبلاغ عن الأحداث في غرف الأخبار، وتمثلت عينية الدراسة عينة قوامها ١٥٠ من الإعلاميين في مملكة البحرين، وقد أوضحت النتائج أن ٥٠.٤٪ من عينة الدراسة توقعوا أن الصحف الإلكترونية قد تلغي الورقية، و ٣٨٪ منهم توقعوا أنها ستتوقف جزئياً، كما أكد ٧٤.٥٪ من العينة على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صياغة الأخبار.

كما استهدفت دراسة (Miroshnichenko, 2020) الإجابة على تساؤل: هل ستحل الروبورتات محل الصحفيين؟ حيث تم تحليل الحجج الشائعة حول عدم قدرة "الروبوتات" التغلب على البشر في الممارسات الإبداعية، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن القراء في بعض الأحيان لا يستطيعون التمييز بين الأخبار المكتوبة بواسطة الروبوتات أو البشر، مما يؤكد أن استخدام الروبوت قد أظهر نجاحاً كبيراً في التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها. كما أوضحت الدراسة أن من المتوقع أن غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية سوف تعتمد على الروبوت خلال العقد القادم لإنتاج أكبر قدر من المحتوى وبأسرع وقت ممكن، وذلك بما يتوافق مع اقتصاديات عمل هذه المؤسسات لجذب المتابعين لمواقعها الإلكترونية.

كما هدفت دراسة (هند يحيى، ٢٠٢١ب) إلى إمكانية الحفاظ على حياة الصحفيين أثناء الأزمات والكوارث، وإرسال أخبار الكوارث والأزمات للقراء بطريقة فورية باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وابتكار طرق تقنية وتكنولوجية جديدة لتغطية أحداث الأزمات والكوارث بدون وجود الصحفي في موقع الكارثة أو الأزمة للحفاظ على حياته، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية والاستشراعية، وقد شمل مجتمع الدراسة المتخصصين بمجال الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الدراسة أداة المقابلة المتعمقة. وأوضحت النتائج أنه يمكن للصحفي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات من خلال تعلم الآلة، ومن أهم إيجابيات استخدام الصحفي تقنية الذكاء الاصطناعي أثناء الكوارث والأزمات بالمؤسسات الصحفية: تأمين حياته، وتوفير وقته وجهده، ومراقبة أماكن صعب الوصول إليها، والإنذار المبكر جداً قبل حدوث أي خطر في أي مكان.

أما دراسة (غسان إبراهيم، ٢٠٢١م) فقد حاولت استشراف مستقبل حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين، وذلك بالاعتماد على اتجاهات الأكاديميين والممارسين نحو واقع حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين باعتباره امتداداً طبيعياً للماضي، وماهية العوامل المؤثرة فيها، وكذلك العوامل التي تؤثر على الأداء الإعلامي خلال العقدين القادمين، وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (١١٨)

مفردة من الأكاديميين بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات الفلسطينية، والممارسين بمؤسسات الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين. وقد أشارت النتائج أن معظم المبحوثين أكدوا أن أهم العوامل المؤثرة في حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين خلال العقدين القادمين تتمثل في تغير الحالة السياسية بما يدعم حرية الرأي، يليها مواءمة التشريعات الفلسطينية مع المواثيق الدولية الضامنة لحرية الإعلام.

كما اهتمت دراسة (مسعود الغربي، ٢٠٢١م) برصد مستقبل مهنة الصحافة الخليجية في ظل الإعلام الرقمي، وذلك من خلال رصد الوضع الراهن للتحديات والتغيرات التي تواجه مهنة الصحافة الخليجية واستشراف مستقبلها، وذلك بالتطبيق على عينة من الخبراء في ثلاث دول خليجية وهي: المملكة العربية السعودية، الكويت، والإمارات العربية المتحدة، بواقع ٦٠ مفردة لكل فئة، وقد توصلت الدراسة إلى أن ٦٠.٤٪ لا من عينة الدراسة يرون أن بيئة الإعلام الرقمي تؤثر على القائم بالاتصال بالتأخر الرقمي وافتقاده للمهارات الصحفية التي تتناسب مع متغيرات العصر الرقمي، والتي أدت إلى فقدته لدوره ومكانته الاجتماعية، والذي بات ينافسه مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي والمواطن الصحفي، كما رأى النخبة من عينة الدراسة أن العصر الرقمي قد زود الصحفي بأدوات وتقنيات يسّرت عمله، وأن الصحفي الخليجي قد واكب التطور الرقمي وامتلك مهاراته وأدواته.

كما استهدفت دراسة (Nic Newman, 2022) التنبؤ بمستقبل الإعلام والصحافة في ظل التطورات التكنولوجية والتغيرات التي أحدثتها جائحة كورونا على الصناعة الإعلامية والصحفية. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٣٤ مفردة من ٤٣ دولة من قيادات الصناعة الصحفية على مستوى (التحرير، الإدارة، الإنتاج). وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن عام ٢٠٢٢م سيشهد المزيد من توظيف التقنيات الحديثة في مواجهة استمرار جائحة كورونا سواء على مستوى التحرير أو الإدارة أو الإنتاج من خلال مشاركة المزيد من الاستثمارات في مجالات التحول الرقمي، كما أن المؤسسات الصحفية التقليدية ستسعى إلى محاولة استعاده جمهورها الذي لجأ إلى وسائل الإعلام الرقمي خلال جائحة كورونا.

أما دراسة (أيمن بريك، ٢٠٢٢م) فقد استهدفت رصد وتحليل وتفسير رؤية عينة من الخبراء في مجال الإعلام الرقمي نحو مستقبل صناعة الصحافة الرقمية في ظل الإعلان عن توظيف الميتافيرس، والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها استخدام هذه التقنيات على الصحافة الرقمية؛ من حيث طبيعته الوسيلة وشكل الرسالة وخصائص القائم بالاتصال والجمهور المستهدف، والتغيرات التي يمكن أن تشهدها بيئة الصحافة الرقمية نتيجة توظيف هذه التقنيات، وذلك في إطار مدخل استشراف المستقبل، وقد توصلت الدراسة إلى تأكيد الخبراء عينة الدراسة على أن الصحافة بشقيها الورقي والرقمي تواجه تحديات كبيرة وخاصة بعد ظهور التطورات التقنية الحديثة ومن بينها الميتافيرس، وأنه ليس من المتوقع أن تتضمن المؤسسات الصحفية المصرية إلى عالم الميتافيرس في المستقبل القريب، وأن مستقبل الصحفيين الحاليين سيكون مهدداً في عصر الميتافيرس.

كما سعت دراسة (أحمد عبد الحميد، ٢٠٢٢م) إلى الكشف عن مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (٢٠٢١-٢٠٣٠م)، وقد استندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على السيناريوهات المتوقعة لمستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدخل نظم المعلومات، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (٥٠) صحفيًا من الصحفيين والقيادات العاملين بالمؤسسة المصرية. وقد توصلت الدراسة إلى صياغة السيناريوهات المستقبلية للصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (٢٠٢١-٢٠٣٠م)، وهي السيناريو التفاؤلي، والسيناريو المرجعي، والسيناريو التشاؤمي، وأن دوافع استخدام صحافه الذكاء الاصطناعي في الصحف في المستقبل لمواجهة انخفاض قارئه الصحف، ورفع كفاءة العمل الصحفي للصحفيين، ومحاولة زيادة أرباح المؤسسات الصحفية، وتحقيق ترتيب متقدم بين الصحف والوسائل الإعلامية المنافسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

أولاً: القضايا والإشكالات البحثية:

- ركزت بعض الدراسات على استخدام تطبيق Chat Gpt في مجال الصحافة وقدرته على إحداث ثورة في عالم الصحافة مثل دراسة (Som Biswas, 2023) ودراسة (Muhammad Irfam, 2023) ، ودراسة (Johan V. Pavlik, 2023).
- بعض الدراسات الأخرى ركزت على مميزات استخدام Chat Gpt بصفة عامة وقدراته الكبيرة مثل دراسة (Fawaz Qasem, 2023)، ودراسة (Dinesh and Nathan, 2023).
- ركزت بعض الدراسات على استخدام Chat Gpt في المجال الطبي والإجابة عن الاستفسارات غير المعروفة مثل دراسة (Johnson D. and others, 2023)، (Furkan Ufuk, 2023).
- ركزت معظم دراسات المحور الثاني على استشراف مستقبل الصحافة بصفة عامة سواء من حيث استخدام التكنولوجيا الحديثة بها، أو استشراف مستقبل الصحافة من حيث حرية الصحافة والإعلام والتطورات التي قد تحل بها.

ثانياً: المناهج البحثية:

- استخدمت معظم دراسات المحور الأول منهج المسح مثل دراسة (Johnson D. and others, 2023)، دراسة (Muhammad Irfan, 2023)، وغيرها.
- استخدمت دراسات المحور الثاني منهج استشراف المستقبل مثل دراسة (هند يحيى، ٢٠٢١م)، ودراسة (غسان إبراهيم، ٢٠٢١م) وغيرها.

ثالثاً: الأدوات والأساليب البحثية:

- استخدمت معظم دراسات المحور الأول الاستبيان واستطلاع الرأي والمقابلات المتعمقة مثل دراسة

(Johnson D. and others, 2023)، ودراسة (Muhammad Irfan, 2023).

- استخدمت الدراسات الاستشرافية الخاصة بالمحور الثاني أسلوب السيناريوهات المتوقعة في المستقبل ومن هذه الدراسات دراسة (شيريهان أبو الحسن، ٢٠١٢م)، ودراسة (هند يحيى، ٢٠٢٠م).

رابعاً: مجتمع الدراسة (العينات):

- اعتمدت معظم الدراسات العربية والأجنبية على عينات ميدانية، فمنها ما تم تطبيقه على الأطباء مثل دراسة (Johnson D. and others, 2023) ومنها ما تم تطبيقه على الطلاب مثل دراسة DarRo (Kovacevic, 2023) ودراسة (Muhammad Irfan, 2023)، ومنها ما تم تطبيقه على الصحفيين مثل دراسة (Auman, C., 2016)، ودراسة (Flores C. 2019).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث الحالي وموضوعه، حيث لاحظت الباحثة عدم وجود دراسات عربية تهدف إلى دراسة تأثير تطبيق Chat Gpt في مجال الصحافة واستخداماته في الفن الصحفي، مما ساعد الباحثة على تحديد مشكلة الدراسة.

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في اختيار منهج وأسلوب الدراسة ونوعها، ونظراً لحدثة موضوع الدراسة، اختارت الباحثة أن تكون الدراسة دراسة استشرافية لوضع رؤية مستقبلية لتأثير تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي واستخداماته في المجال الصحفي من وجهة نظر الصحفيين والخبراء.

- كما استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية، وتحديد أوجه الاختلاف والتشابه بين النتائج مما يساهم في إثراء الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

يشهد مجال الإعلام تطورات تكنولوجية ومعلوماتية هائلة تعتمد على مقومات تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولكثرة هذه التطورات السريعة والمتلاحقة أصبحنا في حاجة لدراسات إعلامية عديدة لملاحقة هذا التطور السريع والمتلاحق، ومنذ ظهور تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt، أحدث ثورة هائلة في مجالات استخدامه، ولذا كان لابد من دراسة تأثيره على مستقبل الصحافة والفن الصحفي. لذلك حددت الباحثة مشكلة الدراسة في "رصد مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي"، وذلك من خلال رصد الرؤية المستقبلية للصحفيين (المهنيين)، الخبراء (الأكاديميين) لمستقبل استخدام هذا التطبيق ومدى تأثيره على الفن الصحفي في الصحف وذلك في ضوء نظرية استشراف المستقبل خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣م.

أهمية الدراسة:

أولاً: من الناحية النظرية والعلمية وتتمثل فيما يلي:

- ١- عدم وجود دراسات عربية في هذا الموضوع مما يجعله إضافة علمية ونظرية إلى الدراسات الصحفية نظراً لحدثته.
- ٢- تقدم هذه الدراسة إطاراً نظرياً ومعرفياً يلقي الضوء على تطبيق Chat Gpt كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجالاته واستخدامه وتأثيره على مستقبل العمل الصحفي اعتماداً على مدخل استشراف المستقبل.
- ٣- تعد هذه الدراسة بداية للدراسات الاستشرافية في مجال Chat Gpt وتأثيره على العمل الصحفي ومستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ثانياً: من الناحية التطبيقية والعملية: وتتمثل فيما يلي:

- ١- تسهم الدراسة في تقديم رؤية مستقبلية استشرافية عن مدى تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومنها Chat GPT على صناعة الصحافة والعمل الصحفي.
- ٢- تسهم الدراسة في تحديد الفوائد والمخاطر المرتبطة باستخدام Chat Gpt، ومحاولة تحسين فاعلية برنامج Chat Gpt في مجال العمل الصحفي.
- ٣- تبرز الدراسة أهمية مواكبة التكنولوجيا الحديثة وأهمية توظيف برنامج Chat Gpt في مجال العمل الصحفي.
- ٤- تسهم الدراسة في تقديم رؤية مستقبلية استشرافية حول تأثير تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي، وذلك في محاولة للوصول إلى بعض المؤشرات حول مستقبل الصحافة الرقمية في ظل مثل هذه التطبيقات.

أهداف الدراسة:

- ١- رصد الوضع الحالي لواقع الصحافة المصرية في ضوء التحولات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- ٢- التعرف على استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيراته على الفن الصحفي.
- ٣- رصد رؤية المهنيين والخبراء تجاه نقاط القوة والضعف لتبني واستخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي.
- ٤- رصد تصورات المهنيين والخبراء للسيناريوهات المستقبلية للصحافة المصرية خلال العقد القادم ٢٠٢٣ - ٢٠٣٣م في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.
- ٥- تقديم رؤية استشرافية حول مستقبل الصحافة في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما الوضع الحالي لواقع الصحافة المصرية في ضوء التحولات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
- ٢- ما استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيراته على الفن الصحفي؟
- ٣- ما رؤية المهنيين والخبراء تجاه نقاط القوة والضعف لتبني استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي؟
- ٤- ما تصورات المهنيين والخبراء للسيناريوهات المستقبلية للصحافة المصرية خلال العقد القادم ٢٠٢٣-٢٠٣٣م في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt؟
- ٥- ما الرؤية الاستشرافية حول مستقبل الصحافة في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt باختلاف (التخصص الوظيفي - النوع - السن).

الفرض الثاني:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt.

الفرض الثالث:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتأثر القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي.

الفرض الرابع:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها والتأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

الفرض الخامس:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي باختلاف (التخصص الوظيفي - النوع - السن).

الفرض السادس:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي.

الفرض السابع:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي.

الفرض الثامن:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي

الإطار المنهجي للدراسة:**نوع الدراسة:**

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات المستقبلية Futures studies والتي يتم اللجوء إليها عندما يكون موضوع البحث جديداً ولا تتوافر عنه المعلومات الكافية. وتهدف هذه الدراسات إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل والمسارات المتوقعة. والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية لدراستها تتمثل في مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي في محاولة لرصد المسارات المتوقعة لهذا الاستخدام.

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة كلاً من :

١- منهج استشراف المستقبل أو التنبؤ المستقبلي The Future Forecasting Method والذي يهتم بمحاولة التنبؤ بمستقبل الظاهرية وذلك من خلال قراءة الماضي والحاضر ومن ثم توقع المستقبل وتطورات.

٢- منهج المسح Survey : وهو ذلك المنهج الذي يستهدف الحصول على بيانات ومعلومات الظاهرة بصفة عامة ومعرفة كافة جوانبها (بركات عبدالعزيز، ٢٠١١م، ص٣٧)، وذلك للوصول إلى تصورات مستقبلية يمكن استخدامها لفهم الاتجاهات ووصف الظاهرة (Isaac, S., and Michael, W.B.,1997,136,).

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الخبراء الأكاديميين والمهنيين الصحفيين المعينين بمجال الصحافة الرقمية في مصر.

حدود الدراسة:

١- الحدود الموضوعية: وتشمل مناقشة مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي.

- ٢- الحدود الزمنية: وتتمثل في الفترة من ٢٠٢٣/٥/١٥ م حتى ٢٠٢٣/٦/١٥ م.
- ٣- الحدود الجغرافية والبشرية: تتمثل في تطبيق هذه الدراسة على الخبراء الأكاديميين والمهنيين الصحفيين المصريين داخل جمهورية مصر العربية.

