

اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنية "chat – gpt" بالصحف والمواقع الإلكترونية: (دراسة تحليلية وميدانية)

د. أسماء عبد الراضى السمان*

ملخص الدراسة:

توالت تطبيقات الذكاء الاصطناعي فى الآونة الأخيرة، وأصبحت كل يوم فى تطور وتحديث مستمر، وإحدى هذه التطبيقات ما يعرف بتقنية ال chat-gpt وهو برنامج للردشة الذكية يعتمد على تقنية محاكاة العقل البشرى فى طريقة التفكير وتحليل البيانات، لذلك تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين بالمؤسسات الصحفية التى تستخدم هذه التقنية (القاهرة 24، الدستور الأردنى)، واعتمدت الدراسة على " نموذج قبول التكنولوجيا"، وقد استخدمت الدراسة " أداة تحليل المضمون" للموضوعات التى اعتمدت على تقنية ال chat-gpt باستخدام أسلوب المسح الشامل فى الفترة من مارس 2024 حتى مايو 2024، وقد بلغ حجم العينة التحليلية (230) من الموضوعات المنشورة بهذه التقنية، بالإضافة إلى " أداة الإستبيان" لرصد اتجاهات استخدام الصحفيين لتقنية ال chat-gpt فى الصحف والمواقع الإلكترونية الصحفية (الأهرام، أخبار اليوم، الشروق، القاهرة 24) كعينة عمدية متاحة من ذوى الخبرة فى مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي من محررين، ومصورين، وصحفيين خلال فترة الدراسة، وقد بلغ حجم العينة الميدانية (86) مفردة ممن لديهم خبرة مسبقة فى التعامل مع تقنية ال chat-gpt .

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أبرزها:

- 1- حجم الموضوعات المنشورة بواسطة العنصر البشرى أكبر من حجم الموضوعات المنشورة بواسطة ال chat-gpt. كما كشفت الدراسة أن الخبر والتقارير الصحفية أكثر الأشكال الصحفية استخداماً بالمؤسسات الصحفية، وأن الموضوعات الإقتصادية، والخدمية فى مقدمة الموضوعات المنشورة بواسطة تقنية ال chat-gpt
 - 2- توصلت الدراسة إلى وجود تأثيرات إيجابية لإستخدام تقنية ال chat-gpt فى مقدمتها إمكانية هذه التقنية القيام بالتعليقات الذكية، وإنشاء المحتويات الترويجية والتسويقية المناسبة، أيضاً هناك تأثيرات سلبية لهذه التقنية من أبرزها تخوف الصحفيين من استخدامها فى الأعمال المنافية للأخلاق، لذلك أوصت الدراسة بضرورة تدريب وتطوير الكوادر الصحفية بالمؤسسات الإعلامية عامة والصحفية خاصة لإتقان هذه التقنيات.
- الكلمات المفتاحية:** الإتجاهات- تقنية الشات جى بي تى- الصحف والمواقع الإلكترونية.

* المدرس بقسم الصحافة بكلية الآداب- جامعة سوهاج

Journalists' attitudes toward the use of chat-gpt technology in newspapers and websites (an analytical and field study)

Dr.Asmaa Abdelrady El Samman Mohammed*

Abstract:

Artificial intelligence applications have emerged in recent times, and are constantly evolving and updating. One of these applications is what is known as chat-gpt technology, which is a smart chat program that relies on technology to simulate the human mind in the way of thinking and data analysis. Therefore, the study aims to identify the trends of the communicator in the journalistic institutions that use this technology (Cairo 24, Al-Dustour Al-Urdun), and the study relied on the "technology acceptance model", and the study used the "content analysis tool" for the topics that relied on the chat-gpt technology using the comprehensive survey method in the period from March 2024 until May 2024, and the size of the analytical sample amounted to (230) of the topics published with this technology. In addition to the "questionnaire tool" to monitor the trends of the communicator's use of chat-gpt technology in journalistic institutions (Al-Ahram, Akhbar Al-Youm, Al-Shorouk, Cairo 24) as an intentional sample available from those with experience in the field of artificial intelligence technologies from editors, photographers.

The study reached several conclusions, the most notable of which are:

1. The volume of articles published by humans is larger than the volume of articles published by chat-gpt. The study also revealed that news and press reports are the most widely used journalistic forms in press organizations, and that economic topics top the list of articles published using chat-gpt technology.

Journalists during the study period, the size of the field sample reached (86) individuals who have prior experience in dealing with chat-gpt technology.

- 2-The study found positive impacts of using Chat-GPT technology, most notably its ability to generate intelligent comments and create appropriate promotional and marketing content. It also found negative impacts, most notably the communicator's fear of its use in unethical activities. Therefore, the study recommended the need to train and develop journalistic cadres in media institutions in general, and newspapers in particular, to master these technologies.

Keywords: Trends, Communicator, ChatGPT, Online Journalism.

* Lecturer of Digital journalism- Department of Media - Faculty of Arts - Sohag University

مقدمة:

ظهر جلياً في الآونة الأخيرة العديد من التطبيقات الحديثة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، والتي أحدثت طفرة نوعية عابرة كل الحدود ومتجاوزة كل القيود، وقد لاحظت في الأفق تطبيقات حيوية ذات طبيعة تفاعلية غير مألوفة ومن هذه التطبيقات ال chat gpt والذي يعد من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بما يمتاز به من مخزون استراتيجي ورصيد كبير من المعارف يمكنه من الإجابة على الأسئلة المتوقعة في مختلف المجالات والتي تبدو كأنها تأتي من إنسان حقيقي، مما جعله قادراً على إنجاز المهام المطوبة منه سريعاً على أكمل وجه، علاوة على أن ال chat gpt يمثل أداة قوية ذات فاعلية وتأثير كبير خاصة في عالم الصحافة والإعلام، لأنه يمتلك القدرة على أتمتة عملية كتابة الأخبار وإنشاء المحتوى الصحفي دون تدخل بشري، بالإضافة إلى قدرته على ضبط العناوين الرئيسية والتسميات التوضيحية مما يسمح بإنتاج نصوص دقيقة وملزمة للغاية لحالات الاستخدام المحددة، مما يبشر بمستقبل مثير وواعد للصحافة والإعلام طالماً يتم الحفاظ على دور العنصر البشري داخل المؤسسات الإعلامية، وبالرغم من ذلك فقد تباينت الرؤى نحوه من حيث الفرص والمخاطر والتحديات المتعددة المرتبطة باستخدامه، لذلك تتناول الدراسة الحالية اتجاهات الإعلاميين (الصحفيين، والمصورين، والمحررين) نحو أوجه استخدام تطبيق الشات جى تى بى فى الصحف والمواقع الإلكترونية، والوقوف على الفرص التي هيئها التطبيق للمستخدمين والآثار السلبية والإيجابية الناتجة عنه.

الدراسات السابقة :

تناولت دراسة (يحي عبدالمهدي، هند، 2024)⁽¹⁾: دراسة أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات Chat-Gpt في صناعة المحتوى الصحفي، وعلاقة ذلك بمدرجات الصحفيين نحو أخلاقيات الممارسة المهنية، ورصد الأخطاء والتجاوزات الأخلاقية التي من الممكن أن يقع فيها الصحفيون عند استخدامهم تطبيقات أو منصات Chat-Gpt لصناعة المحتوى الصحفي، وإستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها علي نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستعانت الدراسة بمنهج المسحي الإعلامي، ومنهج الدراسات النظرية، والنموذج التحليلي لتحليل البيانات، واعتمدت الدراسة علي أداة الاستبيان لعينة عمدية من الصحف (القومية والحزبية والخاصة) لعينة قوامها (123) مفردة ومن أهم نتائجها: أن أكثر المنصات المجانية التي اعتمد عليها الصحفيون بدرجة كبيرة في العمل الصحفي هي منصة Google Bard، يليها منصة mi Crosoft Bing، ثم منصة Chat Gpt-3 وزيادة وعي الصحفيين بمصادقية ودقة Chat Gpt-3 كمصدر للمعلومات، ووجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة احصائية بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ال Chat-Gpt ودرجة إدراكهم لتأثيرها على أخلاقيات الممارسة المهنية.

وسعت دراسة (خضر، وفاء السيد، 2024)⁽²⁾ إلي التعرف علي مدى فاعلية استخدام التقنيات الحديثة "الذكاء الاصطناعي، الميتافرس، Chat-Gpt" في مجالي التعليم وصناعة الصحافة في مصر من وجهة نظر عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بأقسام الإعلام بالجامعات المصرية، بواقع (457) مفردة، وهي دراسة وصفية استكشافية استخدمت منهج

المسح، وأسلوب المقارنة المنهجية، وفي ضوء ذلك اعتمدت الدراسة علي مدخل انتشار الأفكار المستحدثة، والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا كمدخل نظرية للدراسة، وتوصلت الدراسة إلي ارتفاع درجة معرفة المبحوثون بالتقنية الحديثة، وتمثلت أهم مصادر معرفتهم بالتقنية الحديثة في وسائل الإعلام، وجاء مستوى إدراكهم لأهمية استخدام التقنية الحديثة في مجالي التعليم والصحافة مرتفعاً بنسبة 35.9%، وجاءت درجة استعداد مؤسسات التعليم والمؤسسات الصحفية لاستخدام التقنيات الحديثة متوسطة، بالإضافة إلي ارتفاع نسبة استخدام عينة الدراسة لتلك التقنيات بالمؤسسات التعليمية والإعلامية.

وسعت دراسة (Hussain, Khalid وآخرون، 2024)⁽³⁾: استكشاف تفاعل الجمهور مع المحتوى المرتبط بـ Chat- Gpt علي الـ youtube، وتم استخراج 100 مقطع فيديو علي الـ you tube حصدت إجمالي 65 مليون مشاهدة برمجة التطبيقات (APIS)، وتم تحليل البيانات الخطية المقارنة، وتوظيف الإستخدامات والإشباع في الإطار النظري. وأشارت الدراسة إلي أن المحتوى المبتكر مثل مقاطع الفيديو ذات الصلة بالـ Chat- Gpt يحظى بالمزيد من التفاعل مقارنة بأنواع المحتوى الأخرى من نفس قنوات الـ you tube، وأن المحتوى الذي يركز علي الـ Chat- Gpt أظهر حساسية أقل لأعداد المشتركين بالقناة، مع وجود قنوات حققت عدد أقل من المشتركين وأرقام مشاهدة أعلى، علاوة علي ذلك أدى المحتوى المرتبط بالـ Chat- Gtp إلي حدوث طفرة في المشتركين الجدد في القناة مقارنة بأنواع المحتوى الأخرى.

تهدف الدراسة عمر محمد، شرين (2023)⁽⁴⁾ : الإستكشافية إلي الكشف عن مدي قبول الشباب لتقنية Chat- Gpt، واعتمدت الدراسة علي نموذج تقبل التكنولوجيا ونظرية انتشار الأفكار المستحدثة كمدخل نظري لها، وقد استخدمت أدواتي الإستبيان الإلكتروني ومجموعة بور النفاش (ثمانية أفراد)، واعتمدت في تطبيق الإستبانة علي عينة عمدية قوامها (121) ممن لديهم معرفة مسبقة عن هذه التقنية، وتوصلت الدراسة إلي أن طبيعة المعلومات التي يفضلها المستخدمون عند استخدام برنامج Chat- Gpt جاءت كالتالي السماح لإختيار المستخدمين ما بين المعلومات التفصيلية والمختصرة في المرتبة الأولى، كما توجد علاقة بين معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة لبرنامج الـ Chat- Gpt والاتجاه نحو هذا البرنامج، ولاتوجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً لنوع هواتفهم المحمول وكل من معدل استخدام الـ Chat- Gpt وفئات تقبل التكنولوجيا (المزايا النسبية والملائمة، والتعقيد، والقابلية للتجريب والقابلية للملاحظة) والاتجاه نحو برنامج الـ Chat- Gpt.

كما هدفت دراسة (الدناني، عبدالملك، وآخرون؛ 2023)⁽⁵⁾ إلي التعرف علي آراء أساتذة الإتصال والإعلام في الجامعات العربية والمهنيين والممارسين لمهنة الإعلام ووسائل الإعلام العربية علي أوجه استخدامات تطبيق "Chat- Gpt" في المجال الإعلامي والتحديات التي تواجه ذلك الإستخدام علي الصعيد المستقبلي، وتم استخدام المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملاءمته لطبيعة الدراسة، ولجمع البيانات ثم استخدام الإستبانة الإلكترونية، وبلغت عينة الدراسة 247 مبحوثاً من أكاديميين ومهنيين، وتوصلت الدراسة إلي أنه علي الرغم من الحدائث النسبية لتطبيق Chat- Gpt إلي أن هناك معرفة به من قبل المبحوثين بنسبة 7.2%، أما مصادر تلك المعرفة فقد شملت الإطلاع العام والحصول علي دورات تدريبية بالجهد

الذاتي، فضلاً عن المصادر الأخرى مثل الدورات التدريبية للمنظمات التي يعملون بها. ومن خلال وسائل الإعلام، والتواصل الشخصي مع زملاء المهن وغيرها من المصادر، كما تشير النتائج الميدانية إلى موافقة معظم المبحوثين على إمكانية استخدام تطبيق Chat- Gpt في إنتاج التحقيقات، دعم الأخبار بالخلفيات المناسبة، كتابة المقالات بمختلف أنواعها، أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، ويوافق معظم المبحوثين على أن التطبيق يتيح إمكانية تعزيز جودة المنتج الإعلامي، ومعالجة وتصنيف البيانات سريعة التطور، ومن أهم التحديات التي تواجه هذا التطبيق تتمثل في عدم الدقة أحياناً، والتأثير السلبي على أجور العاملين بوسائل الإعلام مستقبلاً، والإفتقار إلى الشفافية، فضلاً عن عدم توافر الأطر القانونية الحاكمة لإستخدام التطبيق بوسائل الإعلام.

وأوضحت دراسة (V.pavlik, john, 2023)⁽⁶⁾ : قدرة وقيود gpt والعروض والتأملات حول آثار الذكاء الاصطناعي التوليدي على الصحافة والتعليم الإعلامي، وتسعي هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل: هل يمكن أن يكون الـ Chat- Gpt ذا صلة بكتابة البرامج النصية للأفلام أو البرامج التلفزيونية، وأكدت الدراسة على أنه من الممكن استخدام الـ Chat- Gpt كأداة لكتابة نصوص الأفلام أو البرامج التلفزيونية، ولكن من المحتمل أن يتطلب الأمر الكثير من العمل الإضافي والتحرير لتحويل الإخراج إلى نص مصقول ومتناسك، وأن الـ Chat- Gpt هو نموذج اللغة الذي تم تدريبه على إنشاء نص بناء على المدخلات التي يتلقاها، كما تشير الدراسة إلى إمكانية قيام الذكاء الاصطناعي بإنشاء محتوى ذي صلة بالصحافة، ومجال الوسائط وأوضح من المحتمل أن يكون تعبيراً مكتوباً عالي الجودة.

وركزت دراسة (Kim, kyung Dong, 2023)⁽⁷⁾ : الفساد والمخاطر الأخلاقية الناشئة عن استخدام الذكاء الاصطناعي (Ai) والـ gpt، وعرضت الآثار المترتبة على ذلك وهي الاستخدام اليومي للذكاء الاصطناعي والـ Chat- Gpt والإفتقار إلى الوعي والتفكر، وغياب المعايير الأخلاقية، والقوانين الإجتماعية المناسبة والتركيز على المنفعة الإقتصادية والتكنولوجية، ومن أهم المشاكل في عملية معالجة المعلومات في الذكاء الاصطناعي والـ Chat- Gpt الإفتقار إلى الشفافية والإستقلالية، والحكم على القيمة والتحيز وإمكانية التعدي على حقوق النشر .

وحاولت دراسة (Drew, Robb, 2023)⁽⁸⁾ : المقارنة بين الـ Chat- Gpt، Google Bard وتوصلت الدراسة إلى أن Google جيد لمعالجة النصوص والتلخيص بينما الـ Chat- Gpt يعمل بشكل أفضل في روبوتات المحادثة وترجمة اللغة والإجابة على الأسئلة، كما أنه يوفر فهماً أعمق للغة وكيفية استخدامها في سياقات مختلفة، مما أدى إلى عدم لحاق Google بركب التطور.

كما اهتمت دراسة (J. Rudolph, et, al, 2023)⁽⁹⁾ بدراسة الـ Chat- Gpt وانتشاره السريع، وجذب انتباه المعلمين في جميع أنحاء العالم، فبعض المعلمين متحمسون له لقدرته على دعم العملية التعليمية، والبعض الآخر يشعر بالقلق بشأن كيفية التحايل على فرص التعليم أو المساهمة في المعلومات الخاطئة، وقد قامت الدراسة بتحليل بيانات تويتر، واستناداً

إلى نمذجة المواضيع وتحليل المشاعر، علاوة على تقديم نظرة عامة على التصورات وردود الفعل العالمية على الـ Chat- Gpt فيما يتعلق بالتعليم، وأثار الـ Chat- Gpt استجابة هائلة على تويتر، حيث كان التعليم هو موضوع المحتوى الأكثر تعزيزاً، وتراوحت المواضيع الأخرى المحددة كالغش إلى مواضيع عامة مثل الفرص، كما قدمت الدراسة نظرة ثاقبة حول ردود فعل الجمهور حول تأثير هذه التكنولوجيا على التواصل العلمي والسياسي في الظروف المتغيرة والسريعة.

وسعت دراسة (2023 Jamal Kaid, Mohammed, et.al)⁽¹⁰⁾ للتعرف على الدوافع من وراء استخدام الـ Chat- Gpt في تعليم اللغة الأجنبية، وما لها من تأثيرات عديدة سواء عوامل داخلية أو خارجية، كما سعت الدراسة للتعرف على كيفية تأثير الـ Chat- Gpt على تعلم اللغة الإنجليزية للطلاب والمعلمين، حيث تم استخدام استبيان إلكتروني عبر الإنترنت كأداة للدراسة وجمع البيانات من عينة الدراسة التي بلغ قوامها (80) معلماً وطالباً ممن كان لديهم إمكانية الوصول إلى الـ Chat-Gpt في مرحلة الأوله أوائل 2023، وقد تبيننت استجابات عينة الدراسة التي تم اختيارها عمدياً فقد كان لدى المستجيبين مواقف محايدة تجاه تأثير الـ Chat- Gpt على تطوير مهارات الإستماع والتحدث، كما تشير الدراسة إلى أن التدريس المستند إلى الـ Chat-Gpt هو تحفيزي بالدرجة الأولى، كما يحفز المتعلمين بشكل عام على تطوير مهارات القراءة والكتابة علاوة على استخدام الـ Chat- Gpt كأداة تعليمية بدلاً من الخوف من آثاره السلبية، كما أظهرت الدراسة الحاجة إلى استكشاف المزيد من مزايا الـ Chat- Gpt للجوانب الأخرى الخاصة باللغة وإلقاء الضوء على آثارها السلبية لمساعدة المعلمين على تقليلها في برامج اللغة الانجليزية.

وأشارت الورقة البحثية Shidia, Mahammed (2023)⁽¹¹⁾: إلى أن الذكاء هو نظام له نفس الذكاء البشري، ويتميز بالقدرة على التعلم والتكيف، وحل المشكلات وإتخاذ القرارات وفهم اللغة البشرية فنظام الـ Chat-Gpt هو روبورت يعتمد على الذكاء الاصطناعي مع القدرة على إنتاج نص بمختلف الأشكال سواء كان رسمياً أو غير رسمي، وعلى الرغم من ذلك تواجه بعض التحديات كالكتابة الإبداعية مثل كتابة القصائد والقصص القصيرة، واعتمدت هذه الدراسة الكيفية على نظرية الكتابة الإبداعية، وتوصلت الدراسة إلى أنه من الضروري وضع استراتيجيات للمعلمين لإستخدام ما هو أكثر من مجرد التعلم القائم على الإنترنت والذي قد يسئ الطلاب لإستخدامه، وإدراك التأثيرات السلبية على مهارات الكتابة الإبداعية.

كما هدفت دراسة (Momen, Ali& et.al,2023)⁽¹²⁾: إلى فحص الكفاءة الأخلاقية والجدارة بالثقة لعمل آله تدعم الخوارزمية دلفى مع تغير الطابع الإنساني لتمثيل الواجهة. وقد تم عرض ردود الإنسان الآلي لتقييم المشاركين للكفاءة الأخلاقية، وقيموها على أنها عالية للغاية. ووجدوا أنهم يفتقرون إليها لأنها لا تستطيع تقديم مبررات لأحكام الأخلاق وكانت عينة الدراسة 28 مشاركاً من الإناث يتراوح: أعمارهم ما بين 20 و 28 عاما مشاركين في التجربة، وتوصلت الدراسة إلى أن عامل الذكاء الاصطناعي يمكن إدارته على أنه مؤهل أخلاقياً أن ينظر إليه على أنه جدير بالثقة، والشبيه الإنساني للروبوت لا يؤثر على التفاعل مع عامل الذكاء الاصطناعي. والمبحوثون لديهم نفور من الآلات التي تقدم قرارات

أخلاقية ولا يمكنها التفكير، كما أن المبحوثين لديهم ثقة في الروبوت رغم أنه لا يوجد نية للإعتماد عليه.

كما أشارت دراسة (Kohi, srvaraj singh 2023) ⁽¹³⁾ : أنه يتم استخدام روبوتات للمحادثة بشكل متزايد في مجموعة متنوعة من مواقع الويب والأجهزة المحمولة وبرامج المرسلة، وتعتبر هذه الروبوتات نظاماً إلكترونياً لتوليد المحاكاة لمحادثة الإنسان، ويتم استخدامها بشكل أساسي كحلوس مساعدة فيمكن للعميل كتابة عبارات رئيسية ويقوم الروبوت بجلب ما يلزمه من معلومات لحل المشكلة، وهي اختصار Cgat-gpt generative pre-trained، وقد تم تطويره بواسطة شركة Open AI أو برامج الذكاء الاصطناعي التي تستخدم التعزيزات المتسلسلة والعميقة لمحاكاة محادثات بشرية للتحدث مع البشر، وتوصلت هذه الورقة البحثية إلى أنه يمكن أن تثير مثل هذه التطبيقات مخاوفاً أخلاقية في الكتابة العلمية.

وتعرضت دراسة (Marcin frackiewicz, 2023) ⁽¹⁴⁾ لتأثير الـ Chat- Gpt علي جودة الصحافة، واثبتت الدراسة أن الـ Chat-Gtp+3 بإعتباره أحد الأنظمة الحديثة والتي يتبناها نظام قوي الذكاء الاصطناعي (AI) وشركة (OpenAI)، ولديه القدرة علي إحداث ثورة غير مسبوقة في جودة الصحافة، ويعتمد Chat-Gpt+3 علي نظام معالجة لغة طبيعية (NLP) يمكن استخدامه للقيام بإنشاء مقالات ومنشورات مدونة ومحتويات مكتوبة أخرى، وصارت إمكانيات Chat-Gpt3 لتحسين جودة الصحافة هائلة وواسعة سواء في الإنتاج أو النشر، ويمكن استخدامه لإنشاء قصص بسرعة أكبر، وإنشاء قصص يحوي أرقام وحقائق وتحليلها بطريقة دقيقة.

وأكدت دراسة (Iqbed, Nayab & etal , 2022) ⁽¹⁵⁾ : علي إمكانية إحداث برامج Chat-Gpt ثورة في التعليم من خلال السماح للخوارزميات الخاصة بالتعليم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية NLP بالتفاعل مع الطلاب في الوقت الحقيقي. ويمكن تزويد الطلاب بتجارب التعلم الشخصية والتفاعلية مصممة خصيصاً لإحتياجاتهم الفردية . واعتمدت الدراسة علي نموذج قبول التكنولوجيا لإستكشاف مواقف أعضاء هيئة التدريس تجاه هذه التقنية، وكانت عينه الدراسة (20) مفردة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة باكستان، وتوصلت الدراسة إلي أن أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة كانوا حذرين في التعامل مع برنامج الـ Chat- Gpt، وكان لهم موقف سلبي تجاهه مشيرين إلي المخاطر المحتملة كالغش والسرقة، أن الطلاب سيكونوا كسالى وغير متفاعلين مع العملية التعليمية، أما عن الفوائد المحتملة فمنها سهولة تخطيط الدروس وتصحيحها.

كما رصدت دراسة (خضير محمد، نسمة، 2022) ⁽¹⁶⁾ تقييم النخبة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ورؤيتهم لمستقبلها في إبداع المحتوى، والكشف عن العوامل المؤثرة في عملية التوظيف وإبراز الفوائد والسلبيات وأهم المعوقات وانعكاساتها علي العملية الإعلامية (المحتوي، الممارسين، ووسائل الإعلام التقليدي والجديد، والجمهور)، وذلك في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ونموذج إدارة الإبداع والإبتكار، بإستخدام أداة الإستبيان لعينة متاحة قوامها (120) مفردة من

القيادات الإعلامية، وخبراء الإعلام والذكاء الاصطناعي، وخلص البحث إلى جاهزية المؤسسات الإعلامية المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة مع توقع المبحوثين لتطوير عمليات التوظيف بدرجات متفاوتة، وكشفت الدراسة عن عدم ثقة وفاعلية وقناعة النخبة على قدرة خوارزميات الذكاء الاصطناعي لإنتاج محتوى إبداعي يضاهي المحتوى المنتج بشرياً رغم كثرة الفوائد وعناصر الإبهار.