عينه الدراسة:

اعتمدت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة بواقع ١٠٠ مفردة من الخبراء والأكاديميين و ١٠٠ مفردة من الصحفيين والمهنيين العاملين في مجال الصحافة الرقمية. وقد شملت عينة الدراسة من الخبراء والأكاديميين من جامعات (القاهرة- عين شمس- الأزهر- حلوان- المنيا- بنها- الزقازيق- ٦ أكتوبر- جنوب الوادي - المنصورة)، كما شملت عينة الصحفيين المهنيين من المؤسسات الصحفية التي تملك منصات رقمية وهي (الأهرام- الجمهورية- الأخبار- اليوم السابع- المصري اليوم- الوطن - الوفد- البوابة نيوز - الفجر). وجاءت خصائص العينة كالتالي:

جدول (١)
يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغيرات		إجمالي	
		ك	%
الوظيفة	مهني	١٠٠	٥٠
	أكاديمي	١٠٠	٥٠
	جملة	٢٠٠	١٠٠
النوع	ذكر	١٠٢	٥١
	أنثى	٩٨	٤٩
	جملة	٢٠٠	١٠٠
السن	من ٢٥ - ٣٥ سنة	٨٠	٤٠
	من ٣٥ - ٤٥ سنة	٨٣	٤١,٥
	أكثر من ٤٥ سنة	٣٧	١٨,٥
	جملة	٢٠٠	١٠٠

من حيث الوظيفة: نسبة ٥٠٪ من أفراد العينة مهنيين، ونسبة ٥٠٪ منهم أكاديميين.

من حيث النوع: نسبة ٥١٪ من أفراد العينة ذكور، ونسبة ٤٩٪ منهم إناث.

من حيث السن: نسبة ٤٠٪ من أفراد العينة بالفئة العمرية من ٢٥ - ٣٥ سنة، ونسبة ٤١,٥٪ منهم بالفئة العمرية من ٣٥ إلى ٤٥ سنة، ونسبة ١٨,٥٪ منهم بالفئة العمرية أكثر من ٤٥ سنة.

مبررات اختيار عينة الدراسة:

- ١- تم اختيار عينة المهنيين والصحفيين من المؤسسات الصحفية الأكثر انتشارًا في مصر، ولكونها مؤسسات صحفية تملك منصات رقمية.
- ٢- تم اختيار الخبراء والأكاديميين من الجامعات سألقة الذكر وذلك نظرًا لأنها الجامعات التي استطاعت الباحثة التواصل مع الأكاديميين بها.

أدوات وأساليب الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان الإلكترونية Questionnaire online، وهي من أهم الأدوات المستخدمة في البحوث الإعلامية الحديثة، وذلك للوقوف على رؤية الخبراء والمهنيين حول مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وقد تمثلت محاور الاستمارة فيما يلي:-

المحور الأول: رصد الوضع الحالي لواقع الصحافة المصرية في ضوء التحولات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي: ويشمل هذا المحور تقييمًا للوضع الحالي لواقع استخدام المؤسسات الصحفية الذكاء الاصطناعي.

المحور الثاني: استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، وشمل هذا المحور رصد أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، وأهم مزايا وفوائد استخدامه في عملية الفن الصحفي وأهم تأثيراته الإيجابية والسلبية.

المحور الثالث: رصد تصورات الخبراء الأكاديميين والمهنيين الصحفيين للسيناريوهات المستقبلية للصحافة المصرية خلال العقد القادم ٢٠٢٣/٢٠٣٣م في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt - كما استخدمت الدراسة أسلوب السيناريوهات Scenaria Method وهو أحد الأساليب المستخدمة في الدراسات المستقبلية، حيث يعد وصفًا تنبؤيًا لوضع مستقبلي ممكن أو محتمل. وذلك انطلاقاً من الوضع الراهن، حيث اعتمدت الدراسة على تقسيم السيناريوهات على ثلاثة سيناريوهات (إدوارد كورنبرش، ٢٠٠٧م، ص ١٥٥).

١- السيناريو المرجعي أو سيناريو الثبات.

٢- السيناريو التفاؤلي أو سيناريو الإبداع.

٣- السيناريو التشاؤمي أو السيناريو الترددي.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: صدق الاستمارة:

تم قياس صدق الاستمارة باستخدام الأساليب التالية:

أ- **صدق المحتوى:** وذلك من خلال المراجعة الدقيقة للأسئلة وذلك للتأكد من صياغتها بشكل سليم وواضح ومفهوم للتأكد من تغطية الأسئلة للأهداف التي سعت الدراسة لتحقيقها.

ب- **صدق البناء:** وذلك بغرض التأكد من ترتيب الأسئلة ترتيباً منطقيًا وبشكل صحيح ووافٍ.

ج- **الصدق الظاهري:** للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحياتها، تم عرض أداء الدراسة على عدد من

المحكمين^(*) من ذوي الخبرة وأساتذة الإعلام والمناهج لتكون صالحة للتطبيق والقياس وإبداء الرأي فيها، وقد قامت الباحثة بتعديل الاستمارة في ضوء ملاحظات السادة المحكمين.

ثانيًا: ثبات الاستمارة:

تم التأكد من ثبات الاستمارة من خلال تطبيقها على ١٠٪ من إجمالي العينة، أي ما يعادل ٢٠ مفردة، ثم إعادة تطبيقها مرة أخرى بعد مرور ١٤ يومًا من التطبيق الأول على نفس أفراد العينة ثم قياس نسبة الثبات والتي بلغت ٩١,٦٪، وهو ما يوضح ارتفاع نسبة الثبات بأداة الدراسة، ومن ثم قبولها واستخدامها في هذه الدراسة.

الإطار المعرفي للدراسة:

مفهوم Chat GPT ونشأته وتطوره:

هو نموذج متقدم لمعالجة اللغة، يمكنه إنشاء نص يشبه الإنسان، وقد تم تطويره بواسطة Open AI باستخدام بيئة شبكية عصبية، والذي يسمح له بفهم الارتباطات بين الكلمات في الجملة وتوليد استجابات أكثر دقة، حيث تم تدريبه مسبقًا على مجموعة بيانات شاملة تزيد عن ٤٠ جيجا بايت من النصوص، مما يجعله بارعًا في الإجابة على مجموعة شاملة من الموضوعات والاستفسارات، ويمكن ضبط النموذج ليناسب العديد من حالات الاستخدام مثل الإجابة على الأسئلة وترجمة اللغة وتلخيص النص، كما أنه قادر أيضًا على إنشاء نصوص دقيقة لغويًا ونحويًا، مما يجعله صالحًا لمهام إنشاء اللغة الطبيعية (Harry Barton, 2003, p.2) ويعتمد Chat GPT على بنية المحولات، ويتم ضبطه بدقة عالية على كمية هائلة من البيانات. وبنية المحولات هذه عبارة عن شبكة عصبية عميقة تستخدم آليات الانتباه الذاتي لمعالجة تسلسلات الإدخال، ما يسمح لها بمعالجة متواليات المدخلات والمخرجات ذات الطول المتغير، وإنشاء نص يشبه الإنسان (Adam and Ender, 2023, p3).

وقد أطلقت شركة Open AI الأمريكية نموذج Chat GPT في ٣٠ نوفمبر ٢٠٢٢م، وهي شركة متخصصة في أبحاث الذكاء الاصطناعي غير هادفة للربح، تأسست عام ٢٠١٥م، وتهتم بتطوير الذكاء الرقمي بالطريقة التي تفيد البشر، وتعمل Open At أيضًا على التقنيات المتعلقة بمعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، حيث تم تطوير مجموعة من الأدوات مفتوحة المصدر في هذه المجالات بما في ذلك GPT-3، وهو نظام أساسي متقدم في البرمجة اللغوية العصبية لتوليد النص. <https://www.tathwir.Com>, (3/2023).

(*) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين الآتية أسماؤهم مرتبة أبجديًا:

- أ.م.د. أشرف محمد البرادعي. أستاذ تكنولوجيا التعليم المساعد- كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ.
- م.د. جمال عبد الحي النجار. أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية بنات - جامعة الأزهر.
- أ.م.د. سعاد محمد المصري. أستاذ الإعلام التربوي المساعد - بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ.
- أ.د. شيما حمادي. أستاذ الصحافة والإعلام المساعد- كلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.
- أ.د. محمد المنوفي. أستاذ أصول التربية بكلية التربية - جامعة كفر الشيخ.
- أ.د. محمد معوض إبراهيم. أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعه عين شمس.

وقد تم تحديث نموذج GPT بشكل متكرر بداية من GPT-1 إلى GPT-4، حيث تم تصميم GPT-1 في عام ٢٠١٨م، لتدريب نموذج اللغة التوليدية بناءً على إطار عمل محول من خلال التعلم غير الخاضع للإشراف، ثم تم تطويره وتحسين النموذج الذي تم تدريبه مسبقاً على المهام النهائية وذلك بصور GPT-2 عام ٢٠١٩م، ثم صدر GPT-3 والذي تجاوز مقياسه ١٠٠ مرة عن GPT-2، ومع صدور Chat GPT تجاوز مقياسه ١٠٠ مليار مرة كما صدر GPT-4 في مارس ٢٠٢٣م، وهو نموذج كبير متعدد الوسائط مع قبول مدخلات الصور والنصوص وكذلك مخرجاتها. Tianyu Wu and (others,2023, P.1124)

	GPT-1	GPT-2	GPT-3	GPT-4
Released date	June 2018	February 2019	May 2020	March 2023
Model parameters	117 million 12 layers	1.5 billion 48 layers	175 billion 96 layers	Unpublished
Context window	768 dimensions	1600 dimensions	12 888 dimensions	8195 tokens
Pre-training data size	512 tokens	1024 tokens	2048 tokens	Unpublished
Source of data	About 5 GB	40 GB	45 TB	Unpublished
Learning target	BooksCorpus, Wikipedia	WebText	Common Crawl, etc.	Multimodal learning
	Unsupervised learning	Multi-task learning	In-context learning	

وكلمة (GPT) المتضمنة في اسم التطبيق هي اختصار لـ (Generative Pre - trained Transformer) وتعني "المحول التوليدي المدرب مسبقاً، وذلك إشارة إلى اعتماد التطبيق على تقنية "الذكاء الاصطناعي التوليدي Generative AI " التي كان يجري تطويرها لسنوات بهدف توليد محتوى جديدًا اعتمادًا على بيانات موجودة مسبقًا.

كيف يعمل Chat GPT:

يعمل Chat GPT باستخدام أسلوب التعلم العميق والذي يسمى التدريب المسبق غير الخاضع للإشراف، وهذا يعني أن النموذج يتم تدريبه أولاً على مجموعة بيانات كبيرة من النص التحويلي دون إعطاء أي مهمة محددة لأدائها خلال مرحلة ما قبل التدريب، ويتعلم النموذج كيفية فهم اللغة وتوليدها من خلال تحليل الأنماط والعلاقات في البيانات، وبمجرد تدريب النموذج مسبقاً يمكن ضبطه ليناسب مهام معالجة اللغات الطبيعية المحددة مثل الإجابة على الأسئلة وترجمة وتلخيص النص وكتابته بدقه (Urfa khairation and Muhammad, 2023,p4)

وبذلك فإن Chat GPT يستخدم بنية شبكة عصبية تسمى المحول مما يسمح لها بفهم العلاقات بين الكلمات في الجمل وتوليد استجابات أكثر دقة. وتعتبر أجهزة التشفير وأجهزة فك التشفير من مميزات محاولات Chat GPT، ويتم تدريب النموذج على مجموعة بيانات نصية كبيرة بدون تسميات أو تعليقات توضيحية واضحة، وأثناء التدريب يتعلم النموذج التنبؤ بالكلمة التالية في الجملة بناءً على سياق الكلمات السابقة، وكلما زاد عدد البيانات التي يتم تدريبه عليها، أصبح فهم اللغة الطبيعية والاستجابة لها أفضل، مما يجعله أداة قوية لمهام إنشاء اللغة الطبيعية مثل: روبوتات الدردشة والألعاب القائمة على اللغة والمنصات التعليمية القائمة على اللغة (Harry Barton, 2023, P.2).

العوامل التي يتوقف عليها قدرة Chat GPT واستجاباته:

- ليس من السهل تحديد فكرة واضحة عن قدرات Chat GPT وذلك لأن هناك عدة عوامل يتوقف عليها مدى كفاءة استجابته وقدرته على أداء المطلوب وأهم هذه العوامل هي:
- ١- تختلف قدرات Chat GPT باختلاف المجال المستخدم به.
 - ٢- صياغة الطلب تؤثر بشكل كبير على الاستجابة التي يخرجها Chat GPT.
 - ٣- التجديد الفوري والمستمر للنموذج ينتج عنه دائماً اختلاف جذري في الاستجابة في بعض الأحيان.
 - ٤- تشير التغيرات العامة في طبيعة الاستجابات لبعض أنواع المطالبات حتى خلال الفترة القصيرة التي تم فيها نشر Chat GPT، إلى أن النظام يتطور بسرعة. (Manny Rayner, 2023, p.3)

مجالات استخدام Chat GPT:

إن التقدم المستمر في أداء نموذج اللغة مع التدريب الأفضل ومجموعات بيانات أكثر سيلعب دوراً مهماً في مستقبل Chat GPT، ومع إدخال المزيد من البيانات في هذه النماذج، ستستمر دقتها وقدرتها على فهم الأسئلة المعقدة والرد عليها في تحسن. مما يؤدي إلى استخدام Chat GPT في تطبيقات ومجالات جديدة ومبتكرة مثل الرعاية الصحية والتمويل والكتابة الإبداعية وتصميم الألعاب وغيرها.

فعلى سبيل المثال يمكن لـ Chat GPT أن يستخدم في مجال التعليم من خلال إنشاء روبوتات محادثة ومعلمين للغة الافتراضية يساعدون الطلاب على ممارسة مهاراتهم اللغوية، حيث يمكن لروبوتات الدردشة هذه محاكاة المحادثات الواقعية وتزويد الطلاب بتعليقات فورية حول قواعدهم اللغوية ونطقهم ومفرداتهم. كما يمكن لـ Chat GPT مساعدة الطلاب على تحسين مهاراتهم في الكتابة من خلال تحليل أسلوب كتاب الطالب واقتراح تحسينات وتقديم ملاحظات حول الأخطاء النحوية وعلامات الترقيم والأخطاء الإملائية. كما يمكن لـ Chat GPT إنشاء تجارب تعليمية مخصصة للطلاب من خلال تحليل أنماط تعلم الطالب وتفضيلاته، كما يمكن أن يوصي بموارد تعليمية محددة مثل المقالات ومقاطع الفيديو والكتب المدرسية والمخصصة خصيصاً لاحتياجاتهم، وبذلك فإنه Chat GPT يمتلك القدرة على إحداث ثورة في التعليم من خلال تزويد الطلاب بخبرات تعلم مخصصة، وتحسين لغتهم ومهاراتهم الكتابية. ومع ذلك من المهم ملاحظة أنه يجب استخدام Chat GPT كأداة لدعم التعلم وليس كبديل للمعلمين البشريين (Veliber Bozic, 2023, p.2).

كما يمكن لـ Chat GPT إحداث ثورة في مجال البحث العلمي والأكاديميين. حيث يمكن أن يساعد الطلاب على فهم المفاهيم بشكل أفضل مع توفير الوقت والجهد، حيث يمكنه المساعدة في البحث ويمكنه إنشاء ملخصات للأوراق، واستخراج النقاط الرئيسية، وحتى تقديم الاستشهادات، كما أن لديه القدرة على المساعدة على الكتابة وإنشاء نصوص لأنواع مختلفة من المستندات الأكاديمية، بما في ذلك الأوراق البحثية والمقالات والرسائل الجامعية، كما يمكنه أن يقدم ملاحظات حول القواعد والأسلوب والتماسك،

ولكن يجب أيضًا التحقق من صحة المخرجات التي ينتجها Chat GPT (Aljanabi M. and others, 2023, P.62)، كما يستخدم Chat GPT لإنشاء الفهرسة والبيانات الوصفية تلقائيًا لمصادر المكتبة، مثل عناوين الكتب وأوصافها. (Brady D. and Ting Wang, 2023).