وتناولت دراسة (محمود عبدالمنعم، سحر، 2020)⁽¹⁷⁾: اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي خلال المدة من 2020/6/1 إلى 2020/7/31 واعتمدت الدراسة علي منهج المسح باستخدام الإستبانة، وتم تطبيقها علي عينة من الصحفيين العاملين بالمنظمات المصرية قوامها 250 مفردة تم اختيارهم بطريقة عمدية من عدد(16) صحيفة مصرية تنوعت من حيث ملكيته، وتوصلت الدراسة إلي أن الصحف المصرية تعتمد علي التقنيات الحديثة والتكنولوجية في العمل الصحفي في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بدرجة كبيرة بنسبة 67.2%، ثم بدرجة متوسطة بنسبة 32.8%، كما تمثلت أهم مجالات الاستخدام في جمع المادة الصحفية، وتحريرها وإنتاج الرسوم والجرافيك الخاص بها، والإخراج الصحفي استعداداً للطباعة والنشر، كما أشارت الدراسة إلي أن الصحف المصرية تقوم باستخدام التطبيقات المتطورة لأنظمة الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 51.6% من العينة، أي حوالي نصف العينة وكان معظمها في الصحف القومية والخاصة.

التعليق على الدراسات السابقة:

1. من خلال عرض الدراسات السابقة نجد أن أغلب الدراسات تناولت الـ Chat-Gpt من الناحية الأخلاقية وتأثيرها علي المجتمع وخطورتها علي التعليم مثل دراسة Iqbal, Momen Ali at, al , 2023 , Shidiq, Mahammad Nayab et. al 2022، 2023
2. كما ألفت معظم الدراسات الضوء علي الأضرار التي يمكن أن تحدثها تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومقارنتها بالمخطوطات التي تنتجها تطبيقات الذكاء الاصطناعي والعقل البشري، ومدى تقبل المجتمع لها .
3. اعتمدت معظم الدراسات السابقة علي نموذج تقبل التكنولوجيا، كما أن معظم الأوراق البحثية اعتمدت علي التحليل الكيفي في معالجة موضوعات الـ Chat-Gpt كدراسة Shidiq, Muhammed(2023)
4. اعتمدت أغلب الدراسات السابقة علي أداة الإستبيان في التعرف علي اتجاهات الجمهور نحو استخدامات الـ Chat-Gpt ومن أكثر المناهج المستخدمة المنهج الإستكشافي والتجريبي بالإضافة إلي الإعتماد علي العينات العمدية.
5. تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها اعتمدت في أهدافها علي رصد وتحليل الاستخدامات المتنوعة للـ Chat-Gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence في بيئة عمل القائم بالاتصال.

6. كما تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في المنهجية التي تتبعها الدراسة فضلاً عن استخدام برنامج (SPSS) وهو برنامج التحليل الإحصائي لتحليل نتائج الدراسة.

7. اختلفت المتغيرات التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية التي تعني باتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدامات الـ Chat-Gpt والمنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة عمل القائم بالاتصال عن نظرياتها من الدراسات السابقة.

8. استفادت الدراسة الحالية من الرصد التاريخي للدراسات السابقة وتحديد الأطر المعرفية والمنهجية للإستخدامات المتنوعة للـ Chat-Gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والإعلام من خلال التعمق في استعراض الدراسات السابقة وتحديد المنهج المناسب والأدوات المناسبة للدراسة الحالية.

9. ساعدت الدراسات والأدبيات السابقة التي تم طرحها في التعرف علي المفاهيم والأساسيات المرتبطة بالإستخدامات المتنوعة للـ gpt في مجال الصحافة والإعلام والتي تعمل علي ترسيخ وتأصيل المعرفة ، واتساع الأفق وبلورة التصور البحثي في هذا الاتجاه.

مشكلة الدراسة:

لقد انتشرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي بكثرة في حياتنا ومن أهم هذه التطبيقات الـ chat rebots مثل الـ GPT، والتي يتم تحميلها بواسطة قدر هائل من البيانات، وتقنيات الحوسبة لعمل تنبؤات حول ترتيب وتنسيق الكلمات معاً بطريقة شيقة ومنظمة ومفيدة، ومن ثم تعتمد دقة إجابته على التساؤلات المطروحة عليه على جودة البيانات وحجم النماذج الضخمة التي يتم تدريبه عليها، بالإضافة إلى تنوع البيانات للحصول على نماذج مصغرة جيدة، بالإضافة إلى استخدام نظام جودة مصادر المعلومات كقواعد البيانات ذات الصلة، وتوليد إجابات دقيقة، أيضاً إستخدامها لتحسين جودة العمليات الحسابية والمنطقية، وزيادة الكفاءة في العديد من المجالات (كالتعليم، والتسويق، والإعلان، والإعلام الرقمي عامة والصحافة خاصة) من خلال أتمتة بعض المهام العادية كالكتابة وتوفير حقائق أكثر دقة، والإعتماد عليها في تحليل البيانات وتوجيه الخوارزمات للحصول على أفضل النتائج. ولكن بالرغم من ذلك أثارت هذه التقنية العديد من الإشكاليات في المحافل الإعلامية والأكاديمية حول مدي نجاحها في إنتاج محتوى إعلامي يتمتع بثقة ومصادقية الجمهور والمتخصصين، وما هي سلبياتها وإيجابياتها، ومدي فاعليتها في المستقبل وهل ستصبح قوة بناء أم شراء في أيدي من يمتلك المزيد من الإمكانيات، ومن هنا تسعى الدراسة للكشف عن أهم استخدامات القائم بالاتصال (من مصورين، وصحفيين، ومحررين) لتوظيف تقنية الـ Chat-Gpt في المؤسسات الإعلامية ورؤيتهم لمستقبلها في تحفيز إبداع وإبتكار المحتوى الإعلامي، ورصد أهم التأثيرات السلبية والإيجابية المتوقعة من استخدامها، وأهم المصادر التي إعتمدت عليها هذه التقنية.

أهمية الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة الحالية من أهمية موضوعها فيما يلي:

أولاً: الأهمية النظرية:

1. أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي كونها تمثل ذروة التطور التكنولوجي في المجال الإعلامي، 2. تقدم الدراسة الحالية إطاراً نظرياً يركز على التعريف بتقنية الشات جى تى بى، وعلاقتها بمجال الإعلام والصحافة، ودورها في المستقبل.
3. تسلط الدراسة الضوء على فاعلية استخدام وتوظيف تقنية الشات جى تى بى في مجال الصحافة من وجهة نظر المتخصصين من (الصحفيين، والمحررين، والمصورين) مما يسهم في إثراء الجانب النظري للبحوث والدراسات المستقبلية التي من الممكن أن تتناول تلك التقنيات.

ثانياً: الأهمية العلمية:

تعتبر الدراسة إضافة إلى المكتبة الإعلامية في مجال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وما يمكن أن تضيفه من رصيد علمي خاصة في الجانب التحليلي والميداني لهذه التقنية.

ثالثاً: الأهمية التطبيقية:

1. تستمد هذه الدراسة أهميتها التطبيقية من أهمية مواكبة تقنيات التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام وخاصة الصحافة للاستفادة منها في خدمة وتطوير العمل الصحفي، خاصة مع اتجاه عدد من المؤسسات الصحفية للاستفادة من هذه التقنيات لخدمة العمل الصحفي وتطوره.
2. تسهم هذه الدراسة في رصد اتجاهات الإعلاميين (الصحفيين والمحررين والمصورين) نحو استخدام تقنية الـ Chat-Gpt في الصحافة لضمان الإفادة الفعلية من هذه التقنية، وتأثيرها في بيئة العمل خاصة في ظل الحديث عن احلال هذه التقنيات محل العنصر البشري، ودراسة مدي تقبل الصحفيين لها .
3. تتعرض الدراسة الحالية للإستخدامات المتنوعة للـ Chat-Gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لدي المختصين في مجال الصحافة، بالإضافة إلي التركيز علي النواحي الإيجابية والسلبية ذات الصلة بالإستخدامات المتنوعة للـ Chat-Gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence ، وتأثيراتها علي تحسين مستواهم المهني.
4. الخروج بمجموعة من المقترحات التي تساعد الجهات المعنية للإستفادة من تقنية الـ Chat-Gtp في كيفية تلافي أي عيوب أو أخطاء متوقعة.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى الكشف عن مدى فاعلية استخدام تقنية ال chat gpt في مجال الصحافة من وجهة نظر المتخصصين بالصحف والمواقع الإلكترونية، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية كالآتي:
1. التعرف علي حجم الموضوعات المنشورة بواسطة تقنية ال chat gpt مقارنة بالعنصر البشري في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة .
 2. رصد طبيعة الموضوعات التي تناولتها الأخبار المنشورة بواسطة تقنية ال chat gpt بالصحف و المواقع الإلكترونية عينة الدراسة.
 3. تحديد أهم الأشكال الصحفية ومصادر المعلومات التي اعتمدت عليها تقنية الشات جي تي بي بالمؤسسات الصحفية عينة الدراسة.
 4. تحليل اتجاهات الصحفيين " عينة الدراسة " نحو استخدامات تقنية ال Chat-Gpt في الصحف والمواقع الإلكترونية.
 5. تهدف الدراسة الحالية للكشف عن أثر الاستخدامات المتنوعة لل chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين.
 6. تسعى الدراسة لرصد النواحي الإيجابية والسلبية الناتجة من الاستخدامات المتنوعة لل Chat-Gpt والمنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين.
 7. تحليل أثر الاستخدامات المتنوعة لل Chat-Gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين.
 8. التعرف على أنواع الاستخدامات المتنوعة لل Chat-Gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي خاصة في مجال الصحافة، والتي تعمل على تحفيز الإبداع والإبتكار لدى القائم بالإتصال لديها .

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيسي حول مدى فاعلية استخدام تقنية الشات جي تي بي بالصحف و المواقع الإلكترونية عينة الدراسة من وجهة نظر الصحفيين، ويندرج تحت هذا التساؤل عدة تساؤلات كالآتي.
1. ما طبيعة الموضوعات التي اعتمدت عليها تقنية الشات جي تي بي بالصحف والمواقع الإلكترونية عينة الدراسة ؟
 2. ما حجم المضامين الصحفية التي اعتمدت علي تقنية ال Chat-Gpt، وهل يوجد فرق في حجم هذه المضامين بالصحف و المواقع الإلكترونية عينة الدراسة ؟
 3. ما أبرز المصادر المستخدمة في الصحف والموقع الإلكترونية التي تعتمد علي تقنية الشات جي تي بي Chat-Gpt؟

4. ما الفرق بين شكل ومحتوي الرسالة الإعلامية بالصحف و المواقع الالكترونية عينة الدراسة المعتمدة علي تقنية ال Chat-Gpt كأحدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
 5. ما اتجاهات الصحفيين " كقائم بالإتصال " نحو استخدامات تقنية ال gpt في العمل الصحفي؟
 6. ما التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تقنية ال Chat-Gpt بالصحف و المواقع الالكترونية عينة الدراسة ؟
 7. ما أهم أنواع الاستخدامات المتنوعة لل chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يتعرض لها القائمين بالإتصال من (صحفيين، ومصوريين، ومحررين) وتعمل على جذبهم نحوها ؟
 8. هل يوجد اختلاف بين استجابات مفردات عينة الدراسة طبقاً لأنواع الاستخدامات المتنوعة لل chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي يعزى للمتغير الوصفي(النوع)؟
- فروض الدراسة:**

تسعي الدراسة لإختبار صحة الفروض الآتية:-

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات الايجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين تأثيرات استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية.
- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية
- الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

التعريفات الإجرائية:

الصحفيين : (18) هم الأشخاص الذين يقومون بعملية الإتصال سواء بإرسال الفكرة أو الرأي أو الخبر أو المعلومات من خلال الرسالة الإعلامية التي يقومون بإعدادها، وقد يكون هؤلاء الأشخاص هم مصدر الفكرة، وربما يقومون فقط بنقلها من المؤسسة الإعلامية أو الصحفية الذين ينتمون إليها، ويقومون بدور حلقة الوصل بين الجمهور والمؤسسة الصحفية والإعلاميين ويتمتعون بمهارات الكتابة، والتحدث والقراءة والإنصات، ويقومون بمسؤولية ما في صنع وإنتاج الرسالة الإتصالية بدءاً من وضع الفكرة أو السياسية العامة، ومرحلة الصياغة المختلفة لها، وانتهاءً بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير، ويقصد بهم في هذه الدراسة الصحفيون العاملون بالمؤسسات الصحفية من ذوي الخبرة من [الصحفيين والمصورين والمحررين] والذين استخدموا بالفعل تقنية الشات جي بي في Chat-Gpt في عملهم الصحفي في المواقع الصحفية الإلكترونية والتي تتمثل هنا في موقع القاهرة 24، والدستور الأردني.