كما يمكن استخدام Chat GPT بشكل كبير لتحسين خدمة العملاء من خلال تقديم خدمة سريعة ودقيقة الردود على الاستفسارات المختلفة للعملاء، مما يساعد على زيادة رضا العملاء، حيث يمكن للمستخدمين الحصول على الدعم الذي يحتاجونه على الفور. (Dinesh k. and Nathan S., 2023, P.829)

كما يمكن لـ Chat GPT تحسين خدمات الرعاية الصحية عن طريق تقديم المساعدة الشخصية للأطباء وغيرهم من متخصصي الرعاية الصحية، حيث يمكن استخدامه لتطوير الأنظمة الآلية التي تزود المهنيين الطبيين بالنصائح والتوجيهات الشخصية، فعلى سبيل المثال يمكن استخدامها لإنشاء أنظمة صحية ذكية تقدم نصائح طبية بناءً على التاريخ الطبي للمريض، وبالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام Chat GPT لتطوير الأنظمة التي يمكنها اكتشاف المشكلات الصحية المحتملة وتقديم الحلول في الوقت المناسب؛ علاوة على ذلك يمكن استخدامه لإنشاء وكلاء افتراضيين لتزويد المرضى بالنصائح الصحية والدعم (Dinesh K. and Nathan S., 2023, P.831)

وبالإضافة إلى الاستخدامات السابقة لـ Chat GPT فإنه يمكن استخدام Chat GPT في مجالات أخرى عديدة منها: استخدامه في الثغرات الأمنية مما يجعله مفيدًا بشكل خاص للباحثين الأمنيين الذين يعملون في مجال الاختراق الأمني، كما يمكن استخدام Chat GPT كمحرك بحث مما يسمح للمستخدمين بإدخال الاستعلامات وتلقي معلومات دقيقة إلى حد كبير في كافة المجالات المختلفة.

استخدامات Chat GPT في مجال الصحافة والإعلام:

يعد Chat GPT لديه القدرة على إحداث ثورة في مجال الصحافة والإعلام وذلك من خلال ما يقدمه من مساعدة في مهام عديدة مثل تجميع الأخبار والبيانات، والتحقق من المعلومات، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، حيث يمكن لـ Chat GPT كتابة المقالات، وتدقيق النصوص أو ترجمتها، كما يمكنه إحداث ثورة في طريقة إنتاج الأخبار واستهلاكها. ويمكن إيجاز ذلك فيما يلي:

١- **تجميع الأخبار:** حيث يمكن استخدام Chat GPT لجمع الأخبار من مصادر متعددة وتقديمها بتنسيق موجز وسهل الفهم. على سبيل المثال، يمكن لمؤسسة إعلامية استخدام Chat GPT لجمع وتلخيص أهم الأخبار اليومية من مصادر متعددة، مما يوفر الوقت والجهد على الصحفيين.

٢- **الصحافة القائمة على البيانات:** يمكن أن يساعد Chat GPT في إنشاء مقالات تعتمد على البيانات من خلال تحليل مجموعات البيانات الكبيرة وتوليد أفكار بناءً على البيانات، على سبيل المثال يمكن للصحفي استخدام Chat GPT لتحليل نتائج الانتخابات وإنشاء مقالات.

٣- **تدقيق الحقائق:** يمكن أن يساعد Chat GPT في التحقق من صحة المقالات والتقارير عن طريق إنشاء التصميمات وعمليات التحقيق المحتملة، فعلى سبيل المثال، يمكن للصحفي استخدام Chat GPT للتحقق من الحقائق والأرقام المذكورة في قصة إخبارية وتحديد أي أخطاء.

٤- **إدارة وسائل التواصل الاجتماعي:** يمكن أن يساعد Chat GPT في إدارة حسابات الوسائط الاجتماعية عن طريق إنشاء المنشورات والرد على التعليقات، مما يوفر الوقت للصحفيين للتركيز على مسؤولياتهم الأساسية. (Som Biswas, 2023, P.3)

٥- **القدرة على صياغة الموضوعات الصحفية وإنشاء موضوعات على قدر كبير من الدقة، تحتاج فقط إلى بعض المراجعة التدقيقية للتأكد من صحتها.**

كما تتمثل إحدى المميزات الرئيسية لبرنامج Chat GPT في قدرته على المساعدة في مهام الوسائط الاجتماعية، مما يجعله أداة قيمة للمتسوقين والأفراد، حيث يمكن لـ Chat GPT فهم القصد من الاستعلام وتقديم المعلومات التي ترتبط ارتباطاً مباشراً بمنشور وسائل التواصل الاجتماعي أو الحملة التي يتم إنشاؤها، مما يوفر في الوقت والجهد (Aljanabi, M. and others, 2023, p.63)

وبذلك فإن Chat GPT يقوم بأداء مهام عدة في مجال الصحافة والإعلام وخاصة فيما يختص في الفن الصحفي، حيث لديه قدرة فائقة على الكتابة الجيدة باللغة العربية، وأصبح قادراً على جمع المعلومات وتوليد الأفكار وكتابة الموضوع الصحفي كاملاً في دقائق قليلة، مما يوفر الوقت والمجهود والتكلفة، حيث يمكنه القيام بالمهام التي يمكن أن يقوم بها فريق عمل كامل.

وعلى الرغم من كل المزايا إلا أنه لا يمكن الاعتماد عليه كلياً في العمل الصحفي وتحرير الموضوعات الصحفية وجمع معلوماتها. حيث يجب أن يراجع الصحفي النص جيداً ويقوم بتدقيقه قبل النشر، فمن المحتمل العثور على معلومات وسياقات خاطئة.

ويمكن إجمال عيوب استخدام Chat GPT في مجال الصحافة فيما يلي:

١- **الدقة:** فعلى الرغم من إمكانيات Chat GPT المتقدمة فإنه يمكن أن ينتج معلومات غير دقيقة ومتحيزة. ولا يمكن الاستغناء عن المراجعة والتحرير البشريين للتأكد من أن المعلومات التي تم إنشاؤها بواسطة Chat GPT دقيقة وغير متحيزة وتتوافق مع المعايير الأخلاقية.

٢- **الافتقار إلى التفكير النقدي والإبداع:** حيث تتطلب الصحافة التفكير النقدي والتعاطف والإبداع، وهي أمور ينفرد بها الصحفيون ولا يمكن تقليدها بالتكنولوجيا. حيث لا يمكن عمل تحقيق صحفي أو الكتابة وفقاً للقوالب التحريرية الصحفية.

٣- **المسؤولية:** يثير استخدام Chat GPT في الصحافة أسئلة حول المساءلة والمسؤولية في حالة حدوث خطأ، من المسؤول عن تصحيحه - الصحفي أم المؤسسة الصحفية أم مزود التكنولوجيا؟

- ٤ - **فقدان الوظيفة:** قد يؤدي استخدام Chat GPT في الصحافة إلى فقدان الوظائف في صناعة الصحافة، حيث يتولى الذكاء الاصطناعي مهام معينة كان يؤديها في السابق صحفيون بشريون.
- ٥ - **مخاوف أخلاقية:** يثير استخدام Chat GPT أسئلة أخلاقية حول إنشاء المحتوى ومسؤولية الشركات الإعلامية عن ضمان الدقة والامتثال للمعايير الأخلاقية (Aljanabi, M. and others, 2023, p. 64)
- ومن العرض السابق يتضح أنه لا يمكن أن تحل تقنيات الذكاء الاصطناعي محل البشر بشكل كامل، وإنما هي عامل مساعد يعين البشر على إنجاز المهام بسهولة.

سلبيات استخدام Chat GPT:

من أهم عيوب استخدام Chat GPT هي انخفاض مهارات التفكير لدى المستخدمين من الطلاب، إذا اعتمد الطلاب بشكل كبير جداً على النموذج للحصول على إجابات، فقد لا يقومون بتطوير، القدرة على العثور على المعلومات وتحليلها بأنفسهم، كما أن استجاباته لا تكون دائماً صحيحة، لذلك من المهم التحقق من المعلومات التي يقدمها Chat GPT (Harry Barton, 2023, p.3)

كما أنه قد ينتج عنه استجابات غير صحيحة في بعض الأحيان، حيث قد تفتقد مخرجاته إلى التماسك الدلالي مما قد ينتج عنه نص غير مفهوم أو غير مترابط، كما أنه قد يظهر في بعض المخرجات تحيزات نتجت عن البيانات التدريبية التي تم دعم البرنامج بها. بالإضافة إلى افتقاد التفكير النقدي والإبداعي في المخرجات الناتجة. مما يؤكد على ضرورة وجود مراجعة دقيقة لهذه المخرجات من الجانب البشري.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على مدخل استشراف المستقبل Foresight Approach والذي يستهدف استكشاف المستقبل المحتمل، ومحاولة التنبؤ بما يمكن أن تصل إليه الظاهرة البحثية التي يتم دراستها، وذلك وفقاً لمنهجية علمية دقيقة تعتمد على القراءة الجيدة للحاضر والماضي؛ وذلك بهدف التنبؤ بمستقبل الظاهرة واحتمالاتها ومشكلاتها والعلاقة بين متغيراتها. (فؤاد بلمون، ٢٠١٣م، ص ٢٢)

وتم تطبيق مدخل استشراف المستقبل بالنسبة للدراسات الخاصة بصناعة الصحافة والإعلام على مستويين:-

الأول: يتعلق بوضع سيناريوهات، حيث تعتبر وسائل الإعلام نظاماً مترابطة قائمة في المجتمع.

الثاني: يفترض تحليل اتجاه وسائل الإعلام وتحديد العوامل المؤثرة على عناصر النظام (Vartanova and other, 2016, P:65-84)

وتوجد ثلاثة أنواع من السيناريوهات المستقبلية المتوقعة:

١ - سيناريو الثبات أو (المرجعي) Stability Scenario: ويشير إلى أن الوضع الحالي للعناصر

والمتغيرات المتعلقة بالظاهرة تتسم بقدر من الثبات ولن تشهد تغييرات ملحوظة في المستقبل القريب (جورج عزيز، ٢٠١٤م، ص ٥١)

٢- السيناريو التفاؤلي (الإبداع) **Optimistic Scenario**: وهو ما يتعلق بإدخال بعض الإصلاحات بقصد الوصول بالاتجاهات الحالية نحو انسجام أكثر من أجل إنجاز حد أدنى من الأهداف التفاؤلية. مما يؤدي إلى تحسن في اتجاه الظاهرة لبلوغ الأهداف التي لا يمكن تحقيقها في الوقت الحالي (أسماء عشري، ٢٠١٩م، ص ١١٨)

٣- السيناريو التشاؤمي أو (التردي) **Pessimistic Scenario**: ويشير إلى أن الظاهرة موضوع الدراسة سوف تشهد تراجعاً ملحوظاً في المستقبل، وسوف تتدهور العناصر والمتغيرات المتعلقة بالظاهرة وسوف نفقد وضعها الحالي (ضياء الدين زاهر، ٢٠٠٤م، ص ١١٣-١١٥)

ويحقق مدخل استشراف المستقبل في موضوع الدراسة من خلال استشراف مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat GPT في العمل الصحفي واكتشاف طاقات هذه التقنية في الفن الصحفي، وما يمكن أن يترتب عليه هذا الاستخدام وما هي السيناريوهات المتوقعة لهذا الاستخدام وتأثيره.

المعالجات الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science" SPSS

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- برنامج Chat Gpt: هو أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهو عبارة عن تقنية تعمل على محاكاة العقل البشري، حيث يمكن التحدث إليه ويعطي معلومات ويجيب على الأسئلة والاستفسارات، ويصيغ موضوعات كاملة.
- الفن الصحفي: ويقصد به صياغة الموضوعات الصحفية وكتابتها بشكل فني وصحفي وفقاً للقوالب الفنية الصحفي.

نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: رصد الوضع الحالي لواقع الصحافة المصرية في ضوء التحولات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي:

١- مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي:

جدول (٢)

يوضح مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي

مستوى الدلالة د ح ٢	ن	الإجمالي		مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي
		%	ك	
٠,٠١	١٢,١٦٠	٤٤	٨٨	- يستخدم بشكل متوسط.
		٣٢	٦٤	- يستخدم بشكل مرتفع.
		٢٤	٤٨	- يستخدم شكل منخفض.
		٠	٠	- لا يستخدم على الإطلاق.
		١٠٠	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٢٪ من أفراد العينة يرون أن المؤسسات الصحفية تستخدم الذكاء الاصطناعي بشكل مرتفع، ونسبة ٤٤٪ منهم يرون أنها تستخدمه بشكل متوسط، ونسبة ٢٤٪ منهم يرون أنها تستخدمه بشكل منخفض.

ويتضح وجود فروق في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ١٢.١٦٠$ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن المؤسسات الصحفية تستخدم الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أيمن بريك، ٢٠٢٠م) والتي أوضحت أن نسبة ٣٣.٦٪ من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية أن المؤسسات الصحفية التي يعملون بها لا تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى التطور الذي حدث في الثلاث سنوات الأخيرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

٢- تقييم الوضع الراهن لواقع استخدام المؤسسات الصحفية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي:

جدول (٣)

يوضح تقييم الوضع الراهن لواقع استخدام المؤسسات الصحفية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

مستوى الدلالة ح ٣	كا	الإجمالي		مدى امتلاك معلومات عن أهم تقنيات الميافيرس
		ك	%	
٠,٠٠١	٥٢,٢٠٠	٧٧	٣٨,٥	تتبنى أساليب وتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي
		٥٩	٢٩,٥	وصلت المؤسسات الصحفية إلى مستوى عالي من التطور بفعل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
		٥٦	٢٨	لا تستخدم تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي بالشكل المطلوب
		٨	٤	تدنى الوضع التكنولوجي في معظم المؤسسات الصحفية
		٢٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٨.٥٪ من أفراد العينة يرون أن الوضع الراهن لواقع استخدام المؤسسات الصحفية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أنها تتبنى أساليب وتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، ونسبة ٢٨٪ منهم يرون أنها لا تستخدم تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي بالشكل المطلوب، ونسبة ٢٩.٥٪ منهم يرون أنها وصلت المؤسسات الصحفية إلى مستوى عالي من التطور بفعل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. ويتضح وجود فروق في تقييم الوضع الراهن لواقع استخدام المؤسسات الصحفية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٥٢.٢٠٠$ وهي دالة عند مستوى.

٣- أهم العوامل المؤثرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية:

جدول (٤)

يوضح أهم العوامل المؤثرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية

مستوى الدلالة ح ١	كا	ترتيب	الإجمالي ن=٢٠٠		أهم العوامل المؤثرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية
			ك	%	
٠,٣٢٢ غير دالة	٠,٩٨٠	١	١٠٧	٥٣,٥	الإمكانيات المادية والبنية المتاحة بالمؤسسات الصحفية.
١,٠٠٠ غير دالة	٠,٠٠٠	٢	١٠٠	٥٠	مدى وجود صحفيين مدربين على تقنيات الذكاء الاصطناعي
٠,٠٥	٥,٧٨٠	٣	٨٣	٤١,٥	مدى قناعة المسؤولين عن المؤسسات الصحفية بهذه التقنيات.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٣.٥٪ من أفراد العينة يرون أن أهم العوامل المؤثرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية هي الإمكانيات المادية والبنية المتاحة بالمؤسسات الصحفية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد عبد المجيد، ٢٠٢١م، ص ١٤٢٥) والتي أوضحت أن نسبة ٥٤٪ من القائمين بالاتصال رأوا أن أهم أسباب عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي هو عدم توافر الموارد المالية الكافية. ونسبة ٥٠٪ منهم يرون أنه مدى وجود

صحفيين مدربين على تقنيات الذكاء الاصطناعي، ونسبة ٤١.٥٪ منهم يرون أنه مدى قناعة المسؤولين عن المؤسسات الصحفية بهذه التقنيات. ويتضح عدم وجود فروق في أهم العوامل المؤثرة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما كان بينهم فروق في مدى قناعة المسؤولين عن المؤسسات الصحفية بهذه التقنيات، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

المحور الثاني: "استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيراته على الفن الصحفي":

٤- أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (٥)

يوضح أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي الصحفية

مستوى الدلالة د ح ١	كا ^٢	ترتيب	الإجمالي ن=٢٠٠		أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي
			%	ك	
٠,٢٥٨ غير دالة	١,٢٨٠	١	٥٤	١٠٨	يستخدم في كتابة وتحرير الموضوعات الصحفية
١,٠٠٠ غير دالة	٠,٠٠٠	٢	٥٠	١٠٠	يستخدم للتعاون والتنسيق في عمليات التحرير والنشر.
٠,٠٠١	١٤,٥٨٠	٣	٣٦,٥	٧٣	التواصل والتفاعل بين المحررين والصحفيين.
٠,٠٠١	٢٨,٨٨٠	٤	٣١	٦٢	يستخدم لنشر الأخبار والمحتوى الصحفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
٠,٠٠١	٧٦,٨٧٨٠	٥	١٩	٣٨	يستخدم لإجراء مقابلات ومناقشات عبر الإنترنت.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٤٪ من أفراد العينة يرون أن أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي أنه يستخدم في كتابة وتحرير الموضوعات الصحفية، ونسبة ٥٠٪ منهم يرون أنه يستخدم للتعاون والتنسيق في عمليات التحرير والنشر، ونسبة ٣٦.٥٪ منهم يرون أنه التواصل والتفاعل بين المحررين والصحفيين.

ويتضح وجود فروق في أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في: يستخدم للتعاون والتنسيق في عمليات التحرير والنشر ويستخدم من كتابة وتحرير الموضوعات الصحفية، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

٥- مدى تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٦)

يوضح مدى تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt

مستوى الدلالة د ح ٢	كا ^٢	الإجمالي		مدى تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt
		%	ك	
٠,٠٠١	٤٢,٧٦٠	٥٥	١١٠	سنتحسن إلى حد ما
		٢٤,٥	٤٩	نعم سنتحسن
		٢٠,٥	٤١	لا لن نتحسن
		١٠٠	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٢٤.٥٪ من أفراد العينة يرون تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٥٥٪ منهم يرون أنها ستتحسن إلى حد ما، ونسبة ٢٠.٥٪ منهم يرون أنها لن تتحسن.

ويتضح وجود فروق في مدى تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٤٢.٧٣٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt إلى حد ما.

٦- أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي:

جدول (٧)

يوضح أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي

أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي	الإجمالي ن=٢٠٠		ترتيب	كا ^٢	مستوى الدلالة د ح ١
	ك	%			
تحسين كفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر.	١١٣	٥٦,٥	١	٣,٣٨٠	٠,٠٦٦ غير دالة
تسهيل التواصل والتعاون بين أعضاء فريق التحرير.	٧٩	٣٩,٥	٢	٨,٨٢٠	٠,٠١
سهولة استخدام التطبيق وواجهته البسيطة.	٧٨	٣٩	٣	٩,٦٨٠	٠,٠١
توفير مكان لتبادل الملفات والمستندات والمصادر	٥٨	٢٩	٤	٣٥,٢٨٠	٠,٠٠١
تمكين العمل عن بعد والتعاون عبر الإنترنت.	٥١	٢٥,٥	٥	٤٨,٠٢٠	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٦.٥٪ من أفراد العينة يرون أن أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي هو تحسين كفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر، ونسبة ٣٩.٥٪ منهم يرون أنه تسهيل التواصل والتعاون بين أعضاء فريق التحرير، ونسبة ٣٩٪ منهم يرون أنه سهولة استخدام التطبيق وواجهته البسيطة. وفي هذا الصدد قد أشارت دراسة (شيرين محمد أحمد، ٢٠٢٣م، ص ٤١) أن من أهم أسباب انتشار برنامج Chat Gpt لدى الشباب المصري أنه يحقق الفائدة بشكل فوري من الوصول إلى معلومات منطقية، وأنه يقدم مزايا يسهل ملاحظتها عند الاستخدام.

ويتضح وجود فروق في أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في تحسين كفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

٧- أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي:

جدول (٨)

يوضح أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي

مستوى الدلالة ح ١	كا ^٢	ترتيب	الإجمالي ن=٢٠٠		أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي
			ك	%	
غير دالة ٠,٤٨٠	٠,٥٠٠	١	٩٥	٤٧,٥	- يساعد في تغطية متكاملة وشاملة للأحداث من خلال إمداد الصحفي بمصادر متنوعة من الأخبار مما يساهم في تحسين جودة المحتوى.
غير دالة ٠,٣٢٢	٠,٩٨٠	٢	٩٣	٤٦,٥	- يساعد في تحسين دقة وتوثيق المعلومات وبالتالي تحسين جودة المحتوى.
غير دالة ٠,٢٠٣	١,٦٢٠	٣	٩١	٤٥,٥	- يوفر التطبيق تجربة مستخدم شخصية ومرنة حيث يمكن الصحفي من تخصيص الإعدادات والتفضيلات الخاصة بهم مما يساهم في تحسين جودة المحتوى.
٠,٠٠١	١٨,٠٠	٤	٧٠	٣٦	- يوفر أدوات تحرير وتصحيح متقدمة مما يساعد الصحفي في تحسين جودة المحتوى الصحفي.
٠,٠٠١	١٦,٨٢٠	٥	٧١	٣٥,٥	- يمكن تطبيق Chat Gpt من تعزيز التواصل والتفاعل مع الجمهور مما يساهم في تحسين جودة المحتوى وتلبية احتياجات الجمهور.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٧.٥٪ من أفراد العينة يرون أن أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي أنه يساعد في تغطية متكاملة وشاملة للأحداث من خلال إمداد الصحفي بمصادر متنوعة من الأخبار مما يساهم في تحسين جودة المحتوى، ونسبة ٤٦.٥٪ منهم يرون أنه يساعد في تحسين دقة وتوثيق المعلومات وبالتالي تحسين جودة المحتوى، ونسبة ٤٥.٥٪ منهم يرون أنه يوفر التطبيق تجربة مستخدم شخصية ومرنة؛ حيث يمكن الصحفي من تخصيص الإعدادات والتفضيلات الخاصة بهم مما يساهم في تحسين جودة المحتوى. ويتضح عدم وجود فروق في أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، بينما كان بينهم فروق في: يوفر أدوات تحرير وتصحيح متقدمة مما يساعد الصحفي في تحسين جودة المحتوى الصحفي، ويمكن تطبيق Chat Gpt من تعزيز التواصل والتفاعل مع الجمهور مما يساهم في تحسين جودة المحتوى وتلبية احتياجات الجمهور، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (أيمن بريك، ٢٠٢٠م) والتي أوضحت أن التأثيرات الإيجابية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة هي تطوير الفنون الصحفية حيث جاءت بنسبة ٨٢.٥٪.

٨- أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي:

جدول (٩)

يوضح أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي

أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي	الإجمالي ن=٢٠٠		ترتيب	كا	مستوى الدلالة ح د ١
	ك	%			
-يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية.	٨٩	٤٤,٥	١	٢,٤٢٠	٠,١٢٠ غير دالة
-يؤدى إلى تكرار النصوص الصحفية وتشابهها.	٤٧	٢٣,٥	٢	٥٦,١٨٠	٠,٠٠١
-يؤثر سلباً على دقة وموثوقية الأخبار المنشورة.	٤٦	٢٣	٣	٥٨,٣٢٠	٠,٠٠١
-يقلل من جودة المحتوي الصحفي.	٤١	٢٠,٥	٤	٦٩,٦٢٠	٠,٠٠١
-يزيد من احتمالية وجود أخطاء في النص الصحفي.	٢٩	١٤,٥	٥	١٠٠,٨٢٠	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٤.٥٪ من أفراد العينة يرون أن أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt على الفن الصحفي أنه يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية، ويرجع ذلك إلى طبيعة البرنامج Chat Gpt والذي يعد برنامج آلياً في النهاية يفتقر إلى الإبداع والابتكار والأساليب المعبرة، ونسبة ٢٣.٥٪ منهم يرون أنه يؤدي إلى تكرار النصوص الصحفية وتشابهها، ونسبة ٢٣٪ منهم يرون أنه يؤثر سلباً على دقة وموثوقية الأخبار المنشورة.

ويتضح وجود فروق في أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٠٥.

٩- أهم الأشكال والقوالب الصحفية التي يمكن كتابتها باستخدام التطبيق Chat Gpt:

جدول (١٠)

يوضح أهم الأشكال والقوالب الصحفية التي يمكن كتابتها باستخدام التطبيق Chat Gpt

أهم الأشكال والقوالب الصحفية التي يمكن كتابتها باستخدام التطبيق Chat Gpt	الإجمالي ن=٢٠٠		ترتيب	كا	مستوى الدلالة ح د ١
	ك	%			
المقالات والقصص الخبرية	١٣٧	٦٨,٥	١	٢٧,٣٨٠	٠,٠٠١
التحقيقات الصحفية	٧٨	٣٩	٢	٩,٦٨٠	٠,٠٠١
الأحداث الحية والتقارير الفورية	٥١	٢٥,٥	٣	٤٨,٠٢٠	٠,٠٠١
الأحاديث الصحفية	٣٩	١٩,٥	٤	٧٤,٤٢٠	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٨.٥٪ من أفراد العينة يرون أن أهم الأشكال والقوالب الصحفية التي يمكن كتابتها باستخدام التطبيق Chat Gpt هي المقالات والقصص الخبرية، ويمكن تفسير ذلك بأن المقالات والقصص الخبرية تختلف عن الحدث الحي الذي يحتاج لوصف دقيق للواقع، وهذا ما يعجز عنه تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد على المعلومات التي يتم إمدادها بها، ونسبة ٣٩٪ منهم يرون أنها التحقيقات الصحفية، ونسبة ٢٥.٥٪ منهم يرون أنها الأحداث الحية والتقارير الفورية.

ويتضح وجود فروق في أهم الأشكال والقوالب الصحفية التي يمكن كتابتها باستخدام التطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠١.

١٠- أهم تحديات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (١١)

يوضح أهم تحديات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي

مستوى الدلالة د ح ١	كا ^٢	ترتيب	الإجمالي ن=٢٠٠		أهم تحديات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي
			%	ك	
٠,٣٢٢ غير دالة	٠,٩٨٠	١	٥٣,٥	١٠٧	قضايا الأمان وحماية البيانات الشخصية.
٠,٠٠١	١١,٥٢٠	٢	٣٨	٧٦	تحديات التدريب والتعليم المستمر لاستخدام التطبيق بكفاءة.
٠,٠٠١	١٢,٥٠٠	٣	٣٧,٥	٧٥	تحديات توافر البيئة التحتية والإمكانات المادية في المؤسسات الصحفية.
٠,٠٠١	١٩,٢٢٠	٤	٣٤,٥	٦٩	تحديات اقتناع المسؤولين في المؤسسات الصحفية بأهمية استخدام مثل هذه التطبيقات.
٠,٠٠١	٢١,٧٨٠	٥	٣٣,٥	٦٧	تحديات صعوبة التحقق من المعلومات وسرعة الانتشار غير المراقب للأخبار.
٠,٠٠١	٢٧,٣٨٠	٦	٣١,٥	٦٣	تحديات تكامل التطبيق مع أدوات أخرى.
٠,٠٠١	٣٣,٦٢٠	٧	٢٩,٥	٥٩	تحديات التواصل والتنسيق في بيئة افتراضية.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٣.٥% من أفراد العينة يرون أن أهم تحديات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي هي قضايا الأمان وحماية البيانات الشخصية، ونسبة ٣٨% منهم يرون أنها تحديات التدريب والتعليم المستمر لاستخدام التطبيق بكفاءة، ونسبة ٣٧.٥% منهم يرون أنها تحديات توافر البيئة التحتية والإمكانات المادية في المؤسسات الصحفية. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إيناس منصور، ٢٠٢٣م، ص ٩٩٢) والتي أوضحت أن أهم معوقات استخدام تقنيات الميٹافيرس في الصحافة هي عدم وجود صحفيين مدربين على تقنيات الميٹافيرس، وأيضًا ضعف الإمكانات المادية والبنية التحتية في المؤسسات الصحفية.

ويتضح وجود فروق في أهم تحديات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في قضايا الأمان وحماية البيانات الشخصية، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

١١- هل سيؤدي استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين:

جدول (١٢)

يوضح هل سيؤدي استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين

مستوى الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		هل سيؤدي استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين
		%	ك	
٠,٠٠١	٣٩,٣٧٠	٥٢,٥	١٠٥	إلى حد ما
		٣١	٦٢	لا
		١٦,٥	٣٣	نعم
		١٠٠	٨٤	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ١٦.٥٪ من أفراد العينة يرون أن استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي سيؤدي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين، ونسبة ٥٢.٥٪ منهم يرون أنه سيؤثر سلباً إلى حد ما، ونسبة ٣١٪ منهم يرون أن استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي لن يؤدي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين. وهذا يتفق مع نتائج دراسة (Som Biswas, 2023)، حيث أكدت على وجود مخاوف من استخدام تطبيق Chat Gpt في مجال الصحافة بشأن الدقة والاعتبارات الأخلاقية والمسؤولية ونقص التفكير النقدي والإبداع. ويتضح وجود فروق في: هل سيؤدي استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٣٩.٣٧٠ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي سيؤدي إلى تأثير سلبي إلى حد ما على مهارات التحرير لدى الصحفيين.

١٢- هل سيحل تطبيق Chat Gpt محل المحرر الصحفي:

جدول (١٣)

يوضح هل سيحل تطبيق Chat Gpt محل المحرر الصحفي

مستوى الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		هل سيحل تطبيق Chat Gpt محل المحرر الصحفي
		%	ك	
٠,٠٠١	٥٥,٦٩٠	٨,٥	١٧	نعم سيحل محل المحرر الصحفي.
		٤٧	٩٥	سيحل محل المحرر الصحفي إلى حد ما.
		٤٤,٥	٨٩	لا لن يحل محل المحرر الصحفي.
		١٠٠	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨.٥٪ من أفراد العينة يرون أن تطبيق Chat Gpt سيحل محل المحرر الصحفي في قارئية الصحف الورقية، ونسبة ٤٧٪ منهم يرون أنه سيحل محل المحرر الصحفي إلى حد ما، ونسبة ٤٤.٥٪ منهم يرون أنه لا لن يحل محل المحرر الصحفي.

ويتضح وجود فروق في هل سيحل تطبيق Chat Gpt محل المحرر الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٥٥.٦٩٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن تطبيق Chat Gpt لن يحل محل المحرر الصحفي في قارئية الصحف الورقية.

ويمكن تفسير ذلك بأن أي تقنية من تقنيات الذكاء الاصطناعي لا يمكن أن تعمل بدون عنصر بشري وخاصة تطبيق Chat Gpt فهو يحتاج لمن يمدّه بالبيانات لكي تضمن إجابات صحيحة وأيضاً لابد من مراجعة ما يقدمه مراجعة دقيقة من قبل العنصر البشري.

١٣ - الفئة العمرية الأكثر ميلاً لاستخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (١٤)

يوضح الفئة العمرية الأكثر ميلاً لاستخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي

مستوى الدلالة ح ٢	كا ^٢	الإجمالي		الفئة العمرية الأكثر ميلاً لاستخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي
		%	ك	
٠,٠٠١	٥٠,٩٢٠	٣٧	٧٤	ليس مرتبط بسن معين.
		٣٤,٥	٦٩	أكثر من ٤٠ سنة.
		٢٣,٥	٤٧	من ٢٠ - ٣٠ سنة.
		٥	١٠	من ٣٠ - ٤٠ سنة.
		١٠٠	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٧٪ من أفراد العينة يرون أن استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي غير مرتبط بسن معين، ونسبة ٣٤.٥٪ منهم يرون أن استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي في الفئة العمرية أكثر من ٤٠ سنة، ونسبة ٢٣.٥٪ منهم يرون: تستخدمه الفئة العمرية من ٢٠ - ٣٠ سنة. ويتضح وجود فروق في الفئة العمرية الأكثر ميلاً لاستخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٥٠.٩٢٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١.

١٤ - الفائدة الأكبر التي من الممكن أن تعود على القراء من استخدام تطبيق Chat Gpt في

العمل الصحفي:

جدول (١٥)

يوضح الفائدة الأكبر التي من الممكن أن تعود على القراء من استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي

مستوى الدلالة ح ١	كا ^٢	ترتيب	الإجمالي ن=٢٠٠		الفائدة الأكبر التي من الممكن أن تعود على القراء من استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي
			%	ك	
٠,٠٦٦ غير دالة	٣,٣٨٠	١	٥٦,٥	١١٣	سرعة الحصول على الأخبار.
٠,٢٠٣ غير دالة	١,٦٢٠	٢	٤٥,٥	٩١	سهولة الوصول للتفاصيل والبيانات.
٠,٠٠١	٢٠,٤٨٠	٣	٣٤	٦٨	توافر مصادر متنوعة للأخبار.
٠,٠٠١	٧٢,٠٠٠	٤	٢٠	٤٠	زيادة الصلة بين الصحفي والقارئ.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٦.٥٪ من أفراد العينة يرون أن الفائدة الأكبر التي من

الممكن أن تعود على القراء من استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي هي سرعة الحصول على الأخبار، ونسبة ٤٥.٥٪ منهم يرون أنها سهولة الوصول للتفاصيل والبيانات، ونسبة ٣٤٪ منهم يرون أنها توافر مصادر متنوعة للأخبار. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شرين محمد أحمد، ٢٠٢٣م، ص ٣٨) حيث أوضحت أن أهم أسباب استخدام الشباب لبرنامج Chat Gpt هو إجابة البرنامج على أي سؤال مباشر، وأيضًا لقدرته على مشاركة الأخبار والموضوعات التي يتم الحصول عليها. ويتضح وجود فروق في الفائدة الأكبر التي من الممكن أن تعود على القراء من استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيم كاذبة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في سرعة الحصول على الأخبار وسهولة الوصول للتفاصيل والبيانات، حيث كانت قيم كاذبة عند مستوى ٠.٠٠٠٥.