الذكاء الاصطناعي: يرتبط مفهوم الذكاء الاصطناعي (19) Artificial intelligence بالذكاء ال مرتبط بالأجهزة الرقمية أو الإلكترونية مثل الحاسوب، الأجهزة الخلوية أو الروبوتات، ويشير مصطلح الذكاء الاصطناعي (AI) إلى الأنظمة أو الأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام، والتي يمكنها أن تحسن من نفسها إستناداً إلى المعلومات التي تجمعها.

تقنية الذكاء الاصطناعي (20) (Haelnleinet al، 2019): تقنية الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence تلك الأنظمة التي تنتهج وتتميز بالذكاء والأوامر التي تنفذها من خلال خوارزمات متقدمة تعمل علي تحليل البيئة الرقمية، ومن ثم إمكانية اتخاذ الإجراءات المناسبة طبقاً للبرامج التي تم تصميمها بواسطة المصممين، وبدرجة معينة من الإستقلالية والعلاقات المنطقية المرنة لتحقيق أهداف معبرة ومحددة، وتقنية الذكاء الاصطناعي من خلال الدراسة الحالية : هي تلك البرمجيات المتطورة التي تتسم بالمعالجة الذكية والسريعة وتشمل الآلات والأدوات التي تملك القدرة علي التعلم من خلال التجارب، والمحاكاة الفعالة للعناصر البشرية في القيام بأداء المهام المتنوعة، بجانب قدرتها علي تطوير نفسها آلياً معتمدة علي المعلومات التي يتم تغذيتها بها من خلال عملية الجمع والفحص والتنقيب علاوة علي القيام بعمليات التفكير المنطقية التي تساهم بطريقة مباشرة في زيادة القدرة المعرفية، والتعلم وتوظيف استخدام المعلومات والإدراكات للوصول إلي استنتاجات مؤكدة.

الشات جي بي تي: Chat Gpt (21) هو اختصار : Generative pre – training trans former والتي تمثل نموذج معلوماتي قوي مترابط وعملي للنصوص الإلكترونية التي تم تدريبها علي مجموعة كبيرة من البيانات النصية، ويتم من خلاله تكوين نصوص الكتابة الإنسانية المناسبة، بالإضافة إلى قدرته علي إنتاج نصوص جديدة ومعقدة بشكل ذكي وعلي أساس تلقائي، وتقنية Chat Gpt في الدراسة الحالية: تعد ال Chat Gpt أداة قوية، وهي عبارة عن تطبيق روبوت (Rebot) محادثة تم إنشاؤه باستخدام تقنية Chat-3، من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وقد تم تطويره بطريقة تشبه كثيراً لغة البشر، في السرد والإلتزام

بالقواعد الكتابية، فإعتبرها الجميع تقنية مبهرة تذهل كل من يستخدمها، ولم تقف عند محاكاة حديث البشر، فباعتبر Robot – Chat Gpt من أشهر نماذج الذكاء الاصطناعي لمعالجة اللغة علي الإنترنت، وقد تم تصميمه ليتحاور مع المستخدمين مجيباً عما يتم طرحه بشكل مفصل، بل ويظل متذكراً كل الأسئلة المطروحة عليه سابقاً، ليبدو الحوار وكأنه بين شخصين، أيضاً يسمح للمستخدمين بتصحيح الأخطاء، علاوة علي أن يقدم إجابات واضحة محددة ومنطقية، ولقد كانت فكرة روبوتات الدردشة (Chat Gpt) موجودة منذ عام 1950م لكنها محدودة في قدراتها، وتم استخدامها بشكل أساسي لمهام بسيطة مثل توفير تحديات الطقس أو الإجابة علي الأسئلة المباشرة، ومع مرور الوقت تقدمت التكنولوجيا بشكل كبير، مما يمكن روبوتات الدردشة من فهم مجموعة أوسع من المدخلات والاستجابة لها، ويعد (Chat-3) [Generative pretrained transformer-3] أحدث روبوت طورته شركة (Open AI)، وهو أحد أكبر نماذج اللغة التي تم إنشاؤها علي الإطلاق، مع (175) مليار مقياس ومعياري، وقد تم تدريب Chat Gpt علي كمية هائلة من البيانات النصية، مما يسمح له بإنتاج نص يشبه الذي يكتبه الإنسان ويقول في مجموعة واسعة من المجالات، حيث تم استخدام مجموعة متنوعة من التطبيقات بما في ذلك الترجمة اللغوية والتلخيص والإجابة علي الأسئلة (22)

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلي الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف بهدف الحصول علي معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم بها (22)، وتستهدف معرفة اتجاهات القائم بالاتصال بالمؤسسات الصحفية نحو تقنية الـ Chat-GPT، وكيف استفادت هذه المؤسسات من تقنية الـ Chat –GPT في إنشاء وتحرير محتوى اخباري جيد ورصد أهم السلبيات والإيجابيات ذات الصلة باستخدامها لتقنية الـ Chat –GPT لدي القائم بالاتصال وتأثيرها علي مدي تحسين مستواهم المهني، كما تستخدم الدراسة منهج المسح Survey وذلك لأنه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة لكونه جهداً علمياً منظماً للحصول علي البيانات الخاصة بالظاهرة، والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية لتقرير خصائصها وتفسيرها هي اتجاهات القائم بالاتصال من (صحفيين، ومصورين، ومحررين)، نحو استخدام تقنية الـ Gpt-Chat، بالإضافة إلي تحليل عدد من المواقع الصحفية الإلكترونية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

أولاً: مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها:

1. مجتمع الدراسة التحليلية:

بناء علي معايير اختيار العينة التي حددتها الدراسة الإستطلاعية فإن مجتمع الدراسة التحليلية يتمثل في الصحف و المواقع الإلكترونية المهتمة بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الموضوعات الصحفية، ومن ثم اختيار عينة المواقع الخاضعة للدراسة.

3- عينة الدراسة التحليلية:

أ. أوضحت الدراسة الإستطلاعية وجود (3) مواقع الكترونية عربية تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتم اختيار موقعي القاهرة 24، وموقع الدستور الأردني لإجراء الدراسة التحليلية عليها، وقد روعي اختيار المواقع الأكثر اهتماماً بتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها.

ب. تحليل المضمون بالصحف والمواقع الإلكترونية التي تستخدم تقنيات الشات جي تي بي (الدستور الأردني- القاهرة 24) باستخدام أسلوب الحصر الشامل للموضوعات التي نشرت بالصحف والمواقع الإلكترونية السابقة وتحليلها، وذلك في الفترة من مارس 2024 حتي مايو 2024م. وبلغت عددها (230) موضوعاً صحفياً.

ثانياً: مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها :

1. مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الصحفيين العاملين في مجال الصحف والمواقع الإلكترونية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي .

2. عينة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الدراسة الميدانية علي أسلوب العينة، ويقوم هذا الأسلوب علي اختيار الأفراد الذين يمكن الوصول إليهم بحيث يمثلون عينة الدراسة. وقد تمثلت عينة الشق الميداني للدراسة الراهنة في الصحفيين العاملين بالمواقع الصحفية (القاهرة 24، الدستور الأردني، الأهرام، الأخبار، الشروق) من محررين، وصحفيين، ومصورين، من ذوي الخبرة في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، وبلغ إجمالي عددهم (86) مفردة، مع مراعاة اختيار المؤسسات السابقة للأسباب الآتية:

أ. وجود موضوعات وتطبيقات تعمل بالذكاء الاصطناعي في الصحف والمواقع الإلكترونية عينة الدراسة.

ب. استخدام الصحفيين العاملين في هذه الصحف والمواقع الإلكترونية تطبيقات بالذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

ج. ظهور أدوات توليد الموضوعات الصحفية مثل ال chat gtp ، وقد جمعت الباحثة العينة من خلال التواصل عبر البريد الإلكتروني، ومواقع التواصل الإجتماعي في الفترة من مارس 2024 حتي مايو 2024م.

أدوات الدراسة:

تم استخدام أداة (تحليل المضمون) للوقوف علي أهم المضامين التي تم تحريرها بتقنية الشات Chat Gpt والمصادر التي استعانت بها في تناولها لهذه الموضوعات بالإضافة إلي رصد أهم الأشكال الصحفية التي اعتمدت علي هذه التقنية، كما استخدمت الباحثة استمارة الإستبيان (Questionnaire) للوقوف علي الإستخدامات المتنوعة لل Chat Gpt المنبثقة

من تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى القائمين بالاتصال في بيئة العمل الصحفي والإعلامي (مصورين، محررين، وصحفيين)، وقد اشتملت الإستمارة على محورين أساسيين للإستخدامات المفضلة للـ Chat Gpt لدى عينة الدراسة وهذا المقياس احتوي على (12) فقرة، بينما اشتمل المحور الثاني على مقياس للتأثيرات السلبية للإستخدامات المفضلة للـ Chat Gpt لدى القائم بالاتصال في بيئة العمل الصحفي بالمؤسسات الصحفية والإعلامية عينة الدراسة والتي احتوت على (11 فقرة).

محددات الدراسة:

الحد الموضوعي للدراسة : اعتمدت الدراسة الحالية على محورين أساسيين

المحور الأول: تضمن على مقياس للتأثيرات الإيجابية للإستخدامات المفضلة للشات chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence لدى عينة الدراسة من صحفيين، ومصورين، ومحررين عينة الدراسة وهذا المقياس يحتوى على (13) فقرة.

المحور الثاني: تضمن على مقياس للتأثيرات السلبية للإستخدامات المفضلة للشات chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence لدى عينة الدراسة من صحفيين، ومصورين، ومحررين عينة الدراسة وهذا المقياس يحتوى على (11) فقرة.

الحد البشري: القائمين بالاتصال من (الصحفيين، والمصورين، والمحررين) فى الصحف والمواقع الإلكترونية (الأهرام، أخبار اليوم، الشروق، القاهرة 24)

الحد المكاني: الصحف والمواقع الإلكترونية (الأهرام، أخبار اليوم، الشروق، القاهرة 24)

الحد الزماني: تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية بلغ قوامها (86) مفردة من القائمين بالاتصال من (الصحفيين، والمصورين، والمحررين) ممن يعملون فى بيئة العمل الصحفي والإعلامى بالمؤسسات الصحفية والإعلامية (الأهرام، أخبار اليوم، الشروق، القاهرة 24)، وذلك فى الفترة من بداية شهر مارس 2024 حتى نهاية شهر مايو 2024 م.

إجراءات الثبات والصدق:

تم عرض استمارة تحليل المضمون والاستبيان علي مجموعة من المحكمين من أساتذة الصحافة والإعلام* من أجل التأكد من صلاحية الإستمارتين للتطبيق، وقد أبدوا مجموعة من الملاحظات شملت إعادة صياغة بعض الأسئلة وتم تعديلها والوصول الي الشكل النهائي للإستمارتين، كما تم اختبار الثبات بعد مضي شهرين من إتمام تطبيق الإستبانة علي (20) مفردة من العينة موضوع الدراسة، كما تم تطبيق معامل الفاكرونباخ الذي يقيس معامل الثبات لفقرات الإستبانة، ومدي التقارب والتجانس بين الفقرات وكانت قيمة معامل الفاكرونباخ كالتالى :

معامل ثبات ألفا كرونباخ Reliability Analysis Cronbach's Alpha للتأكد من ثبات الاستبانة ومدى تحقق الاتساق الداخلي لمحاول الاستبيان، كما يستخدم معامل الثبات ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha عندما نود قياس ثبات التقديرات التي نحصل عليها من الاختبارات أو الإستبانات (أو محاورها) التي تقيس موضوعا يفترض تجانس مفرداته .

وبالإضافة إلى معامل " ألفا " يعطينا هذا الإجراء معامل ارتباط كل فقرة مع مجموع الفقرات الأخرى Corrected item - total correlation ، فنحصل على معامل ألفا ومعاملات ارتباط الفقرات مع مجموع بقية الفقرات في المجال التي تدل على مدى انتماء كل فقرة إلى المجال . ولابد أن تكون قيمة المعامل أكبر من 0.70 لقبول ثبات الاستبيان

جدول رقم(1) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ للاستبيان	.811

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات العام للاستبانة مرتفع حيث بلغ (0.843) وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ووفقاً لهذه الدرجة تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها والتحقق من فروضها.

جدول رقم(2) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات مقاييس الاستبيان

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ لمقياس اتجاهات أفراد العينة نحو استخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	.822
معامل ألفا كرونباخ لمقياس التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	.796
معامل ألفا كرونباخ لمقياس التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	.816

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات العام لمقاييس الاستبانة مرتفع، حيث بلغ (0.822) لمقياس اتجاهات أفراد العينة نحو استخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية ، و(0.796) لمقياس التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية، و(0.816) لمقياس التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية.