المحور الثالث: رصد تصورات المهنيين والخبراء للسيناريوهات المستقبلية للصحافة المصرية خلال العقد ٢٠٢٣/٢٠٣٣م في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

١٥- مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي:

جدول (١٦)
يوضح مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي

مستوى الدلالة د ح ٢	ك٢	الإجمالي		مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي
		ك	%	
٠,٠٠١	٥٩,١٧٠	١١٧	٥٨,٥	نعم سوف تحرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt وتوفير الإصدارات الحديثة منه
		٥٠	٢٥	لا لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt وتوفير ما يلزم لذلك
		٣٣	١٦,٥	ستستمر المؤسسات الصحفية كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حاليا وإذا حدث تغير سيكون محدودًا
		٢٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٨.٥٪ من أفراد العينة يرون أن المؤسسات الصحفية سوف تحرص على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي الصحفي، ونسبة ١٦.٥٪ منهم يرون أنه سوف تستمر المؤسسات الصحفية كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حاليا وإذا حدث تغير سيكون محدودًا، ونسبة ٢٥٪ منهم يرون أنه لا لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt وتوفير ما يلزم لذلك. مما يدل على أن الأغلبية من عينة الدراسة ترجع السيناريو التفاضلي إلى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

ويتضح وجود فروق في مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 59.170$ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١. مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن المؤسسات الصحفية سوف تحرص على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي الصحفي.

- الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي:

جدول (١٧)

يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ^٢	إجمالي		والأكاديميين		المهنيين		الوظيفة حرص المؤسسات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.١٩٧ غير دالة	٣.٢٥١	٥٨.٥	١١٧	٦٠	٦٠	٥٧	٥٧	نعم سوف تحرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt وتوفير الإصدارات الحديثة منه
		٢٥	٥٠	٢٨	٢٨	٢٢	٢٢	لا لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt وتوفير ما يلزم لذلك
		١٦.٥	٣٣	١٢	١٢	٢١	٢١	ستستمر المؤسسات الصحفية كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حاليًا وإذا حدث تغير سيكون محدودًا
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٧% من أفراد العينة المهنيين يرون أن المؤسسات الصحفية سوف تحرص على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي الصحفي، ونسبة ٢١% منهم يرون أن المؤسسات الصحفية سوف تستمر كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حاليًا، وإذا حدث تغير سيكون محدودًا، ونسبة ٢٢% منهم يرون أنه لا لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt وتوفير ما يلزم لذلك، ونسبة ٦٠% من أفراد العينة الأكاديميين يرون أن المؤسسات الصحفية سوف تحرص على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي الصحفي، ونسبة ١٢% منهم يرون أن المؤسسات الصحفية سوف تستمر

كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حالياً وإذا حدث تغير سيكون محدوداً، ونسبة ٢٨٪ منهم يرون أنه لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt وتوفير ما يلزم لذلك. كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في مدى حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 3.251$ وهي غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٠٥. ويتضح اتفاق كل من الأكاديميين والمهنيين على السيناريو التفاؤلي لحرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

١٦ - مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (١٨)

يوضح مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام

تطبيق Chat Gpt

مستوى الدلالة د ح ٢	كا ^٢	الإجمالي		مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt
		ك	%	
٠,٠٠١	١١٥,٥٧٠	١٢٧	٦٣,٥	نعم سوف يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتشهد تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt
		٧٠	٣٥	لن يتغير كثيراً المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt.
		٣	١,٥	سوف يتغير المستوى الاقتصادي وسوف تشهد المؤسسات الصحفية تدهوراً اقتصادياً مع استخدام تطبيق Chat Gpt.
		٢٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٣.٥٪ من أفراد العينة يرون أنه سوف نعم سوف يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتشهد تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٣٥٪ منهم يرون أنه لن يتغير كثيراً المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt. وهذا يعني أن أغلب عينة الدراسة قد رجحت السيناريو التفاؤلي لتحسين الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

ويتضح وجود فروق في مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 115.570$ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠٠١ مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أنه نعم سوف يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتشهد تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt.

- الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (١٩)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ^٢	إجمالي		والأكاديميين		المهنيين		الوظيفة تحسن الأوضاع الاقتصادية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,١٩٧ غير دالة	٣,٢٥٤	٦٣,٥	١٢٧	٦٦	٦٦	٦١	٦١	نعم سوف يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتشهد تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt
		٣٥	٧٠	٣٤	٣٤	٣٦	٣٦	لن يتغير كثيراً المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt
		١,٥	٣	٠	٠	٣	٣	سوف يتغير المستوى الاقتصادي وسوف تشهد المؤسسات الصحفية تدهوراً اقتصادياً مع استخدام تطبيق Chat Gpt
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦١% من أفراد العينة المهنيين يرون أنه نعم سوف يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتشهد تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٣٦% منهم يرون أنه لن يتغير كثيراً المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٦٦% من أفراد العينة الأكاديميين يرون أنه نعم سوف يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية وتشهد تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٣٤% منهم يرون أنه لن يتغير كثيراً المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في مدى تحسن الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٣.٢٥٤ وهي غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥. مما يدل على اتفاق كل من المهنيين والتطبيين على السيناريو التفاضلي على المستوي الاقتصادي.

١٧- مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٢٠)

يوضح مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

مستوى الدلالة ح ٢	كا	الإجمالي		مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.
		ك	%	
٠,٠٠١	٧١,٨٩٠	١١٩	٥٩,٥	سيزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية المختلفة والتي تستخدم تطبيق Chat Gpt.
		٥٩	٢٩,٥	لن يتغير شكل كبير خلال الفترة المقبلة وسيستمر الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في الصحافة.
		٢٢	١١	سيستمر الجمهور في استخدام الصحف بشكلها التقليدي ولن يستطيع مواكبة التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt.
		٢٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٩.٥٪ من أفراد العينة يرون سيزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية المختلفة والتي تستخدم تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٢٩.٥ منهم يرون أنه لن يتغير شكل كبير خلال الفترة المقبلة، وسيستمر الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في الصحافة، ونسبة ١١٪ منهم يرون أنه سيستمر الجمهور في استخدام الصحف بشكلها التقليدي ولن يستطيع مواكبة التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt..

ويتضح وجود فروق في مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة كا = ٧١.٨٩٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١. مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أنه سيزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية المختلفة والتي تستخدم تطبيق Chat Gpt.

-الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٢١)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في
ظل استخدام تطبيق Chat Gpt

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ^٢	إجمالي		والأكاديميين		المهنيين		الوظيفة مستقبل المستوى الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٥	٧,١٣٤	٥٩,٥	١١٩	٦٣	٦٣	٥٦	٥٦	سيزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية المختلفة والتي تستخدم تطبيق Chat Gpt.
		٢٩,٥	٥٩	٢٢	٢٢	٣٧	٣٧	لن يتغير بشكل كبير خلال الفترة المقبلة وسيستمر الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في الصحافة.
		١١	٢٢	١٥	١٥	٧	٧	سيستمر الجمهور في استخدام الصحف بشكلها التقليدي ولن يستطيع مواكبة التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

معامل التوافق = ٠,١٨٦

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٦٪ من أفراد العينة المهنيين يرون أنه سيزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية المختلفة والتي تستخدم تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٣٧٪ منهم يرون أنه لن يتغير بشكل كبير خلال الفترة المقبلة، وسيستمر الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في الصحافة، ونسبة ٧٪ منهم يرون أنه سيستمر الجمهور في استخدام الصحف بشكلها التقليدي، ولن يستطيع مواكبة التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٦٣٪ من أفراد العينة الأكاديميين يرون أنه سيزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية المختلفة والتي تستخدم تطبيق Chat Gpt، ونسبة ٢٢٪ منهم يرون أنه لن يتغير بشكل كبير خلال الفترة المقبلة، وسيستمر الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في الصحافة، ونسبة ١٥٪ منهم يرون أنه سيستمر الجمهور في استخدام الصحف بشكلها التقليدي ولن يستطيع مواكبة التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt. مما يدل على ترجيح السيناريو التفاضلي لدى المهنيين والأكاديميين.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في مستقبل المستوى الاجتماعي للجمهور المستخدم للصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٧,١٣٤ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠٥.

١٨- مدى تأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (٢٢)

يوضح مدى تأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي

مستوى الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		مدى تأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي
		%	ك	
٠,٠٠١	١٠٨,٢٥٠	٦٢,٥	١٢٥	نعم ستتأثر القوى الفاعلة في العمل الصحفي وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt ويشجعون القائمين بالاتصال على التدريب عليها.
		٣٥	٧٠	سوف تتأثر القوى الفاعلة بشكل محدود ولن يتقبل رؤساء التحرير فكرة تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بشكل واسع.
		٢,٥	٥	لن تتأثر ولن تدعم القوى الفاعلة استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي ولن توافق على تطبيق داخل مؤسساتهم.
		١٠٠	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٢.٥٪ من أفراد العينة يرون أن القوى الفاعلة في العمل الصحفي، وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt ويشجعون القائمين بالاتصال على التدريب عليها، ونسبة ٣٥٪ منهم يرون أنه سوف تتأثر القوى الفاعلة بشكل محدود، ولن يتقبل رؤساء التحرير فكرة تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بشكل واسع. ويتضح وجود فروق في مدى تأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ = ١٠٨.٢٥٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١. مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن القوى الفاعلة في العمل الصحفي وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt ويشجعون القائمين بالاتصال على التدريب عليها.

-الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مدى تأثر القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (٢٣)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في مدى تأثر القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ^٢	إجمالي		والأكاديميين		المهنيين		الوظيفة تأثر القوى الفاعلة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٠٥	٦.١٦٩	٦٢.٥	١٢٥	٧١	٧١	٥٤	٥٤	نعم ستتأثر القوى الفاعلة في العمل الصحفي وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt ويشجعون القائمين بالاتصال على التدريب عليها.
		٣٥	٧٠	٢٧	٢٧	٤٣	٤٣	سوف تتأثر القوى الفاعلة بشكل محدود ولن يتقبل رؤساء التحرير فكرة تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بشكل واسع.
		٢.٥	٥	٢	٢	٣	٣	لن تتأثر ولن تدعم القوى الفاعلة استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي ولن توافق على تطبيق داخل مؤسساتهم.
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

معامل التوافق = ٠.١٧٣

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٤٪ من أفراد العينة المهنيين يرون أن القوى الفاعلة في العمل الصحفي، وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt ويشجعون القائمين بالاتصال على التدريب عليها، ونسبة ٤٣٪ منهم يرون أنه سوف تتأثر القوى الفاعلة بشكل محدود، ولن يتقبل رؤساء التحرير فكرة تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بشكل واسع، ونسبة ٧١٪ من أفراد العينة الأكاديميين يرون أنه سوف تتأثر القوى الفاعلة في العمل الصحفي، وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt ويشجعون القائمين بالاتصال على التدريب عليها، ونسبة ٢٧٪ منهم يرون أنه سوف تتأثر القوى الفاعلة بشكل محدود ولن يتقبل رؤساء التحرير فكرة تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بشكل واسع.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في مدى تأثر القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٦.١٦٩ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥. وعلي الرغم من هذه الفروق إلا أن كلاً من المهنيين والأكاديميين قد رجحا السيناريو التفاؤلي.

١٩ - تصورك للمحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٢٤)

يوضح تصورك للمحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt

مستوى الدلالة د ح ٢	كا	الإجمالي		تصورك للمحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt
		%	ك	
٠,٠٠١	٦٩,٦١٠	٥٨,٥	١١٧	سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال صحفية جديدة تتناسب مع مثل هذه التطبيقات.
		٣١	٦٢	لن يشهد المحتوى المقدم تغييراً كبيراً ولن تستطيع المؤسسات الصحفية تقديم محتوى يتناسب مع هذه التطبيقات بشكل جيد.
		١٠,٥	٢١	لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تقديم محتوى يتناسب مع تطبيق Chat Gpt نظراً لعدم اقتناعها بأهمية استخدامه وسوف تعاني المؤسسات الصحفية من حالة تدهور المحتوى المقدم.
		١٠٠	٢٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٨.٥٪ من أفراد العينة يرون أنه سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال صحفية جديدة تتناسب مع مثل هذه التطبيقات، ونسبة ٣١٪ منهم يرون أنه لن يشهد المحتوى المقدم تغييراً كبيراً ولن تستطيع المؤسسات الصحفية تقديم محتوى يتناسب مع هذه التطبيقات بشكل جيد، ونسبة ١٠.٥٪ منهم يرون أنه لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تقديم محتوى يتناسب مع تطبيق Chat Gpt نظراً لعدم اقتناعها بأهمية استخدامه وسوف تعاني المؤسسات الصحفية من حالة تدهور المحتوى المقدم.

ويتضح وجود فروق في تصورك للمحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة كا = ٦٩.٦١٠ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١. مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أنه سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال صحفية جديدة تتناسب مع مثل هذه التطبيقات.

- الفروق بين المهنيين والأكاديميين في تصورك للمحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٢٥)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في تصورك للمحتوى

المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ^٢	إجمالي		والأكاديميين		المهنيين		الوظيفة تصور المحتوى
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٩٩ غير دالة	٤,٦٢٤	٥٨,٥	١١٧	٦٤	٦٤	٥٣	٥٣	سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال صحفية جديدة تتناسب مع مثل هذه التطبيقات.
		٣١	٦٢	٢٤	٢٤	٣٨	٣٨	لن يشهد المحتوى المقدم تغييراً كبيراً ولن تستطيع المؤسسات الصحفية تقديم محتوى يتناسب مع هذه التطبيقات بشكل جيد.
		١٠,٥	٢١	١٢	١٢	٩	٩	لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تقديم محتوى يتناسب مع تطبيق Chat Gpt نظراً لعدم اقتناعها بأهمية استخدامه وسوف تعاني المؤسسات الصحفية من حالة تدهور المحتوى المقدم.
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٣٪ من أفراد العينة المهنيين يرون أنه سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال صحفية جديدة تتناسب مع مثل هذه التطبيقات، ونسبة ٣٨٪ منهم يرون أنه لن يشهد المحتوى المقدم تغييراً كبيراً، ولن تستطيع المؤسسات الصحفية تقديم محتوى يتناسب مع هذه التطبيقات بشكل جيد، ونسبة ٩٪ منهم يرون أنه لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تقديم محتوى يتناسب مع تطبيق Chat Gpt نظراً لعدم اقتناعها بأهمية استخدامه، وسوف تعاني المؤسسات الصحفية من حالة تدهور المحتوى المقدم، ونسبة ٦٤٪ من أفراد العينة الأكاديميين يرون أنه سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال صحفية جديدة تتناسب مع مثل هذه التطبيقات، ونسبة ٢٤٪ منهم يرون أنه لن يشهد المحتوى المقدم تغييراً كبيراً، ولن تستطيع المؤسسات الصحفية تقديم محتوى يتناسب مع هذه التطبيقات بشكل جيد، ونسبة ١٢٪ منهم يرون أنه لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تقديم محتوى يتناسب مع تطبيق Chat Gpt نظراً لعدم اقتناعها بأهمية استخدامه، وسوف تعاني المؤسسات الصحفية من حالة تدهور المحتوى المقدم.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في تصورك للمحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٤.٦٢٤ وهي غير دالة عند مستوى دلالة

٥٠٠٠٠

٢٠- تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (٢٦)

يوضح تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي

تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي	الإجمالي		كأ	مستوى الدلالة د ح ٢
	ك	%		
سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته.	١١٨	٥٩	٧١,٢٩٠	٠,٠٠١
ستستمر حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال بالتدريب والتأهل وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين.	٦١	٣٠,٥		
لن يستطيع القائمون بالاتصال من الصحفيين بمواكبة استخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب لهم، وستتراجع قدراتهم الإبداعية.	٢١	١٠,٥		
جملة	٢٠٠	١٠٠		

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٩٪ من أفراد العينة يرون أنه سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته، ونسبة ٣٠.٥٪ منهم يرون أنه ستستمر حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال بالتدريب والتأهل وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين، ونسبة ١٠.٥٪ منهم يرون أنه لن يستطيع القائمون بالاتصال من الصحفيين بمواكبة استخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب لهم، وستتراجع قدراتهم الإبداعية.