المدخل النظري للدراسة:

نموذج " النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا " UTAUT "

تعتمد الدراسة الحالية في تحديد المتغيرات وتفسير النتائج على مدخل " النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT " تلك النظرية التي تعنى بالتقنيات التكنولوجية الحديثة وارتباط قابليتها بالمجتمعات تمثل في الدراسة الحالية تقنية ال chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence واستخداماتها وتطبيقاتها على البشر،

وقياس مدى قابليتها لدى جمهور المستخدمين، والوقوف على مؤشرات صريحة معبرة عن الآثار الاجتماعية التي تنتج من استخدام وتطبيق التقنية التكنولوجية(23)

مثل الشات جى بى تى المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي على السلوكيات البشرية، فضلاً عن أنها تقدم اقتراحات تفسيرية لما وراء استخدام التقنية التكنولوجية الحديثة، حتى تعطى سلوكيات اجتماعية يعتد بها، فهذه النظرية تساهم في فهم العوامل المؤثرة جراء تبني التقنية الحديثة حيث أنها تصبح مصدر ذو ثقة لتوفير المعرفة، وقد أسست هذه النظرية بالإعتماد على أربعة 4 عوامل أساسية: (24) **العنصر الأول:** وهو العوامل الاجتماعية حيث يقصد بها إلى أى مدى يكون اعتقاد الأفراد بأهمية استخدام تلك التقنية وكذلك اعتقادهم بوجود الآخرين لإستخدام التقنية. **العنصر الثاني:** التسهيلات المتاحة وهي مدى اعتقاد الأفراد بإمكانية البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم تطبيق واستخدام تلك التقنية الموجودة لدى الأفراد والمؤسسة، ويتعلق هذا المتغير بتوفير الإمكانيات اللازمة والمتاحة لإستخدام التقنيات الحديثة مثل توفير مصادر المعرفة، وحاسب، وخدمات الإنترنت. **العنصر الثالث:** الأداء المتوقع ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سيؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي وتحسين المهارات المهنية، ويمكن إعتباره الفائدة المدركة والمستهدفة من استخدام التقنية الحديثة. **العنصر الرابع:** الجهد المتوقع الذي يكون في الأغلب يتميز بالسهولة والسلاسة في استخدام التقنية الحديثة. (25)

مدى ملائمة نموذج " قبول التكنولوجيا" للدراسة الحالية:

لقد استفادة الباحثة من نموذج الدراسة في معرفة وقياس قابلية الشات المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى عينة الدراسة من الصحفيين كلاً طبقاً لبيعة عمله، والإستفادة التي تعود عليهم من خلال الإستخدامات المتاحة لهذه التقنية وهو ما يحقق أغراض الدراسة ، خاصة مع أن هذه النموذج من النماذج الحديثة التي تهتم بها الدراسات الأجنبية في السنوات الأخيرة، وبوجه خاص فيما يتعلق بموضوعات الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى ما تتيحه هذه النظرية من تسهيلات لل chat gpt المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل، علاوة على إدراك تحسين الأداء الوظيفي لدى عينة الدراسة.

نتائج الدراسة:

نتائج الدراسة التحليلية :

جدول رقم (3) يوضح حجم الموضوعات بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

الموقع الإلكتروني		القاهرة (24)		الدستور الأردني	
المضمون		ك	%	ك	%
1- المضمون الذي تم نشره بواسطة العنصر البشري		77	70%	78	65%
2- المضمون الذي تم نشره بواسطة تقنية الشات جى بى تى		33	30%	42	35%
الإجمالي		110	100%	120	100%

كشفت نتائج الدراسة التحليلية أن المضمون الخبري الذي تم نشره بواسطة العنصر البشري (بموقع القاهرة 24) جاء في المرتبة الأولى بنسبة (70%)، في حين جاء المضمون الخبري المنشور باستخدام تقنية الـ Chat – GPT في المرتبة الثانية بنسبة (30%). واتفقت معه (الدستور الأردني) في هذه النتيجة حيث جاءت الأخبار التي نشرت بواسطة العنصر البشري (65%) في حين جاءت الأخبار التي نشرت بواسطة التقنية (35%)، ويمكن أن يرجع سبب ذلك إلي أنه لم تتمكن المواقع الصحفية "عينة الدراسة" من تطبيق هذه التقنية بنسبة (100%)، كما أن هذه التقنية لا يتم إستخدامها في جميع المضامين الخبرية

جدول رقم (4) يوضح نوعية المضامين الصحفية بالمؤسسات الصحفية والتي اعتمدت علي تقنية الشات

الموقع الإلكتروني		القاهرة (24)		الدستور الأردني	
نوعية المضمون		ك	%	ك	%
اقتصادية		35	31.8	30	25%
خدمية		30	27.3	25	20.8%
دينية		10	9.1	5	4.2%
رياضية		15	13.6	30	25%
ترفيهية		5	4.6	5	4.2%
تكنولوجية		15	13.6	25	20.8%
الإجمالي		110	100%	120	100%

وبالنسبة لنوعية المضمون المعتمدة علي تقنية الـ Chat – GPT جاءت الموضوعات الإقتصادية في الترتيب الأول بنسبة (31.8%) بالنسبة لموقع القاهرة 24، وجاءت الموضوعات الخدمية في الترتيب الثاني بنسبة (27.3%)، في حين جاءت الموضوعات الخدمية والتكنولوجية في الترتيب الثالث بنفس النسبة (13.6%). وجاءت الموضوعات الدينية في الترتيب الرابع بنسبة (9.1%) ثم جاءت الترفيهية في الترتيب الخامس والأخير بنسبة (4.6%)، وبالنسبة (لموقع الدستور الأردني) جاءت أيضاً الموضوعات الإقتصادية والرياضية في الترتيب الأول بنسبة (25%) ثم جاءت الخدمات والموضوعات التكنولوجية في الترتيب الثاني بنسبة (20.8%)، وجاءت الترفيهية والدينية في الترتيب الأخير بنسبة (4.2%) ولم تهتم هذه المواقع (عينة الدراسة) بالموضوعات السياسية أو العلمية ولعل ذلك يرجع إلي أنها موضوعات تحتاج إلى صياغتها بشكل أكثر عمقاً وهذا ما لا تقدمه الـ GPT – Chat حتى الآن.

جدول رقم (5) يوضح الأشكال الصحفية التي اعتمدت علي تقنية الشات جي بي تي بالمؤسسات الصحفية (عينة الدراسة)

الموقع الإلكتروني		القاهرة (24)		الدستور الأردني	
الشكل		%	ك	%	ك
الخبر		36.4%	40	36.4%	35
التقرير		36.4%	40	36.4%	35
الإنفوجرافيك		18.1%	20	18.1%	25
الفيديو		9.1%	10	9.1%	25
الإجمالي		100%	110	100%	120

وبالنسبة للأشكال الصحفية الأكثر استخداماً لتقنية الـ Chat – GPT كانت في موقع (القاهرة 24) الأخبار والتقارير الصحفية في الترتيب الأول بنسبة (36.4%)، ثم جاء الإنفوجرافيك في الترتيب الثاني بنسبة (18.1%)، وجاء الفيديو في المرتبة الأخيرة بنسبة (9.1%)، في حين لم يظهر استخدام هذه التقنية للأحاديث الصحفية أو التحقيقات أو المقالات الصحفية، بينما جاءت الأشكال الصحفية المستخدمة لتقنية الـ Chat – GPT في (موقع الدستور الأردني) متمثلة في التقارير الصحفية والأخبار بنسبة (29.2%) في الترتيب الأول ثم جاء الفيديو والإنفوجرافيك في الترتيب الثاني بنسبة (20.8%) وهي نتيجة مقاربة، ويرجع ذلك إلي أن الأشكال الصحفية كالخبر والتقارير والإنفوجرافيك والفيديو يستطيع الـ GPT – Chat تحديد مصادرها والتعامل معها ونمذجتها بطريقة صحفية كالبيانات الصادرة عن رئاسة الوزراء بسرعة وسهولة وفي وقت قصير بينما الأشكال الصحفية كالتحقيق والمقال ليست ثابتة المصدر، بالإضافة إلى أنها متغيرة حسب الأحداث اليومية، كما أنها تحتاج إلي تحليل وتفسير من الكاتب، بالإضافة إلي الإبداع اللغوي لتوصيل المعني للجمهور، وهو ما لم يصل إليه الـ Chat – GPT حتى الآن فهو يتعامل مع بيانات منمنجة وثابتة غير قابلة للتحليل والتفسير.

جدول رقم (6) يوضح مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع الصحفية الإلكترونية عينة الدراسة

المؤسسة الصحفية		القاهرة (24)		الدستور الأردني	
المصادر		%	ك	%	ك
المواقع الإلكترونية		36.4%	40	36.4%	50
وكالات الأنباء		27.2%	30	27.2%	20
تحليل البيانات		13.6%	15	13.6%	15
القنوات التلفزيونية والإذاعية		4.6%	5	4.6%	5
الصحف والمجلات الورقية		4.6%	5	4.6%	5
مواقع التواصل الاجتماعي		13.6%	15	13.6%	25
الإجمالي		100%	110	100%	120

كشفت الدراسة أن المواقع الإلكترونية جاءت في مقدمة المصادر التي اعتمد عليها الـ GPT – Chat بنسبة 36.4%، في حين جاءت وكالات الأنباء في المرتبة الثانية بنسبة (27.2%)

، بينما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل البيانات في الترتيب الثالث بنسبة (13.6%) وجاءت القنوات التلفزيونية والإذاعية، والصحف والمجلات الورقية في الترتيب الرابع بنسبة (4.6%) لكلاً منهما وذلك في موقع (القاهرة 24)، في حين جاءت المواقع الإلكترونية في الترتيب الأول كمصادر للمعلومات بموقع (الدستور الأردني) بنسبة (41.7%)، ثم مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة (20.8%)، ثم جاءت وكالات الأنباء في الترتيب الثالث بنسبة 16.6%، وجاء تحليل البيانات في الترتيب الرابع بنسبة 12.5%، وجاءت القنوات التلفزيونية والصحف والمجلات في الترتيب الأخير بنسبة (4.2%). ويمكن تفسير هذه النتيجة في إطار أن مصادر الأخبار المنشورة بواسطة الـ Chat –GPT يسهل عليها التفاعل مع النماذج الإلكترونية كوكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية الموجودة بالفعل، بينما يصعب عليها التعامل مع المصادر الميدانية أو التي تحتاج إلى إعادة صياغة وليس لها نموذجاً ثابتاً، بالإضافة إلى صعوبة التواجد في موقع الأحداث " كشهود العيان، أو المؤتمرات الصحفية" فهي في النهاية تقنية تتعامل من خلال بيانات ومعلومات إلكترونية جاهزة بالفعل.

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول رقم(7) يوضح وصف عينة الدراسة من حيث النوع

النسبة النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	46	53.5
أنثى	40	46.5
المجموع	86	100.0

يشير الجدول السابق إلى أن هناك تقارباً نسبياً بين الجنسين في عينة الدراسة، حيث يمثل الذكور 53.5% والإناث 46.5%. هذا التوازن النسبي بين الجنسين يعد مفيداً من الناحية الإحصائية، حيث يعكس تمثيلاً معقولاً لكلا الجنسين في المؤسسات الصحفية الإلكترونية. فالدراسة التي تهدف إلى تحليل الفروق بين الجنسين تعتبر العينة المتوازنة توفر فرصة جيدة لاستكشاف كيف يختلف أو يتشابه استخدام وتقبل التكنولوجيا بناءً على الجنس، مما قد يسهم في فهم أعمق للتوجهات المهنية نحو استخدام الاصطناعي في العمل الصحفي.

جدول رقم(8) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو استخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

الاتجاه السادس	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق	محايد	معارض	التكرار والنسبة المئوية	اتجاهات أفراد العينة نحو استخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية
2	موافق	96.90	0.2922	2.907	86	78	8	0	قد يزيد استخدام تقنية Chat - Gtp من معلوماتي عن الأحداث الجارية
				%100	90.7%	9.3%	%0.0	النسبة المئوية	
	محايد	65.50	0.519	1.965	86	10	63	13	يتطلب استخدام تقنية Chat - Gtp

الاتجاه المساند	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق	محايد	معارض	التكرار والنسبة المئوية	اتجاهات أفراد العينة نحو استخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	
3				100%	11.6%	73.3%	15.1%	النسبة المئوية	مهارات تقنية معينة يصعب توافرها	
4	محايد	56.60	0.7368	1.698	86	14	32	40	التكرار	يتطلب استخدام تقنية Chat - Gtp جهدا كبيرا لقراءة المعومات التي يرسلها
					100%	16.3%	37.2%	46.5%	النسبة المئوية	
5	غير موافق	52.70	0.727	1.581	86	12	26	48	التكرار	تقنية الشات Chat - Gtp لا تساعدني علي الوصول لمعلومات اضافية عن برامج التصفح عبر الانترنت
					100%	14.0%	30.2%	55.8%	النسبة المئوية	
1	موافق	97.67	0.2562	2.93	86	80	6	0	التكرار	برنامج ال Chat - Gtp يرسل لي المعلومات بشكل شخصي لذا افضل استخدامه
					100%	93.0%	7.0%	0.0%	النسبة المئوية	
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل 2.21، وبانحراف معياري بلغ 0.50624 ويوزن نسبي بلغ 73.87 والاتجاه المساند حول المقياس ككل "موافق"										

تشير بيانات الجدول السابق والمتعلقة باتجاهات أفراد العينة نحو استخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية إلى أنه في "المرتبة الأولى": جاءت العبارة "برنامج Chat-GPT يرسل لي المعلومات بشكل شخصي لذا أفضل استخدامه" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي "2.93"، وانحراف معياري "0.2562"، ووزن نسبي "97.67%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يعكس أن غالبية العينة يفضلون استخدام ChatGPT لأنه يوفر لهم معلومات مخصصة وشخصية، تلبيها في "المرتبة الثانية": تلبيها العبارة "قد يزيد استخدام تقنية Chat-GPT من معلوماتي عن الأحداث الجارية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي "2.907"، وانحراف معياري "0.2922"، ووزن نسبي "96.90%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى أن الأفراد يرون أن ChatGPT يساعدهم بشكل كبير في متابعة الأخبار والمعلومات الجارية، ثم في "المرتبة الثالثة": جاءت العبارة "يتطلب استخدام تقنية Chat-GPT مهارات تقنية معينة يصعب توافرها" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي "1.965"، وانحراف معياري "0.519"، ووزن نسبي "65.50%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "محايد"، مما يعكس وجود تباين في آراء الأفراد حول مدى صعوبة استخدام التقنية بناءً على المهارات التقنية المطلوبة، ثم جاء في "المرتبة الرابعة": العبارة "يتطلب استخدام تقنية Chat-GPT جهداً كبيراً لقراءة المعلومات التي يرسلها" بمتوسط حسابي "1.698"، وانحراف معياري "0.7368"، ووزن نسبي "56.60%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "محايد"، مما يعكس تباين الآراء حول مدى الجهد المطلوب لاستخدام التقنية في قراءة المحتوى المرسل، وفي "المرتبة الخامسة": والأخيرة، جاءت العبارة "تقنية Chat-GPT لا تساعدني على الوصول لمعلومات إضافية عن برامج التصفح عبر الإنترنت" في المرتبة الخامسة

والأخيرة بمتوسط حسابي "1.581"، وانحراف معياري "0.727"، ووزن نسبي "52.70%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "غير موافق"، مما يعكس أن معظم الأفراد لا يرون أن ChatGPT يوفر لهم معلومات إضافية مفيدة عن برامج التصفح. وفي المجمل، بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل "2.21"، والانحراف المعياري "0.50624"، والوزن النسبي "73.87%"، والاتجاه السائد حول المقياس ككل هو "موافق".

جدول رقم(9) معدل التكرار والنسبة المئوية لاستخدامات chat-gpt المضلة لدى عينة الدراسة

النسبة المئوية وفقاً لعدد العينة	التكرار	النسبة الاستخدامات
29.1	25	تأليف القصص والروايات
51.2	44	انشاء رسائل بريد الكترونية E-mail
67.4	58	تحليل البيانات الضخمة والمعقدة
79.1	68	تحرير محتوى نصي متماسك
46.5	40	انشاء نصوص مترجمة تعبر عن اساسيات اللغة
45.3	39	تقديم اجابات مناسبة للأسئلة المطروحة
41.9	36	عرض خدمات والاعلان عنها
100.0%		ن = (86)

تشير بيانات الجدول السابق الى الآتي: في "المرتبة الأولى": جاء الاستخدام "تحرير محتوى نصي متماسك" في المرتبة الأولى حيث استخدمه "68" من أفراد العينة، وهو ما يمثل "79.1%" من إجمالي العينة. هذا يشير إلى أن تحرير المحتوى النصي المتماسك هو أكثر استخدام مفضل بين المشاركين، تلاه "تحليل البيانات الضخمة والمعقدة" حيث استخدمه "58" مشاركاً، وهو ما يمثل "67.4%" من العينة. مما يعكس الاعتماد الكبير على Chat-GPT في تحليل البيانات المعقدة، وفي "المرتبة الثالثة": جاء "إنشاء رسائل بريد إلكتروني" في المرتبة الثالثة حيث اختاره "44" مشاركاً، بنسبة "51.2%" من العينة. هذا الاستخدام يعد شائعاً كأداة للتواصل اليومي، وفي "المرتبة الرابعة": جاء "إنشاء نصوص مترجمة تعبر عن أساسيات اللغة" في المرتبة الرابعة بنسبة "46.5%"، حيث استخدمه "40" من أفراد العينة، تلاه في "المرتبة الخامسة": "تقديم إجابات مناسبة للأسئلة المطروحة" بنسبة "45.3%"، حيث استخدمه "39" مشاركاً. وجاء في "المرتبة السادسة": "عرض خدمات والإعلان عنها" في المرتبة السادسة بنسبة "41.9%"، حيث استخدمه "36" مشاركاً. وأخيراً جاء "تأليف القصص والروايات" في المرتبة السابعة بنسبة "29.1%"، حيث استخدمه "25" مشاركاً، مما يعكس استخداماً أقل مقارنة بالخيارات الأخرى.

جدول رقم(10) معدل التكرار والنسبة المئوية للمجالات المستخدمة لل chat-gpt في المؤسسات الصحفية

النسبة المئوية وفقاً لعدد العينة	التكرار	النسبة الاستخدامات
36.0	31	التطبيقات الطبية والصحية
43.0	37	التحليل المالي والإقتصادي
37.2	32	تصميم التطبيقات الذكية
82.6	71	تحرير النصوص الصحفية
26.7	23	التطبيقات التعليمية
48.8	42	كتابة وشرح الأكواد البرمجية
11.6	10	تقديم حلول للمشكلات الاجتماعية
16.3	14	حل المسائل الرياضية المعقدة
23.3	20	المساهمة في تنمية المهارات الشخصية لتحسين الحياة المهنية والعلاقات الاجتماعية
38.4	33	تقديم محتوى تحليلي ونقدي للأعمال الفنية
86		ن = (86)

يتضح من نتائج الجدول السابق المجالات المستخدمة لتقنية Chat-GPT في المؤسسات الصحفية ويتبين أن "تحرير النصوص الصحفية" جاء في المرتبة الأولى بنسبة "82.6%"، حيث استخدمه "71" مشاركاً. وهذا يعكس الدور الكبير لتقنية Chat-GPT في تحرير وتعديل المحتوى الصحفي في المؤسسات الإعلامية، في حين جاءت "كتابة وشرح الأكواد البرمجية" في المرتبة الثانية بنسبة "48.8%"، حيث استخدمه "42" مشاركاً، مما يشير إلى أن المؤسسات الصحفية تعتمد على Chat-GPT أيضاً في المجالات التقنية مثل البرمجة، تلاه في "المرتبة الثالثة": "التحليل المالي والاقتصادي" بنسبة "43.0%"، حيث اختاره "37" مشاركاً، مما يعكس أهمية استخدام Chat-GPT في تحليل البيانات المالية والاقتصادية، ثم جاء في "المرتبة الرابعة": "تقديم محتوى تحليلي ونقدي للأعمال الفنية" في المرتبة الرابعة بنسبة "38.4%"، حيث استخدمه "33" مشاركاً. هذا الاستخدام يبرز قدرة التقنية على تقديم تحليلات نقدية للأعمال الفنية، ثم في "المرتبة الخامسة": "تصميم التطبيقات الذكية" بنسبة "37.2%"، حيث استخدمه "32" مشاركاً، مما يشير إلى أن بعض المؤسسات الصحفية تستفيد من قدرات Chat-GPT في تطوير تطبيقات ذكية. وجاء في "المرتبة السادسة": "التطبيقات الطبية والصحية" في المرتبة السادسة بنسبة "36.0%"، حيث استخدمه "31" مشاركاً، مما يعكس بعض الاستخدامات في المجال الطبي داخل المؤسسات الصحفية، وفي "المرتبة السابعة": "التطبيقات التعليمية" بنسبة "26.7%"، حيث اختاره "23" مشاركاً، مما يشير إلى وجود دور لتقنية Chat-GPT في التعليم داخل هذه المؤسسات، ثم جاء في "المرتبة الثامنة": "المساهمة في تنمية المهارات الشخصية لتحسين الحياة المهنية والعلاقات الاجتماعية" بنسبة "23.3%"، حيث استخدمه "20" مشاركاً، تلاه

في "المرتبة التاسعة": "حل المسائل الرياضية المعقدة" بنسبة "16.3%"، حيث استخدمه "14" مشاركاً، وهو استخدام محدود مقارنة بالمجالات الأخرى، وفي "المرتبة العاشرة": "تقديم حلول للمشكلات الاجتماعية" في المرتبة الأخيرة بنسبة "11.6%"، حيث استخدمه "10" مشاركين، مما يشير إلى أن هذا المجال أقل شيوعاً في الاستخدامات الصحفية، والعدد الإجمالي للعينة هو "86" مشاركاً، وتم توزيع النسب المئوية وفقاً لاستخدامات متعددة تعكس تنوع مجالات استخدام Chat-GPT في المؤسسات الصحفية.

جدول رقم(11) يوضح التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	التكرار والنسبة المئوية	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه السلبي
تقديم الدعم للمستخدمين في الوقت المناسب مع تحقيق رضاهم الكامل	التكرار		1	17	64	4	86	3.83	0.5132	76.5	موافق
	النسبة المئوية		1.2%	19.8%	74.4%	4.7%	100%				
توفر تقنية الشات - Chat - Gtp إعداداً آمناً للمستخدمين لإجراء المحادثات، مع تطوير مهارات الاستماع والحديث لديهم	التكرار		3	26	49	8	86	3.72	0.68	74.4	موافق
	النسبة المئوية		3.5%	30.2%	57.0%	9.3%	100%				
يساعد ال Chat - Gtp في إشراك العملاء بطريقة أكثر فاعلية	التكرار	1	1	25	53	6	86	3.72	0.6625	74.4	موافق
	النسبة المئوية	1.2%	1.2%	29.1%	61.6%	7.0%	100%				
القيام بالتطبيقات الذكية وانشاء محتوى تسويقي وترويجي مناسب	التكرار	1		3	31	51	86	4.52	0.6813	90.5	موافق جداً
	النسبة المئوية	1.2%		3.5%	36.0%	59.3%	100%				
التحفيز علي التعلم واطافة مهارات جديدة واكتساب مهارات من الآخرين	التكرار		5	35	42	4	86	3.52	0.6813	70.5	موافق
	النسبة المئوية		5.8%	40.7%	48.8%	4.7%	100%				
يعمل علي حل المشاكل الاجتماعية والتثقيف الاجتماعي	التكرار	7	19	32	28		86	2.94	0.9375	58.8	محايد
	النسبة المئوية	8.1%	22.1%	37.2%	32.6%		100%				
القدرة علي انشاء وكتابة الأكواد البرمجية	التكرار		1	5	59	21	86	4.16	0.5711	83.3	موافق
	النسبة المئوية		1.2%	5.8%	68.6%	24.4%	100%				
تحسين الكفاءة في العديد من المجالات كالإعلام والتسويق، والاعلان	التكرار			2	23	61	86	4.69	0.5148	93.7	موافق جداً
	النسبة المئوية			2.3%	26.7%	70.9%	100%				
تقديم النصائح حول العلاقات العاطفية	التكرار	7	18	34	22	5	86	3.00	1.0175	60.0	محايد
	النسبة المئوية	8.1%	20.9%	39.5%	25.6%	5.8%	100%				

التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	التكرار والنسبة النسبية	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الاتجاه السائد
توطيد العلاقات الاجتماعية في المجتمع	التكرار	11	20	28	21	6	86	2.90	1.1275	57.9	محايد
	النسبة النسبية	12.8%	23.3%	32.6%	24.4%	7.0%	100%				
القيام بتحليل البيانات الكبيرة والضخمة	التكرار	1	2	1	45	37	86	4.34	0.7294	86.7	موافق جداً
	النسبة النسبية	1.2%	2.3%	1.2%	52.3%	43.0%	100%				
خدمة العملاء بطريقة فعالة واكثر جاذبية	التكرار			5	70	11	86	4.07	0.4281	81.4	موافق
	النسبة النسبية			5.8%	81.4%	12.8%	100%				