ويتضح وجود فروق في تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٧١.٢٩٠$ وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١. مما يعني ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أنه سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته.

-الفروق بين المهنيين والأكاديميين في تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في

ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي:

جدول (٢٧)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي

مستوى المعنوية د ح ٢	كا ^٢	إجمالي		والأكاديميين		المهنيين		الوظيفة تصور قدرات القائم بالاتصال
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٦٧ غير دالة	٥,٤٠٩	٥٩	١١٨	٦٢	٦٢	٥٦	٥٦	سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته.
		٣٠,٥	٦١	٢٤	٢٤	٣٧	٣٧	ستستمر حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال بالتدريب والتأهيل وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين.
		١٠,٥	٢١	١٤	١٤	٧	٧	لن يستطيع القائمون بالاتصال من الصحفيين بمواكبة استخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب لهم، وستراجع قدراتهم الإبداعية.
		١٠٠	٢٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٦٪ من أفراد العينة المهنيين يرون أنه سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته، ونسبة ٣٧٪ منهم يرون أنه ستستمر حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال بالتدريب والتأهيل، وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين، ونسبة ٧٪ منهم يرون أنه لن يستطيع القائمون بالاتصال من الصحفيين بمواكبة استخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب لهم، وستراجع قدراتهم الإبداعية، ونسبة ٦٢٪ من أفراد العينة الأكاديميين يرون أنه سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته، ونسبة ٢٤٪ منهم يرون أنه ستستمر حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال بالتدريب والتأهيل وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين، ونسبة ١٤٪ منهم يرون أنه لن يستطيع القائمون بالاتصال من الصحفيين بمواكبة استخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب لهم، وستراجع قدراتهم الإبداعية. مما يدل على أن كلاً من المهنيين والأكاديميين قد رجّح السيناريو التفاؤلي.

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في تصورك لقدرات القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٥.٤٠٩ وهي غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠٥.

٢١- أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٢٨)

يوضح أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt ن=٢٠٠

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا		إلى حد ما		نعم		الاستجابة العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
نعم	٢.٤٩	٨.٥	١٧	٣٤	٦٩	٥٧.٥	١١٥	تحول العديد من الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني.
نعم	٢.٥٧	٧.٥	١٥	٢٨	٥٦	٦٤.٥	١٢٩	الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على استخدام الإصدارات المختلفة لتطبيق ChatGpt.
نعم	٢.٤٣	١١.٥	٢٣	٣٤	٦٨	٥٤.٥	١٠٩	قدرة المؤسسات الصحفية على توفير الإمكانيات المادية والإصدارات المختلفة من تطبيق Chat Gpt.
إلى حد ما	٢.٢٩	١٦	٣٢	٣٩	٧٨	٤٥	٩٠	ارتفاع نسب إقبال الجمهور على المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt
نعم	٢.٣٨	٩	١٨	٤٤	٨٨	٤٧	٩٤	تحسين الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية وقدرتها على التمويل اللازم لتلك التطبيقات.
إلى حد ما	٢.٠١	١٨.٥	٣٧	٦٢.٥	١٢٥	١٩	٣٨	حدوث فجوة بين المؤسسات الصحفية وأخرى.
لا	١.٥٥	٥١.٥	١٠٣	٤٢	٨٤	٦.٥	١٣	تدنى المحتوى المقدم من خلال المؤسسات الصحفية التي تستخدم التطبيق.
لا	١.٥٧	٥٠	١٠٠	٤٣	٨٦	٧	١٤	لا يوجد له أي تأثير وسيبقى الوضع كما هو عليه.
إلى حد ما	١.٧١	٣٨	٧٦	٥٣	١٠٦	٩	١٨	تدنى المستوى الإبداعي للمحرر الصحفي.
لا	١.٥٨	٥٠.٥	١٠١	٤١.٥	٨٣	٨	١٦	حدوث انتكاسة في المستوى الفني للصحف.
لا	١.٥٦	٥٠.٥	١٠١	٤٣.٥	٨٧	٦	١٢	تدنى الأوضاع الاقتصادية بالصحف.
لا	١.٥٦	٥٣	١٠٦	٣٨.٥	٧٧	٨.٥	١٧	عزوف الجمهور على متابعة المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt
لا	١.٦٢	٤٧	٩٤	٤٤.٥	٨٩	٨.٥	١٧	تزايد التعقيدات في العمل الصحفي.
إلى حد ما	١.٧٢	٣٥.٥	٧١	٥٧.٥	١١٥	٧	١٤	عدم القدرة على توفير التقنيات والبرامج الحديثة من التطبيق
إلى حد ما	١.٨٣	٢٧	٥٤	٦٣	١٢٦	١٠	٢٠	وقوف عدم قناعة القائمين على المؤسسات الصحفية عائناً دون الاستغلال الأقل للتطبيق.
إلى حد ما	٢.١٦	١١	٢٢	٦٢	١٢٤	٢٧	٥٤	ظهور جيل جديد من الصحفيين قادرًا على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة.
إلى حد ما	١.٨٢	٢٦	٥٢	٦٦.٥	١٣٣	٧.٥	١٥	سوف يحل تطبيق ChatGpt محل المحرر الصحفي

*من ١-١,٦٦ لا ومن ١,٦٧- ٢,٣٣ إلى حد ما , و من ٢,٣٤-٣ نعم

يتضح من الجدول السابق: أن أفراد العينة كانوا موافقين على أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في

العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

- الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على استخدام الإصدارات المختلفة لتطبيق ChatGpt في الترتيب الأول بمتوسط ٢.٥٧.
- تحول العديد من الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني في الترتيب الثاني بمتوسط ٢.٤٩.
- قدرة المؤسسات الصحفية على توفير الإمكانات المادية والإصدارات المختلفة من تطبيق Chat Gpt في الترتيب الثالث بمتوسط ٢.٤٣.
- تحسين الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية وقدرتها على التمويل اللازم لتلك التطبيقات في الترتيب الرابع بمتوسط ٢.٣٨. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (أحمد عبد المجيد، ٢٠٢١م) والتي أوضحت أنه من أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها للصحافة في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي اتجاه مزيد من الصحف للأخذ بالمستجدات التكنولوجية، والاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على التعامل مع هذه التقنيات مما يؤكد على حتمية هذه النتائج كنتيجة متوقعة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة.

كما اتضح أن أفراد العينة كانوا موافقين إلى حد ما على أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل

الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt :

- ارتفاع نسب إقبال الجمهور على المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt في الترتيب الأول بمتوسط ٢.٢٩.
- ظهور جيل جديد من الصحفيين قادر على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة في الترتيب الثاني بمتوسط ٢.١٦.
- وقوف عدم قناعة القائمين على المؤسسات الصحفية عائقاً دون الاستغلال الأقل للتطبيق في الترتيب الثالث بمتوسط ١.٨٣.
- سوف يحل تطبيق ChatGpt محل المحرر الصحفي في الترتيب الرابع بمتوسط ١.٨٢.
- عدم القدرة على توفير التقنيات والبرامج الحديثة من التطبيق في الترتيب الخامس بمتوسط ١.٧٢.
- تدنى المستوى الإبداعي للمحرر الصحفي في الترتيب السادس بمتوسط ١.٧١.

كما اتضح أن أفراد العينة كانوا غير موافقين على أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل

الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt :

- تدنى المحتوى المقدم من خلال المؤسسات الصحفية التي تستخدم التطبيق في الترتيب الأول بمتوسط ١.٥٥.
- تدنى الأوضاع الاقتصادية بالصحف وعزوف الجمهور على متابعة المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt في الترتيب الثاني بمتوسط ١.٥٦.
- لا يوجد له أي تأثير وسيبقى الوضع كما هو عليه في الترتيب الثالث بمتوسط ١.٥٧.

- حدوث انتكاسة في المستوى الفني للصحف في الترتيب الرابع بمتوسط ١.٥٨.
- تزايد التعقيدات في العمل الصحفي في الترتيب الخامس بمتوسط ١.٦٢.

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt باختلاف (التخصص الوظيفي - النوع - السن).

١(أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٢٩)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المهنيين والأكاديميين في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt

المتغير	الوظيفة	مهنين (ن=١٠٠)		أكاديميين (ن=١٠٠)		ت	مستوى الدلالة ح.د ١٩٨
		ع	م	ع	م		
	التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt	٣٣,٥٩	٤,٨٩٧	٣٢,٠٤	٤,١٨٣	٢,٤٠٧	٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المهنيين والأكاديميين في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt لصالح المهنيين حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

١(ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٣٠)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt

المتغير	الجنس	ذكور (ن=١٠٢)		إناث (ن=٩٨)		ت	مستوى الدلالة ح.د ١٩٨
		ع	م	ع	م		
	التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt	٣٢,٨١	٤,٢٣٣	٣٢,٨٢	٤,٩٩١	-٠,٠٠٤	٠,٩٩٧ غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

١(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل

الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt:

جدول (٣١)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt باختلاف الفئة العمرية

الدلالة	ف	انحراف معيار	المتوسط	ن	الفئة العمرية	التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt
٠,٢١٤ غير دالة	١,٥٥٤	٤,٣٣٠	٣٢,٣٦	٨٠	من ٢٥-٣٥ سنة	
		٥,٠٤٢	٣٣,٤٩	٨٣	من ٣٥-٤٥ سنة	
		٤,٠٨٧	٣٢,٢٧	٣٧	أكثر من ٤٥ سنة	
		٤,٦٠٨	٣٢,٥١	٢٠٠	جملة	

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الفئة العمرية في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول جزئياً.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt.

جدول (٣٢)

يوضح العلاقة بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt

تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي
٠,٥٤٦**	طردي	متوسط	٠,٠٥	

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق ChatGpt، حيث كانت (٠.٣ < ٠.٧) دالة عند مستوى ٠.٠٠١. أي أنه كلما زاد استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي تحسنت جودة الفن الصحفي بفضل استخدام تطبيق ChatGpt.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني كلياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي.

جدول (٣٣)

يوضح العلاقة بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي

تأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
٠,٣٠٤**	طردي	متوسط	٠,٠١	مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي وتأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث كانت (٠.٣ > ٠.٧) دالة عند مستوى ٠.٠٠١. أي أنه كلما زاد استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي زاد تأثير القوى الفاعلة باستخدام Chat Gpt في العمل الصحفي.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كلياً.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل

الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

جدول (٣٤)

يوضح العلاقة بين حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt

التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
٠,٦٥٤**	طردي	متوسط	٠,٠١	حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية متوسطة بين حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، حيث كانت (٠.٣ > ٠.٧) دالة عند مستوى ٠.٠٠١. أي أنه كلما زاد حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، زادت التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي باختلاف (التخصص الوظيفي - النوع - السن).

هـ(أ)-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي:

جدول (٣٥)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات المهنيين والأكاديميين في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي

المتغير	الوظيفة	مهنين (ن=١٠٠)		اكاديميين (ن=١٠٠)		ت	مستوى الدلالة ح.د ١٩٨
		ع	م	ع	م		
مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي		٣,١٠	٠,٧٠٤	٣,٠٦	٠,٧٨٩	٠,٣٧٨	٠,٧٠٦ غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المهنيين والأكاديميين في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

هـ(ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي.

جدول (٣٦)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي

المتغير	الجنس	ذكور (ن=١٠٢)		إناث (ن=٩٨)		ت	مستوى الدلالة ح.د ١٩٨
		ع	م	ع	م		
مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي		٣,٠٤	٠,٧٣٠	٣,١٢	٠,٧٦٣	٠,٧٨٨-	٠,٤٣٢ غير دالة

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

هـ(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي:

جدول (٣٧)

يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي باختلاف الفئة العمرية

الفئة العمرية	ن	المتوسط	انحراف معيار	ف	الدلالة
مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي	٨٠	٣,١٠	٠,٨٢١	٠,٤٨٤	٠,٦١٧ غير دالة
من ٢٥-٣٥ سنة	٨٣	٣,٠٢	٠,٦٦٢		
من ٣٥-٤٥ سنة	٣٧	٣,١٦	٠,٧٦٤		
أكثر من ٤٥ سنة	٢٠٠	٣,٠٨	٠,٧٤٦		
جملة					

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة باختلاف الفئة العمرية في مدى استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الخامس كلياً.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي:

جدول (٣٨)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي

معامل التوافق	الدلالة ح د	كا ^٢	إجمالي ن=٢٠٠		اكاديميين ن=١٠٠		مهنيين ن=١٠٠		الوظيفة التأثيرات الإيجابية
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	٠,٨٨٧	٠,٠٢٠	٤٦,٥	٩٣	٤٧	٤٧	٤٦	٤٦	- يساعد في تحسين دقة وتوثيق المعلومات وبالتالي تحسين جودة المحتوى.
٠,١٤٩	٠,٠٥	٤,٥١١	٤٧,٥	٩٥	٥٥	٥٥	٤٠	٤٠	- يساعد في تغطية متكاملة وشاملة للأحداث من خلال إمداد الصحفي بمصادر متنوعة من الأخبار مما يساهم في تحسين جودة المحتوى.
٠,١٨٥	٠,٠١	٧,١٢١	٣٦	٧٠	٤٤	٤٤	٢٦	٢٦	- يوفر أدوات تحرير وتصحيح متقدمة مما يساعد الصحفي في تحسين جودة المحتوى الصحفي.
٠,١٤٩	٠,٠٥	٤,٥٣٧	٤٥,٥	٩١	٥٣	٥٣	٣٨	٣٨	- يوفر التطبيق تجربة مستخدم شخصية ومرنة حيث يمكن الصحفي من تخصيص الإعدادات والتفضيلات الخاصة بهم مما يساعد في تحسين جودة المحتوى.
٢٧٢	٠,٠٠١	١٥,٩١٩	٣٥,٥	٧١	٢٢	٢٢	٤٩	٤٩	- يمكن تطبيق Chat Gpt من تعزيز التواصل والتفاعل مع الجمهور مما يساهم في تحسين جودة المحتوى وتلبية احتياجات الجمهور.

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المهنيين والأكاديميين في أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠٠٥، بينما لم يكن بينهم فروق في يساعد في تحسين دقة وتوثيق المعلومات وبالتالي تحسين جودة المحتوى، حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥.

مما سبق يتضح تحقق الفرض السادس جزئياً.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي:

جدول (٣٩)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي

الوظيفة	مهنين ن=١٠٠	أكاديميين ن=١٠٠	إجمالي ن=٢٠٠		كا ^٢	الدلالة ح	معامل التوافق
			ك	%			
- يقلل من جودة المحتوى الصحفي.	٢٤	١٧	٤١	٢٠,٥	١,٥٠٣	٠,٢٢٠	-
- يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية.	٣٥	٥٤	٨٩	٤٤,٥	٧,٣٠٨	٠,٠٠١	٠,١٨٨
- يزيد من احتمالية وجود أخطاء في النص الصحفي.	١١	١٨	٢٩	١٤,٥	١,٩٧٦	٠,١٦٠	-
- يؤدي إلى تكرار النصوص الصحفية وتشابهها.	٢١	٢٦	٤٧	٢٣,٥	٠,٦٩٥	٠,٤٠٤	-
- يؤثر سلبًا على دقة وموثوقية الأخبار المنشورة.	٢٤	٢٢	٤٦	٢٣	٠,١١٣	٠,٧٣٧	-

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المهنيين والأكاديميين في أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠٥، بينما كان بينهم فروق في يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية لصالح الأكاديميين، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٠١. مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض السابع جزئيًا.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المهنيين والأكاديميين في أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي:

جدول (٤٠)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين المهنيين والأكاديميين في أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي

معامل التوافق	الدلالة ح	كا ^٢	إجمالي ن=٢٠٠		أكاديميين ن=١٠٠		مهنيين ن=١٠٠		الفوائد الوظيفية
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	٠,٨٨٥	٠,٠٢١	٣٩,٥	٧٩	٤٠	٤٠	٣٩	٣٩	تسهيل التواصل والتعاون بين أعضاء فريق التحرير.
-	٠,١٩٩	١,٦٤٨	٥٦,٥	١١٣	٦١	٦١	٥٢	٥٢	تحسين كفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر.
-	٠,٢٤٦	١,٣٤٥	٣٩	٧٨	٤٣	٤٣	٣٥	٣٥	سهولة استخدام التطبيق وواجهته البسيطة.
٠,١٤٧	٠,٠٥	٤,٤٤٨	٢٥,٥	٥١	٣٢	٣٢	١٩	١٩	تمكين العمل عن بعد والتعاون عبر الإنترنت.
٠,٢٧٥	٠,٠٠١	١٦,٤١٦	٢٩	٥٨	١٦	١٦	٤٢	٤٢	توفير مكان لتبادل الملفات والمستندات والمصادر

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المهنيين والأكاديميين في أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي، حيث كانت قيمة كا^٢ غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٥، بينما كان بينهم فروق في تمكين العمل عن بعد والتعاون عبر الإنترنت لصالح الأكاديميين، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٥، وفي توفير مكان لتبادل الملفات والمستندات والمصادر لصالح المهنيين، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠١. مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثامن كلياً.