تشير البيانات المعروضة بالجدول السابق والمتعلقة بالتأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat-GPT في المؤسسات الصحفية الإلكترونية إلى ما يلي: جاءت العبارة "تحسين الكفاءة في العديد من المجالات كالإعلام والتسويق والإعلان" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي "4.69"، وانحراف معياري "0.5148"، ووزن نسبي "93.7%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق جداً"، مما يعكس تأثيراً إيجابياً قوياً لتقنية Chat-GPT في تحسين كفاءة المستخدمين في المجالات المختلفة، تليها العبارة "القيام بالتعليقات الذكية وإنشاء محتوى تسويقي وترويجي مناسب" بمتوسط حسابي "4.52"، وانحراف معياري "0.6813"، ووزن نسبي "90.5%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق جداً"، مما يشير إلى أن المستخدمين يرون أن Chat-GPT يساعد بشكل كبير في إنشاء محتوى تسويقي فعال، وجاءت العبارة "القيام بتحليل البيانات الكبيرة والضخمة" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي "4.34"، وانحراف معياري "0.7294"، ووزن نسبي "86.7%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق جداً"، مما يدل على أن Chat-GPT قادر على التعامل بفعالية مع البيانات الضخمة وتحليلها، تليها العبارة "القدرة على إنشاء وكتابة الأكواد البرمجية" بمتوسط حسابي "4.16"، وانحراف معياري "0.5711"، ووزن نسبي "83.3%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى قبول كبير لاستخدام التقنية في كتابة الأكواد البرمجية، وجاءت العبارة "خدمة العملاء بطريقة فعالة وأكثر جاذبية" بمتوسط حسابي "4.07"، وانحراف معياري "0.4281"، ووزن نسبي "81.4%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يعكس أن Chat-GPT يساهم بشكل كبير في تحسين تجربة خدمة العملاء، وفي "المرتبة السادسة": جاءت العبارة "تقديم الدعم للمستخدمين في الوقت المناسب مع تحقيق رضاهم الكامل" بمتوسط حسابي "3.83"، وانحراف معياري "0.5132"، ووزن نسبي "76.5%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى أن المستخدمين يجدون التقنية مفيدة في تقديم الدعم المناسب لهم، تليها العبارة "توفر تقنية الشات Chat-GPT إعداداً آمناً للمستخدمين لإجراء المحادثات، مع تطوير مهارات الاستماع والحديث لديهم" بمتوسط حسابي "3.72"، وانحراف معياري "0.68"، ووزن نسبي "74.4%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو

"موافق" ، مما يعكس تأثيراً إيجابياً في تطوير مهارات التواصل، تليها العبارة "يساعد Chat-GPT في إشراك العملاء بطريقة أكثر فاعلية" بمتوسط حسابي "3.72"، وانحراف معياري "0.6625"، ووزن نسبي "74.4%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق" ، مما يشير إلى فاعلية التقنية في تحسين تفاعل العملاء، ثم جاءت العبارة "التحفيز على التعليم وإضافة مهارات جديدة واكتساب مهارات من الآخرين" بمتوسط حسابي "3.52"، وانحراف معياري "0.6813"، ووزن نسبي "70.5%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق" ، مما يعكس دور Chat-GPT في تعزيز التعليم واكتساب المهارات، وجاءت العبارة "تقديم النصح حول العلاقات العاطفية" بمتوسط حسابي "3.00"، وانحراف معياري "1.0175"، ووزن نسبي "60.0%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "محايد" ، مما يعكس تباين آراء المستخدمين حول دور التقنية في هذا المجال، ثم العبارة "يعمل على حل المشاكل الاجتماعية والتثقيف الاجتماعي" بمتوسط حسابي "2.94"، وانحراف معياري "0.9375"، ووزن نسبي "58.8%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "محايد" ، مما يعكس تبايناً في فعالية Chat-GPT في حل المشاكل الاجتماعية، و العبارة "توطيد العلاقات الاجتماعية في المجتمع" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي "2.90"، وانحراف معياري "1.1275"، ووزن نسبي "57.9%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "محايد" ، مما يدل على أن المستخدمين لم يتفقوا بشكل كبير على فعالية Chat-GPT في تحسين العلاقات الاجتماعية، و "المقياس ككل": بلغ المتوسط الحسابي للمقياس "3.78"، والانحراف المعياري "0.7120"، والوزن النسبي "75.67%"، والاتجاه السائد هو "موافق" بشكل عام، مما يشير إلى أن أفراد العينة يتفقون على أن لتقنية Chat-GPT تأثيرات إيجابية ملحوظة في المؤسسات الصحفية الإلكترونية.

جدول رقم(12) يوضح التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

الاتجاه السائد	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	التكرار والنسبة المئوية	التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية
موافق	79.5	0.7967	3.98	86	21	47	13	5		التكرار	فشل الشات في الإجابة عن بعض الاسئلة الطبية المتخصصة
				%100	24.4%	54.7%	15.1%	5.8%		النسبة المئوية	
موافق	81.2	0.8311	4.06	86	29	35	21		1	التكرار	تفتقر إلي تكوين خطط وروية مستقبلية
				%100	33.7%	40.7%	24.4%		1.2%	النسبة المئوية	
موافق جداً	91.6	0.6224	4.58	86	56	24	6			التكرار	صعوبة تفسير الأمثال والأقوال المأثورة
				%100	65.1%	27.9%	7.0%			النسبة المئوية	
موافق	77.0	0.8474	3.85	86	22	32	29	3		التكرار	تسريب المعلومات والبيانات الشخصية
				%100	25.6%	37.2%	33.7%	3.5%		النسبة المئوية	

الاتجاه المساند	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	التكرار والنسبة النسبية المنوية	التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat-Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية
موافق	71.6	0.8184	3.58	86	9	40	30	6	1	التكرار	قلة ممارسة الأنشطة والهوايات
				%100	10.5%	46.5%	34.9%	7.0%	1.2%	النسبة المنوية	
موافق	77.4	0.9178	3.87	86	24	32	27	1	2	التكرار	التخوف من تقديم معلومات غير دقيقة للمستخدمين
				%100	27.9%	37.2%	31.4%	1.2%	2.3%	النسبة المنوية	
موافق جداً	90.7	0.8217	4.54	86	59	18	6	2	1	التكرار	امكانية التعرض للاختراق
				%100	68.6%	20.9%	7.0%	2.3%	1.2%	النسبة المنوية	
موافق	83.5	0.6543	4.17	86	26	50	9	1		التكرار	عدم القدرة علي فهم بعض الأسئلة المطروحة
				%100	30.2%	58.1%	10.5%	1.2%		النسبة المنوية	
موافق جداً	91.6	0.6768	4.58	86	56	26	3		1	التكرار	التخوف من استخدامه في الاحتيال والغش
				%100	65.1%	30.2%	3.5%		1.2%	النسبة المنوية	
موافق جداً	93.5	0.5624	4.67	86	62	20	4			التكرار	الاختصار الي العواطف والمشاعر
				%100	72.1%	23.3%	4.7%			النسبة المنوية	
موافق جداً	93.5	0.5411	4.67	86	61	22	3			التكرار	التخوف من استخدامه في الاعمال المنافية للأخلاق والقيم
				%100	70.9%	25.6%	3.5%			النسبة المنوية	

تشير البيانات المعروضة بالجدول السابق والمتعلقة بالتأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat-GPT في المؤسسات الصحفية الإلكترونية: جاءت العبارة "لافتقار إلى العواطف والمشاعر" و"التخوف من استخدامه في الأعمال المنافية للأخلاق والقيم" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي "4.67"، وانحراف معياري "0.5624" و"0.5411" على التوالي، ووزن نسبي "93.5%". الاتجاه السائد حول هذه العبارات هو "موافق جداً"، مما يشير إلى مخاوف قوية بشأن افتقار Chat-GPT للعواطف وإمكانية استخدامه في أعمال غير أخلاقية، تليها العبارة "التخوف من استخدامه في الاحتيال والغش" بمتوسط حسابي "4.58"، وانحراف معياري "0.6768"، ووزن نسبي "91.6%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق جداً"، مما يعكس قلقاً كبيراً من استخدام التقنية في الأنشطة غير القانونية مثل الاحتيال، وفي "المرتبة الثالثة": جاءت العبارة "صعوبة تفسير الأمثال والأقوال المأثورة" بمتوسط حسابي "4.58"، وانحراف معياري "0.6224"، ووزن نسبي "91.6%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق جداً"، مما يشير إلى تحديات كبيرة في قدرة Chat-GPT على التعامل مع اللغة غير المباشرة، كما جاءت

العبارة "إمكانية التعرض للاختراق" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي "4.54"، وانحراف معياري "0.8217"، ووزن نسبي "90.7%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق جداً"، مما يعكس مخاوف بشأن الأمان السيبراني واختراق البيانات الشخصية، وفي "المرتبة الخامسة": جاءت العبارة "عدم القدرة على فهم بعض الأسئلة المطروحة" بمتوسط حسابي "4.17"، وانحراف معياري "0.6543"، ووزن نسبي "83.5%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى بعض الصعوبات التي يواجهها Chat-GPT في تفسير الأسئلة المعقدة، تليها العبارة "تفتقر إلى تكوين خطط ورؤية مستقبلية" بمتوسط حسابي "4.06"، وانحراف معياري "0.8311"، ووزن نسبي "81.2%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يعكس أن المستخدمين يشعرون بأن Chat-GPT لا يقدم رؤية استراتيجية للمستقبل، ثم جاءت العبارة "فشل الشات في الإجابة عن بعض الأسئلة الطبية المتخصصة" بمتوسط حسابي "3.98"، وانحراف معياري "0.7967"، ووزن نسبي "79.5%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى قلق المستخدمين بشأن قدرة Chat-GPT على تقديم إجابات دقيقة في المجالات المتخصصة، وفي "المرتبة الثامنة": جاءت العبارة "التخوف من تقديم معلومات غير دقيقة للمستخدمين" بمتوسط حسابي "3.87"، وانحراف معياري "0.9178"، ووزن نسبي "77.4%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يعكس قلقاً حول دقة المعلومات التي يوفرها Chat-GPT، ثم في "المرتبة التاسعة": جاءت العبارة "تسريب المعلومات والبيانات الشخصية" بمتوسط حسابي "3.85"، وانحراف معياري "0.8474"، ووزن نسبي "77.0%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى مخاوف تتعلق بخصوصية البيانات، وفي "المرتبة العاشرة": جاءت العبارة "قلة ممارسة الأنشطة والهوايات" بمتوسط حسابي "3.58"، وانحراف معياري "0.8184"، ووزن نسبي "71.6%". الاتجاه السائد حول هذه العبارة هو "موافق"، مما يشير إلى أن استخدام Chat-GPT قد يقلل من انخراط المستخدمين في الأنشطة الواقعية، و"المقياس ككل": بلغ المتوسط الحسابي للتأثيرات السلبية "4.23"، والانحراف المعياري "0.7354"، والوزن النسبي "84.64%". الاتجاه السائد حول المقياس ككل هو "موافق"، مما يشير إلى أن المستخدمين يوافقون بشكل عام على وجود تأثيرات سلبية لاستخدام Chat-GPT في المؤسسات الصحفية الإلكترونية.

اختبار فروض الدراسة :

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع، وللتحقق من صدق هذا الفرض تم اجراء اختبار ت (independent sample T-test) كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (13) يبين المتوسط والانحراف المعياري وقيمة (ت) للفروق الإحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع

المتغيرات		النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة	
الاتجاهات	ذكر	46	4.2261	.29093	.367	84	.714	غير دال	
	أنثى	40	4.2050	.23310					
	دال عند مستوى معنوية 0.01								

وفقاً لبيانات الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع، حيث تبين أن قيمة ت (0.367) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.714 ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض، وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع، وللتحقق من صدق هذا الفرض تم اجراء اختبار ت (independent sample T-test) كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (14) يبين المتوسط والانحراف المعياري وقيمة (ت) للفروق الإحصائية في مستوى التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع

المتغيرات		النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبارات	درجة الحرية	مستوى الدلالة	
التأثيرات	ذكر	46	3.8548	.35152	1.933	84	.057	غير دال	
	أنثى	40	3.7015	.38369					
	دال عند مستوى معنوية 0.01								

وفقاً لبيانات الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع ، حيث تبين أن قيمة ت (1.933) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.057 ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض، وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع، وللتحقق من صدق هذا الفرض تم اجراء اختبار ت (independent sample T-test) كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (15) يبين المتوسط والانحراف المعياري وقيمة (ت) للفروق الإحصائية في مستوى التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع

المتغيرات		النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبارات	درجة الحرية	مستوى الدلالة	
التأثيرات	ذكر	46	4.2715	.37226	1.055	84	.294	غير دال	
	أنثى	40	4.1883	.35636					
	دال عند مستوى معنوية 0.01								

وفقاً لبيانات الجدول السابق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع ، حيث تبين أن قيمة ت (1.933) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي معنوية 0.57 ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض، وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين تأثيرات استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

جدول رقم(16) مصفوفة الارتباط بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية.

التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية		الارتباط المتغيرات
معامل الارتباط	مستوى المعنوية	
اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية	0.014	-.263*

* دال عند مستوى 0.05 " دال عند مستوى 0.01
تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson للتحقق من الارتباطات المتوقعة بين الأبعاد المحددة، وأوضحت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

جدول رقم (17) مصفوفة الارتباط بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية.

التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية		الارتباط المتغيرات
مستوى المعنوية	معامل الارتباط	
0.105	-0.176	اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

* دال عند مستوى 0.05 " دال عند مستوى 0.01

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson للتحقق من الارتباطات المتوقعة بين الأبعاد المحددة، وأوضحت النتائج عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين تأثيرات استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية

جدول رقم (18) مصفوفة الارتباط بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين المجالات المستخدمة لل chat-gpt في المؤسسات الصحفية

اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية		الارتباط المتغيرات
مستوى المعنوية	معامل الارتباط	
0.588	-0.059	تأليف القصص والروايات
0.562	-0.063	انشاء رسائل بريد الكترونية-E-mail
0.277	0.119	تحليل البيانات الضخمة والمعقدة
0.366	-0.099	تحرير محتوى نصي متماسك
0.272	0.120	انشاء نصوص مترجمة تعبر عن اساسيات اللغة
0.400	-0.092	تقديم اجابات مناسبة للاستئلة المطروحة
0.191	-0.142	عرض خدمات والاعلان عنها

* دال عند مستوى 0.05 " دال عند مستوى 0.01

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson للتحقق من الارتباطات المتوقعة بين الأبعاد المحددة، وأوضحت النتائج عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية وبين المجالات المستخدمة لل chat-gpt في المؤسسات الصحفية

مناقشة نتائج الدراسة:

توصلت الباحثة إلى عدة نتائج من خلال تطبيق نموذج قبول التكنولوجيا على تقنية الشات جى بى تى والمنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي على عينة الدراسة من الصحفيين بالصحف والمواقع الإلكترونية وقياس قابلية استخدامهم لهذه التقنية، علاوة على تزويدهم بالمعارف الجديدة، قياس مهاراتهم الأكاديمية طبقاً لطبيعة عملهم، بالإضافة إلى الاستفادة العامة التي تعود على الصحفيين نتيجة الاستخدامات المختلفة، وكذلك التعرف على التسهيلات المتاحة للشات المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل، علاوة على الدور الفعال في تحسين الأداء الوظيفي لدى القائمين بالإتصال (صحفيين، ومحررين، ومصورين). وقد جاءت النتائج لتؤكد:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو استخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع، حيث تبين أن قيمة ت (0.367) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوي معنوية 0.714 ، وعلي هذا يمكن القول بعدم ثبوت صحة الفرض. بالإضافة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات الايجابية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع ، حيث تبين أن قيمة ت (1.933) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوي معنوية 0.57، أيضاً يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثيرات السلبية لاستخدام تقنية Chat- Gpt بالمؤسسات الصحفية الإلكترونية تعزي لمتغير النوع ، حيث تبين أن قيمة ت (1.933) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوي معنوية 0.57 .

- توصلت الدراسة إلى أن استخدامات تطبيق الشات جى بى تى المنبثقة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لها دور حيوي في تنمية وتطوير وتحسين المستويات المعرفية والإدراكية لدى الصحفيين بالمؤسسات الصحفية، وأن لها دور كبير في توسيع التغطية الصحفية للأحداث ومن هذه الاستخدامات القيام بالتعليقات الذكية، وإنشاء محتوى تسويقي وإعلاني مناسب وجعل العمل أكثر فاعلية، بالإضافة إلى تقديم الدعم الكامل للمستخدمين والعملاء فبالوقت المناسب لتحقيق الرضا الكامل لديهم إضافة إلى حل المشكلات وتثقيف الجمهور، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الدنانى، عبد الملك، وآخرون 2023)، ودراسة

- (kim, kyung,don 2023),(jamal kaid,Mohamed et,al 2023)

- في إطار تطبيق نظرية قبول التكنولوجيا توصلت الدراسة إلى أن استخدامات الشات جى بى تى المنبثقة من تقنية الذكاء الاصطناعي لها دور قوى وفعال في إنشاء وتطوير الإعلانات والترويج لها واستخداماتها في تحسين العلاقات العامة ذات الارتباط بتطوير

المؤسسات الإعلامية بما يتماشى مع التطور التكنولوجي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (خضر، وفاء السيد 2024)

- كما عرضت الدراسة لبعض التأثيرات السلبية والتحديات التي تواجه استخدامات الشات جى بى تى المنبثقة من تقنية الذكاء الاصطناعي لدى العاملين بالصحف والمواقع الإلكترونية عينة الدراسة، وفي مقدمتها التخوف من استخدامه في الأعمال المنافية للأخلاق والقيم الإنسانية، وكذلك التخوف من تعرضها لتسريب المعلومات وخاصة في القطع المصرفي، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة v.pavlik,john2023 ودراسة j.rudoiph ,et,al 2023 ودراسة momen,ali,et,al 2023
- بينت نتائج الدراسة تعدد الاستخدامات المفضلة لتقنية الشات جى بى تى المنبثقة من تقنية الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات الصحية والثقافية والتجارية والتسويقية علاوة على مجال خدمة العملاء وغيرها من المجالات المتنوعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة jamal kaid,Mohamed,et,al 2023

توصيات الدراسة:

- ضرورة التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بدقة وحرص لتلافي سلبياتها، من خلال تصميم ميثاق شرف أخلاقي يتم تطبيقه في إطار تشريعي قانوني ملزم يهدف إلى تطبيق تلك التقنيات بالمؤسسات الإعلامية والصحفية في إطار أخلاقي يحافظ على القيم والتشريعات الضرورية.
- توصي الباحثة بضرورة توفير تقنيات الذكاء الاصطناعي ومنها الشات جى بى تى وغيرها من التقنيات التكنولوجية الحديثة بما يساعد على تطوير الأداء المهني والوظيفي بالمؤسسات الإعلامية والصحفية، مع القيام بعقد العديد من الدورات التدريبية للمتخصصين من الصحفيين والمحررين والمصورين في المجالات الإعلامية عامة والصحفية خاصة لرفع مستواهم المهني والتقني .
- أيضا ضرورة تعزيز مهارات القائمين بالإتصال من خلال التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال منهجية دائمة ومتابعة لمواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة، واتباع الأساليب الحديثة التي تتوافق مع البيئة التكنولوجية الجديدة.

مراجع الدراسة:

- 1) يحيى عبدالمهدي، هند، 2024، أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات Chat -Gpt في صناعة المحتوى الصحفي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد السابع والعشرون، الجزء الثاني، يناير، مارس 2024، المعهد العالي للإعلام بالشروق.
- 2) خضر السيد، وفاء، 2024: فاعلية استخدام التقنيات الحديثة " الذكاء الاصطناعي، الميتافرس، الشات جي تي بي " في مجالي التعليم وصناعة الصحافة في مصر: دراسة تطبيقية في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، ومدخل انتشار الأفكار المستحدثة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث والعشرون جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الأول، يناير/ مارس 2024.
- 3) Hussain, Kahid (2024): Exploring audience engagement with chat Gpt-related content on you tube: implications for content creators and AI tool developers, Digitap Business, vol(4), issue(1), june ,2024.
- 4) عمر محمد، شرين(2023): تقبل الشباب المصري لإستخدام تقنية Chat -Gpt كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي " دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد السادس والستون، الجزء الأول، يوليو 2023.
- 5) V.pavlik, john, (2023): collaborating with chat Gpt: considering the implication of Generative Artificial intelligence for journalism and media Education, journalism& mass communication Educator, 223, Vol (78), No (1), 84-93.
- 6) Kim, kyung Dong (2023): study on Artificial intelligence (Ai) and chat- gpt, comupition, the Korea Association for corruption studies, Available at: Researchgate.
- 7) Drew, Robb, (2023): chat-Gpt Vs. Goole Bard: Generative Ai Comparison, 2023, Available at: chat- Gpt vs. Google Bard Generative Ai comparison: EBSCOHOST (ekb. eg).
- 8) J. Rudolph, al (2023): chat -Gpt: Bullshit spewer or the end of traditional assessments in higher education? Journal of applied learning & teaching, vol (1), No (3), p.p, 21, sept. 2023.
- 9) Jamal kaid, Mohammed, ET. Al (2023), Impact of chat Gtp on Learning Motivation teachers and students, voices: <https://doi.org/10.56540/jesaf.v2.7.51>
- 10) Shidiq, Mohammed. (2023); the use of artificial intelligence based chat. Gpt and it's challenges for the world of education, from the viewpoint of the development of creative writing skills, proceeding of international conference on Education, society and humunity, vol(1), No (1), p.p1-5.
- 11) Momen, Ali, al (2023): trusting the Moral judgments of a robot: perceived Moral competence and human – likeness of a Gpt-3 Enabled AI: proceedings of the 56th trusting the Moral judgments of Robot: perceived Moral competence and human likeness of a Gpt-3 enabled Ai. 56th the Hawaii international conference on system science.p.501-510.

- 12)Kohi, sarvraj singh, (2023): using chat Gpt to write scientific manuscripts: frome of reference: journal of contemporary orthodontics, vol (7), No (1) p.p, 1-2.
- 13) Marcin frqckiewicz (2023): chat Gpt-3 and the future of journalism, in (13 Artificial intelligence, News, ts2 space, vol(1),
- 14)Ibal. Wayab and et al. Al (2022): Eoploring teacher's Altitudes towards using chat- Gpt: Global journal for management and administrative sciences, vol (3), issue (4), p.p, 97-111.
- 15)الزنتاتي، عبد الملك وآخرون: 2023: أوجه استخدامات تطبيق Chat -Gpt في المجال الإعلامي: دراسة استكشافية، مجلة بحوث العلاقات العامة، السنة الحادية عشر العدد السابع والأربعون، أكتوبر 2023م.
- 16)محمود عبدالمنعم، سحر ، 2020: اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، العدد 72، 2020.
- 17)خضير محمد، نسمة (2022): تقييم النخبة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ورويتهم لمستقبلها في إبداع المحتوي : دراسة وصفية استكشافية، مجلة كلية الفنون والإعلام ، جامعة مصراته، العدد الرابع عشر، ديسمبر، 2022م.
- 18)أحمد الحسين، هالة (2022)، التقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها علي محتوى الرسالة الإعلامية بمواقع الصحف الأجنبية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد(80)، يوليو/ سبتمبر (2022)، الجزء الثاني، ص1504
- 19)E.M. Rogers (2004): Aprospectin and retrospective look at the diffusion Model, Journal of health communication, Vol (9), No (1), p.p 13-17.
- 20)Haenlein, Michael, (2019), ABrief history of Artificial intelligence on the past, presen, and future of Artificial intelligence, califoria management, Review,vol(61), No (4), p.p 5-14.
- 21)سعد ابراهيم، محمد (2023): المسئوليات الأخلاقية والقانونية للصحفيين وعلاقتها السمات الشخصية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مايو 203، ص103.
- 22)كمال، وسام(2014): الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص245.
- *السادة المحكمين بالترتيب الأبجدي:**
1. أحمد حسين: أستاذ الإعلام المساعد المتفرغ، كلية الآداب، جامعة سوهاج.
 2. حنان جنيد: أستاذ العلاقات العامة، وعميد كلية الإعلام السابق، كلية الإعلام.
 3. فوزى عبد الغنى: أستاذ الإعلام المتفرغ ، كلية الآداب، جامعة سوهاج، والعميد السابق لجامعة فاروس.
 4. فاطمة الزهراء صالح: أستاذ الإذاعة والتلفزيون، ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة سوهاج.
 5. نرمين خضير: أستاذ العلاقات العامة ، ورئيس الجامعة العربية المفتوحة.
 6. مصطفى مندى السيد: مدرس الصحافة والإعلام الجديد،كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

23)J.V, pavlik, (2023): collaborating with chat-Gpt: considering the implications of generative arcifial intelligence for journalism and media education, journalism and mass communaction Education :availabl at: <http://doi.org/10.1177/1076958221149577>.

24)(24) Davis,F,D(2009),perceived use fullness, perceived Ease of use,and user Acceptance of information technology.MIS Quarterly, 2009,p.p 319-340.

25) (25) Venkatesh, et.al,2009,user Acceptance of information technology:toward aunified view,MIS Quarterly,vol(27),no(1),p.p425-478.