الخلاصة ومناقشة النتائج:

بعد عرض نتائج الدراسة الميدانية والنظرية واختبار فروض الدراسة يمكن صياغة سيناريوهات الرؤية المستقبلية لمستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيرها على الفن الصحفي خلال العقد المقبل (٢٠٢٣-٢٠٣٣م) كما يلي:

أولاً: السيناريو التفاؤلي أو سيناريو الإبداع:

يفترض هذا السيناريو أن الصحافة الرقمية في ظل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt سوف تشهد تطوراً كبيراً في جميع النواحي وهذا السيناريو هو السيناريو الذي رجعت عينه الدراسة، حيث جاء في الترتيب الأول لدى عينة الدراسة ويمكن وضع ملامح هذا السيناريو كالاتي:

أ- الوضع الابتدائي:

- ويشمل هذا الوضع مجموعة المتغيرات والعوامل المختلفة والتي تؤثر على مستقبل العمل الصحفي والفن الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.
- **على المستوى الاقتصادي:** سوف تشهد المؤسسات الصحفية تطوراً اقتصادياً وتعزيزاً لقدراتها المادية مع استخدام تطبيق Chat Gpt مع ارتفاع نسبة التوزيع، وارتفاع عائدات الإعلان للمؤسسات الصحفية، وهذا ما أكدته نسبة ٦٣.٥٪ من عينة الدراسة.
 - **على المستوى التكنولوجي:** سوف تحرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt وتوفير الإصدارات الحديثة منه، وهذا ما أكدته ٥٨.٥٪ من عينة الدراسة، كما أن المؤسسات الصحفية ستحرص على توفير الإمكانيات المادية لتفعيل هذا التطبيق وتوفير الإصدارات الحديثة منه.
 - **على المستوى الاجتماعي:** سوف يزداد إقبال الجمهور على استخدام الصحافة الرقمية في المؤسسات الصحفية التي تستخدم تطبيق Chat Gpt وهذا ما أكدته ٥٩.٥٪ من أفراد العينة، وسوف يتفاعل الجمهور مع استخدام هذا التطبيق بشكل كبير وسوف ينصحون غيرهم بالتفاعل معه.
 - **على مستوى القوى الفاعلة:** ستتأثر القوى الفاعلة في العمل الصحفي وسوف تدعم إدارة المؤسسات الصحفية استخدام إصدارات تطبيق Chat Gpt وسوف يشجعون القائمين بالاتصال والصحفيين على التدريب عليها وهذا ما أكدته ٦٢.٥٪ من عينة الدراسة.

ب) المرتكزات العامة للسيناريو التفاعلي أو الإبداع:

- ١- الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على استخدام الإصدارات المختلفة لتطبيق Chat Gpt.
- ٢- قدرة المؤسسات الصحفية على توفير الإمكانيات المادية والإصدارات الحديثة من التطبيق.
- ٣- تحسين الأوضاع الاقتصادية للمؤسسات الصحفية وقدرتها على التمويل اللازم للتطبيق.
- ٤- ارتفاع نسب إقبال الجمهور على المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt.
- ٥- ظهور جيل جديد من الصحفيين قادرين على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة.

ج) المسارات المستقبلية للسيناريو التفاعلي أو الإبداع:

- ويقصد بها الوضع المستقبلي المبني على الوضع الابتدائي للسيناريو التفاعلي ويمكن وصف الوضع المستقبلي المتوقع للصحافة في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt كما يلي:
- **على مستوى المضمون (المحتوى المقدم):** سيشهد المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt تطوراً كبيراً، وسيكون هناك محتوى رقمياً جذاباً في قوالب وأشكال جديدة تتناسب مع تطبيق Chat Gpt وغيره من التطبيقات الأخرى، وهذا ما أكدته ٥٨.٥٪ من عينة الدراسة، وسوف يساهم استخدام هذا التطبيق في تحسين وكفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر وهذا ما أوضحه ٥٦.٥٪ من عينة

الدراسة.

- **على مستوى القائم بالاتصال:** سيشهد القائم بالاتصال تطورًا كبيرًا من حيث القدرات والتدريب والتأهيل اللازمة لاستخدام تطبيق Chat Gpt وسيزداد وعيهم بأهميته، وهذا ما أكدته ٥٩٪ من عينة الدراسة، وسوف يظهر جيل جديد من الصحفيين القادرين على استخدام مثل هذه التكنولوجيا.
 - **على مستوى الجمهور:** سيعود استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بفائدة كبيرة على القراء حيث سيمكنهم من الحصول مع الاختبار بسرعة، مع توافر مصادر متنوعة وسيظهر وعي الجمهور بأهمية تطبيق Chat Gpt كوسيلة للمساهمة في سهولة الوصول للتفاصيل والبيانات.
- ثانيًا: سيناريو الثبات أو السيناريو المرجعي:**

- يفترض هذا السيناريو مجموعة المتغيرات والعوامل المرتبطة بمستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي، حيث يفترض هذا السيناريو عدم حدوث تأثيرات وتغيرات قوية، وإنما يكون الوضع ثابتًا كما هو عليه وإذا حدث تغير يكون بسيطًا غير مؤثر.
- (أ) الوضع الابتدائي:** ويشمل هذا الوضع مجموعة المتغيرات والعوامل المختلفة والتي تؤثر على مستقبل العمل الصحفي والتحرير الصحفي في ظل استخدام تطبيق ChatGpt ويمكن وصفه كما يلي:
- **على المستوى الاقتصادي:** وفيه لن يتغير كثيرًا المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt وهذا ما أوضحته نسبة ٣٥٪ من عينة الدراسة.
 - **على المستوى التكنولوجي:** وفيه ستستمر المؤسسات الصحفية كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حاليًا وإذا حدث تغير سيكون تغيرًا محدودًا، وهذا ما أوضحته ٣٣٪ من إجمالي العينة، ولن توفر المؤسسات الصحفية التقنيات اللازمة للتطوير التكنولوجي لديها.
 - **على المستوى الاجتماعي:** لن يتغير بشكل كبير خلال الفترة المقبلة وسيستمر الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في الصحافة، وهذا ما أكدته ٢٩.٥٪ من عينة الدراسة.
 - **على مستوى القوى الفاعلة:** سوف تتأثر القوى الفاعلة بشكل محدود ولن يقبل رؤساء التحرير فكرة تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي بشكل واسع وهذا ما أكدته ٣٥٪ من عينة الدراسة.

(ب) المراكز العامة لسيناريو الثبات أو السيناريو المرجعي :-

- ١- استمرار حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال تدريب وتأهيل الصحفيين وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين.
- ٢- تستمر المؤسسات الصحفية كما هي بنفس التقنيات التكنولوجية المستخدمة حاليًا بدون تغيير.
- ٣- لن يتغير المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية مع استخدام تطبيق Chat Gpt.
- ٤- سيبقى الجمهور المرتبط بالصحافة الرقمية كما هو ولن يتأثر باستخدام Chat Gpt في

العمل الصحفي.

٥- ستظل مهارات التحرير الصحفي لدى الصحفيين كما هي بدون تغيير.

(ج) المسارات المستقبلية لسيناريو الثبات أو المرجعي:

- ويقصد بها الوضع المستقبلي المبني على الوضع الابتدائي لسيناريو الثبات ويمكن وصفه كما يلي:
- **على مستوى المضمون (المحتوى المقدم):** لن يشهد المحتوى المقدم تغيراً كبيراً ولن تستطيع المؤسسات الصحفية تقديم محتوى يتناسب مع هذه التطبيقات بشكل جيد، وهذا ما أكدته ٣١٪ من عينة الدراسة.
- **على مستوى القائم بالاتصال:** ستستمر حالة عدم الاهتمام من قبل القائمين بالاتصال بالتدريب والتأهيل، وبالتالي سيتوقف التطوير الذاتي لمهارات الصحفيين، وبالتالي لن يتمكن الصحفيون من مواكبة التقدم التكنولوجي الحديث، وهذا ما أكدته ٣٠.٥٪ من بين عينة الدراسة.
- **على مستوى الجمهور:** سيستمر وضع الجمهور كما هو عليه من حيث استخدام الصحافة بشكلها التقليدي ولن يتأثر باستخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي.
- ثالثاً: السيناريو التشاؤمي أو الترددي:

يفترض هذا السيناريو التدهور في كل النواحي الخاصة بالصحافة. في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي والتحرير الصحفي، وكان هذا السيناريو قد احتل المركز الأخير عند معظم أفراد عينة الدراسة، ويمكن وضع ملامح هذا السيناريو كالاتي:

(٢) الوضع الابتدائي:

- ويشمل هذا الوضع مجموعة المتغيرات والعوامل المؤثرة على مستقبل العمل الصحفي والفن الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt وهي كالاتي:
- **على المستوى الاقتصادي:** وفيه يتوقع أن يتغير المستوى الاقتصادي وسوف تشهد المؤسسات الصحفية تدهوراً اقتصادياً مع استخدام تطبيق Chat Gpt، مع انخفاض نسب التوزيع وانخفاض العائدات المادية للمؤسسات الصحفية، وهذا ما أكدته نسبه قليلة من عينة الدراسة بلغت ١.٥٪ من إجمالي العينة.
- **على المستوى التكنولوجي:** فإن المؤسسات الصحفية لن تتمكن من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt ولن تتمكن من توفير الإصدارات الحديثة منه وتوفير ما يلزم لتشغيله من إمكانيات مادية وبشرية وهذا ما أكدته ٢٥٪ من إجمالي عينة الدراسة.
- **على المستوى الاجتماعي:** وفيه سيستمر الجمهور في استخدام الصحف بشكلها التقليدي ولن يستطيع مواكبه التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt وهذا ما أكدته ١١٪ من عينة الدراسة.
- **على مستوى القوى الفاعلة:** لن تتأثر القوى الفاعلية ولن تدعم استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل

الصحفي ولن توافق على تطبيقه داخل مؤسساتهم، وعدم رضاهم عن استخدام مثل هذه التطبيقات ويرون أن استخدامها دون جدوى، وهو ما أكدته عينة الدراسة بنسبة ٢٠.٥٪.

(ب) المرتكزات العامة للسيناريو التشاربي أو الترددي:

١- لن يستطيع الصحفيون مواكبة التطور واستخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب الكافي لهم.

٢- لن تتمكن المؤسسات الصحفية من تفعيل استخدام تطبيق Chat Gpt ولن تتمكن من توفير الإمكانيات المادية لذلك.

٣- تدهور المستوى الاقتصادي للمؤسسات الصحفية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

٤- عزوف الجمهور عن متابعة المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt.

٥- تدنى المستوى الإبداعي للمحرر الصحفي.

(ج) المسارات المستقبلية للسيناريو التشاربي أو الترددي:

ويقصد بها الوضع المستقبلي الذي يتحدد بناءً على الوضع الابتدائي للسيناريو التشاربي أو الترددي، ويمكن وصفه كالتالي:

- **على مستوى المضمون (المحتوى المقدم):** ستشهد المؤسسات الصحفية تدنى المحتوى المقدم وحدث انتكاسة في المستوى الفني للصحف، ولن تتمكن المؤسسات الصحفية من تقديم محتوى يتناسب مع تطبيق Chat Gpt، وهذا ما أكدته ١٠.٥٪ من عينة الدراسة.

- **على مستوى القائم بالاتصال:** لن يستطيع القائمون بالاتصال من الصحفيين مواكبة استخدام تطبيق Chat Gpt، ولن يتم توفير التدريب لهم، وستراجع قدراتهم الإبداعية وهذا وفقاً كما أكدته ١٠.٥٪ من عينة الدراسة.

- **على مستوى الجمهور:** سيشهد عزوفاً من الجمهور عن متابعة المحتوى المقدم من خلال تطبيق Chat Gpt، وسيستمر الجمهور في متابعة الصحف بشكلها التقليدي. ولن يستطيع مواكب التطورات الناتجة عن استخدام تطبيق Chat Gpt.

أهم النتائج العامة للدراسة:

حاولت الباحثة في هذه الدراسة التعرف على مستقبل استخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي Chat Gpt في العمل الصحفي وتأثيره على الفن الصحفي خلال العقد القادم (٢٠٢٣-٢٠٣٣م)، وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١- كانت أهم استخدامات تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي هي: "يستخدم في كتابة وتحرير الموضوعات الصحفية" وذلك بنسبة ٥٤٪، كما رأى أفراد عينة الدراسة أن جودة الفن الصحفي سوف

تتحسن إلى حد ما" بفضل استخدام تطبيق Chat Gpt.

٢- كانت أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي هي "تحسين كفاءة وسرعة عمليات التحرير والنشر"، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٥٦.٥٪، كما اتضح أن أهم التأثيرات الإيجابية لتطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي، هي "أنه يساعد في تغطية متكاملة وشاملة للأحداث من خلال إمداد الصحفي بمصادر متنوعة"، حيث جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٤٧.٥٪.

٣- أوضح ٤٤.٥٪ من عينة الدراسة أن أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt في الفن الصحفي هي أنه "يقضى على الإبداع في الكتابة الصحفية"، كما أكد ٥٢.٥٪ من عينة الدراسة أن استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي سيؤدي إلى تأثير سلبي على مهارات التحرير لدى الصحفيين "إلى حد ما".

٤- بلغت نسبة الذين يرون أن تطبيق Chat Gpt سيحل محل المحرر الصحفي "إلى حد ما" بلغت ٤٧٪، بينما رأى ٤٤.٥٪ من عينة الدراسة أنه لن يحل محل المحرر الصحفي.

٥- جاءت "قضايا الأمان وحماية البيانات الشخصية" في الترتيب الأول بنسبة ٥٣.٥٪ كأهم التحديات التي تواجه استخدام Chat Gpt في العمل الصحفي.

٦- كانت أهم التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt هو "تحول العديد من الصحف من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني"، يليه: جاء "الاهتمام بتدريب الكوادر الصحفية وتأهيلها لكي تكون قادرة على استخدام الإصدارات المختلفة لتطبيق Chat Gpt.

٧- جاء السيناريو النقائلي في مقدمة السيناريوهات المتوقعة لمستقبل استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي، وكان أهم سمات هذا السيناريو حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt وتوفير الإصدارات الحديثة منه، وحدث تطور اقتصادي في المؤسسات الصحفية وتعزيز لقدراتها المادية في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt، وسيزاد إقبال الجمهور على الصحافة الرقمية وعلى المحتوى المقدم باستخدام تطبيق Chat Gpt، وسوف يشهد المحتوى المقدم من خلال هذا التطبيق تطوراً كبيراً مصحوباً بدعم من المؤسسات الصحفية لتدريب الصحفيين وتوفير الإمكانيات المادية لذلك.

٨- كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المهنيين والأكاديميين في التأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt لصالح المهنيين.

٩- كما أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي، وتحسين جودة الفن الصحفي بفعل استخدام تطبيق Chat Gpt، أي أنه كلما زاد استخدام المؤسسات الصحفية للذكاء الاصطناعي زاد تحسن جودة الفن الصحفي بفضل استخدام هذا التطبيق.

١٠- كما اتضح وجود علاقة طردية متوسطة بين حرص المؤسسات الصحفية على تفعيل تطبيق Chat Gpt بها وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتأثيرات المتوقعة حدوثها في العمل الصحفي في ظل استخدام تطبيق Chat Gpt.

١١- كما اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المهنيين والأكاديميين في أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام تطبيق Chat Gpt على جودة المحتوى الصحفي، كما اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المهنيين والأكاديميين في أهم سلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt على الصحفي.

١٢- كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المهنيين والأكاديميين في أهم فوائد ومزايا استخدام تطبيق Chat Gpt على الصحفي.

توصيات الدراسة ومقترحات الدراسات المستقبلية:

- ١- التأكيد على أهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل العمل الصحفي.
- ٢- أن يتم دراسة المضمون المقدم باستخدام برنامج Chat Gpt للتأكد من مدى صلاحيته وقدرته على محاكاة العنصر البشري.
- ٣- توظيف برنامج Chat Gpt بما يخدم العمل الصحفي بإشراف العنصر البشري.
- ٤- الحرص على تدريب الصحفيين بصفه مستمرة على مثل هذه البرامج لكي يكون لديهم القدرة على الاستفادة منها على أكمل وجه.
- ٥- توفير الإمكانيات المادية بالمؤسسات الصحفية من برامج حديثة بكافة إصداراتها لمواكبة التطور السريع المتلاحق في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.
- ٦- دراسة اتجاهات العاملين في مجال الصحافة وخاصة الصحفيين نحو استخدام مثل هذه التطبيقات في العمل الصحفي.
- ٧- دراسة البرامج والتطبيقات الأخرى التي تم إصدارها حديثاً ومقارنتها ببرنامج Chat Gpt واستخدامات كل منهما في العمل الصحفي.

المراجع:**أولاً: المراجع العربية:**

١. أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور، (يوليو ٢٠٢١م). "مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من ٢٠٢١ حتى ٢٠٣٠م) - دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (٥٨)، الجزء الثالث، جامعة الأزهر، كلية الإعلام.
٢. إدوارد كورنيش، (٢٠٠٧م). "الاستشراف- مناهج استكشاف المستقبل" ترجمة حسن الشريف، ط١، بيروت، الدار العربية للعلوم.
٣. أسماء بشري مرعي محمد، (٢٠١٩م). "مستقبل العلاقات العامة الإلكترونية في المؤسسات الحكومية وانعكاساتها على الأداء المهني والاتصالي خلال العقد (٢٠١٦-٢٠٢٦م)"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام.
٤. أيمن محمد إبراهيم بريك، (يناير ٢٠٢٢م). "تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية - دراسة استشرافية خلال العقد القادمين ٢٠٢٢: ٢٠٤٢م"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٧٨)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٥. بركات عبد العزيز، (٢٠١١م). "مناهج البحث العلمي الأصول النظرية ومهارات التطبيق"، القاهرة دار الكتب الحديثة.
٦. جورج وجيه عزيز، (٢٠١٤م). "علم دراسة المستقبل واستبصار مفهوم التصميم المستقبلي"، مجلة التصميم الدولية، العدد (٣)، الإصدار الرابع، القاهرة.
٧. سعود الغربي، (٢٠٢١م). "مستقبل مهنة الصحافة الخليجية في بيئة الإعلام الرقمي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، المملكة العربية السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال.
٨. شرين محمد أحمد عمر، (٢٠٢٣م). "تقبل الشباب المصري لتقنية Chat Gpt كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي- دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (٦٦)، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
٩. شبريهان محمود أبو الحسن حسين، (٢٠١٢م). "مستقبل حرية الصحافة في مصر- دراسة استشرافية للعوامل المؤثرة حتى عام ٢٠٢٦م"، رسالة ماجستير، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب بقنا.
١٠. ضياء الدين زاهر، (٢٠٠٤م). "مقدمة من الدراسات المستقبلية- مفاهيم - أساليب - تقنيات"، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، المركز العربي للتعليم والتنمية.
١١. عبد الله إبراهيم طاهر (٢٠٢٠م). "اتجاهات الإعلاميين في دول مجلس التعاون نحو مستقبل العمل الصحفي"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد (٣)، المجلد السابع، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم.
١٢. غسان إبراهيم أحمد حرب، (يوليو ٢٠٢١م). "مستقبل حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين: دراسة استشرافية حتى عام ٢٠٢١م"، مجلة بحوث الإعلام، العدد (٥٨)، الجزء الثاني، جامعة الأزهر، كلية الإعلام.
١٣. فؤاد بلمون، (٢٠١٣م). "الدراسات المستقبلية واستشراف المستقبل"، المغرب: مؤسسة دراسات وأبحاث، قسم الفلسفة والعلوم الإنسانية.
١٤. هند يحيى عبد المهدي عبد المعطى، (٢٠٢٠م). "استخدام تكنولوجيا الواقع المعزز (AR) والواقع المختلط (MR) بالصحافة الإلكترونية عبر المستحدثات التقنية- دراسة استشرافية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد (١٩)، العدد (٢)، إبريل ٢٠٢٠، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
١٥. هند يحيى عبد المهدي عبد المعطى، (٢٠٢١م). "نور الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة أثناء الأزمات والكوارث - دراسة استشرافية"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد (٥٦)، الجزء الرابع، جامعة الأزهر، كلية الإعلام.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Adam Zareba and Ender Demir, (January 2023). " Chat GPT: Unlocking the Future of NLP in Finance, Available At: <https://www.researchgate.net/publication/367129318>
2. Aljanabi, M. el., (2023). "Chat GPT: Open Possibilities, Iraqi Journal for Computer Science and Mathematics, Vol. 4, No.1, PP. 62-64. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/367964719>
3. Auman, C., (2016). " An Appraisal Analysis of British, French, and BelgiUn National Press Future and Development and the Role of Journalists, Master Thesis, University of Gent, Belgium.

4. Brady D. Lund, Ting Wang, (2023). "Chatting, about Chat GPT: How may AI and GPT Impact A Cademia and libraries?", Library Hi Tech News, Available at: <https://www.researchgate.net/publication/367161545>
5. Cole E., Jeremy C. (June 2023). "The Artificially Intelligent Entrepreneur: Chat GPT, Prompt Engineering, and Entrepreneurial Rhetoric Creation", Journal of Business Venturing Insights, Vol.12.
6. Darko Kovacevic, (March 2023). "Use of Chat GPT in ESP Teaching Process", 22nd International Symposium Conference, East Sarajevo.pp. 1-15.
7. Dinesh Kalla and Nathan Smith, (March 2023). "Study and Analysis of Chat GPT and its Impact on Different Fields of Study", International Journal of Innovative Science and Research Technology, Vol. 8, Issue 3. p. 7
8. Dinesh Kalla and Nothan Smith, (2023). "Study and Analysis of Chat GPT and its Impact on Different Fields of Study", International Journal of Innovative Science and Research Technology, Vol.8, Issue 3, PP 2456-2165.
9. Fawaz Gasem (April 2023). "Chat GPT in Scientific and Academic Research: Future Fears and Reassurances, Library Hi Tech News, available At: https://www.emerald.Com/insight/content/doi/10.1108/LHTN-03-2023-0043_full/html.
10. Flores C., (2019). "Media and Democracy: The Past, Present and the Future of Press, Freedom in Chile", Master Thesis, Hacettepe University Graduate School of Social Sciences, Ankara.
11. Furkan Ufuk, (2023). "The Role and limitiations of Large Language Models Such as Chat GPT in Clinical Settings and Medical Journalism", Available At: <https://www.researchgate.net/publication/369081342>.
12. Harry Barton Essel, (2023). "7 Things You Should Know About Chat GPT", Available At: <https://www.researchgate.net/Publication/367377300>
13. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2022>.
14. <https://www.tathwir.com/2023/03/Chat-GPT.html>.
15. Isaac, S., and Michael, W. B.,(1997). "Handbook in Research and Eevaluation: A Collection of Principles, Methods, and Strategies Useful in the Planning, Design, and Evaluation of Studies in Education and Behavioral Scienes", (3rd Ed.) San Diego: Educational and Industrial Testing Services.
16. John V. Pavlik, (January 2023). "Collaborating with Chat GPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence For Journalism and Media Education, "Journalism and Mass Communication Educator, Vol. (78), No. (1).
17. Johnson D., Goodman R., Patrinely J., Stone C., Zimmerman E., Donald R., Chang S., Berkowitz S., Berkowitz S., Finn A., Jahangir E., Scoville E., Reese T., Friedman D., Bastarache J., Van der Heijden X., Wright J., Carter N., Alexander M., Choe J., Chastain C., Zic J., Horst S., Turker I., Agarwal R., Osmundson E., Idress K., Kiernan C., Padmanabhan C., Bailey C., Schlegel C., Chambless L., Gibson M., Osterman T., wheless L, (February 2023). "Assessing the Accuracy and Reliability of AI Generated Medical Responses: An Evaluation of Chat-GPT Model", Available at: <https://0810ffj8f-1104-y-https-www.clinicalkey-Com.mplbci.ekb.eg/#!/Content/2-92.030909565>.
18. Konstantin Dorn, Thurman, Neil and Jessice Kunert, (2017). "When Reporters Get Hands-on with Robo-writing: Professionals Consider Automated Journalism's Capabilities and Consequences. Digital Journalism, Vol. 5, No.10, pp 1240-1259.
19. Levent Uzum, (2013). "Chat GPT and Academic Integrity Concerns: Detecting Artificial Intelligence Generated Content", Language Education & Technology (LET Journal), Vol.3, Issue 1, pp.45-54, Aviable At: <https://www.researchgate.net/Publication/370299956>.

20. Michael Ndongye & Vicky Khasandi- Telewa,(2013) "The Future of Print Journalism: Internet Technology and the 21st Century Newspaper in Kenya", International Journal of Research in Social Sciences, Vol. 3, No. 3, PP. 96- 105.
21. Miroshnichenko,(2020)."AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists?.(The answer is yes)", Information (Switzerland), Vol. (9),Nol. (7) , doi:10.3390/ info 9070183.
22. Muhammad Irfan, (March 2023). "Enhancing Critical Thinking and Journalism Skills through Artificial Intelligence Literacy: A case Study of Journalism Students in Tajik", available At :<https://www.researchgate.net/publication/369539188-Title-Enhancing-Critical-Thinking-and-Journalism-Skills-through-Artificial-Intelligence-Literacy-A-Case-Study-of-Journalism-Students-in-Tajik>.
23. Nic Newman, (2022). "Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2022", Digital News Project. The Reuters Institute for the Study of Journalism with the Support of Google News Initiative, pp. 1-48 Available Online at:
24. Rayner, Manny, (2023). "Chat GPT Acts as Though it Has Strong Ethical Intuitions, Even Though it Says it Hasn't Any", Available At: <https://www.researchgate.net/publication/367339425>.
25. Som Biswas, (March 2023). "Role of chat GPT in Journalism: According to Chat GPT, Available at:[https://www.researchgate.net/publication/369619221.Role-of-chat GPT in-Journalism_ According- to-chat Gpt or](https://www.researchgate.net/publication/369619221.Role-of-chat-GPT-in-Journalism-According-to-chat-Gpt-or) <http://dx-doi.org/10.2139/ssrn.4405396>
26. Tianyu Wu et al., (May 2023). "A Brief Overview of Chat GPT: The History, Status Quo and Potential Future Development", in IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica, Vol. 10, No. 5, pp. 1122-1136, doi: 10.1109/ JAS.2023. 123618.
27. Urfa Khairatun Hisan, Muhammad Miftahul, (2023). "Chat GPT and Medical Education: A Double-Edged Sword", Available at: <https://www.researchgate.net/publication/367519728>
28. Vartanova, Elena L., Vyrkovsky, Andrei V., Makeenko, Mikhail L. and Smirnov, Sergey S., (2016) ,"The Russian Media Industry In Ten Years: Industrial Forecasts", Communication and Culture, Vol. 1, No. 1, p:p 65-84.
29. Veliber Božić, (April 2023). "Chat GPT and Education", Available At: <https://www.researchgate.net/ Publication /369926506>.
30. Yudong Cai, Qiyue Deng, Ting Lv, Wan Zhang, Yi Zhou, (April 2023). "Impact of GPT on Academic Ecosystem (Preprint). Available at: [https://www.researchgate.net/publication/370210108-Impact-of-GPT-on academic- Ecosystem-Preprint](https://www.researchgate.net/publication/370210108-Impact-of-GPT-on-academic-Ecosystem-Preprint).

The Future of Using the Artificial Intelligence Application Chat GPT in Journalistic Work and its Impact on Journalistic Art : A Prospective Study During the Coming Decade 2023-2033

Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf

enasmansour33@gmail.com

*Assistant Professor of Educational Media,
Educational Media Department,
Faculty of Specific Education,
Kafer El Sheikh University*

Abstract

The study aimed to observe the future of using the artificial intelligence application Chat GPT in journalistic work and its impact on journalistic art during the coming decade 2023-2033. The study was applied to 200 individuals from experts and professionals in Egypt using a questionnaire form. The study used a future forecasting methodology or future prediction and a survey approach. The study reached a number of results, most notably:

The optimistic scenario came at the forefront of the expected scenarios for the future of using the Chat GPT application in journalistic work. The most prominent features of this scenario were the keenness of journalistic institutions to activate the Chat GPT application and provide the latest versions of it, economic development in journalistic institutions and enhancing their material capabilities with the use of the Chat GPT application and increased public turnout for digital journalism and content provided using the Chat GPT application. The content provided through this application will witness major development accompanied by support from journalistic institutions to train journalists and provide material capabilities for that.

The results of the study clarified that the most important benefits and advantages of using the Chat GPT application in the journalistic art process are "improving the efficiency and speed of editing and publishing" processes, ranking first with 56.5%. It was also evident that the most important positive impacts of the Chat GPT application on the quality of journalistic content are that "it helps in comprehensive and inclusive coverage of events by providing the journalist with diverse sources", ranking first with 47.5%. 44.5% of the study sample indicated that the most important negatives of using the Chat GPT application on journalistic art is that "it eliminates creativity in journalistic writing". The most important impacts expected to occur in journalistic work with the use of the Chat GPT application are the "transformation of many newspapers from paper form to electronic form", followed by "focusing on training journalistic cadres and qualifying them to be able to use the various versions of the Chat GPT application".

Keywords: Artificial Intelligence, Chat GPT Application, Journalistic Work, Journalistic Art.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeh El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Advisory Board **

JPRRME

Prof. Dr. Aly Agwa, (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer, (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty, (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad, (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned, (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef, (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya, (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar, (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban, (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi, (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef, (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat, (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour, (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

**English Researches:**

- **Dr. Abdulsamad Hadi M. Sahly** - *Jazan University*
Identity in the Light of Modernity: Toward a New Model for Analyzing Media Framing of National Identity 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Alaa B. Alshaikh** - *King Abdulaziz University*
The Role of the Platforms of Saudi Institutions in Supporting Saudi National Identity 36
- **Associate Prof. Dr. Mutlaq Saud Almutiri** - *King Saud University*
Using Social Media Networks in Diplomatic Missions to Communicate with Saudi Citizens Abroad: An Applied Study on the Saudi Embassy in Cairo 37
- **Associate Prof. Dr. Noha Al-Sayed Ahmed Naser** - *King Abdulaziz University*
King Abdulaziz University Public Relations Students' Receptiveness of Artificial Intelligence Applications and their Impact on their Future Careers: A Study within the Framework of the Technology Acceptance Model 38
- **Dr. Noha Anwar Soliman** - *Menofia University*
Reflections of Organizational Communications on Commitment to Organizational Change in Egyptian Educational Institutions: A Study within the Context of Changing the Pre-university Education System in Egypt 40
- **Dr. Hatim Ali Hyder Al-Salhi** - *Sanaa University*
Dr. Omar Ahmed Daeer AlBukhaiti - *Sanaa University*
Modeling the Impact of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction and loyalty: A Case of Yemen Mobile Telecom 42
- **Dr. Ibnaouf Hassan Ahmed** - *Liwa College - Abu Dhabi*
Utilizing Social Media and its Impact on the Ethical Values of University Students: A Field Study on a Sample of Students from Al-Khwarizmi International College in the United Arab Emirates 43
- **Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf** - *Kafer El Sheikh University*
The Future of Using the Artificial Intelligence Application Chat GPT in Journalistic Work and its Impact on Journalistic Art: A Prospective Study During the Coming Decade 2023-2033 44
- **Dr. Aram Ibrahim Abuabat** - *Imam Muhammad Bin Saud Islamic University*
Attitudes of Public Relations Practitioners towards Employing Artificial Intelligence Applications in the Saudi Telecom Company 45