أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT فى صناعة المحتوى الصحفى

أ.م.د. هند يحى عبد المهدى عبد المعطى

أستاذ الصحافة المساعد بالمعهد الدولى العالى للإعلام بأكاديمية الشروق

ملخص البحث

تناولت الدراسة دراسة أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT فى صناعة المحتوى الصحفى، وتمثل الهدف الرئيسى لها فى رصد وتحليل استخدامات الصحفيين لتطبيقات أو منصات ChatGPT ،وعلاقة ذلك بمدركاتهم نحو أخلاقيات الممارسة المهنية ، ورصد الأخطاء والتجاوزات الأخلاقية ،التى من الممكن أن يقع فيها الصحفيون فى مصر عند استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT لصناعة المحتوى الصحفى، وتقديم مقترحات لتحسين استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفى. واستندت الدراسة فى بناء متغيراتها وتفسير نتائجها إلى نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستعانت الدراسة بمنهج المسح الإعلامى، ومنهج الدراسات

النظرية. والنموذج التحليلى لتحليل البيانات، واعتمدت هذه الدراسة على أداة الاستبيان التى تم توزيعها على عينة عمدية من الصحفيين فى الصحف (القومية – الحزبية– الخاصة) الذين يستخدمون منصات أو تطبيقات CHATGPT لصناعة المحتوى الصحفي، وبلغ قوامها (123) مفردة. ومن أهم نتائج الدراسة: أن من أكثر المنصات المجانية التى اعتمد عليها الصحفيون بدرجة كبيرة فى العمل الصحفى هى منصة " Google Bard " ، يليها منصة Microsoft Bing ، ثم منصة GPT-3 . وزيادة وعي الصحفيين بمصداقية ودقة CHATGPT" من خلال تقييم الصحفى لدرجة دقة إجابات منصات أو تطبيقات CHATGPT كمصدر للمعلومات ". ووجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية. ووجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين وعى الصحفيين بتأثير ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT.

Ethics of using ChatGPT applications and platforms in creating journalistic content

DR. Hend Yahia Abd El Mohdy Abd El Moati

Assistant Professor of Journalism at the Higher International Institute for Media, Shorouk Academy

Abstract

The study examined the ethics of using ChatGPT applications and platforms in creating journalistic content. Its main objective was to monitor and analyze journalists' uses of ChatGPT applications or platforms and its relationship to their perceptions of the ethics of professional practice, and to monitor the ethical errors and transgressions that journalists in Egypt may fall into when using applications. Or ChatGPT platforms for creating journalistic content, and presenting proposals to improve the use of ChatGPT applications or platforms for creating journalistic content. In constructing its variables and interpreting its results, the study was based on the theory of social responsibility for the media. This study belongs to descriptive studies, and the study used the media survey method and the theoretical studies method. And the analytical model for analyzing the data. This study relied on the questionnaire tool that was distributed to a deliberate sample of journalists in newspapers (national - partisan - private) who use CHATGPT platforms or applications to create journalistic content, and it consisted of (123) items. One of the most important results of the study is that one of the free platforms that journalists rely on to a large extent in journalistic work is the "Google Bard" platform, followed by the Microsoft Bing platform, and then the GPT-3 platform. And increasing journalists' awareness of the credibility and accuracy of CHATGPT "through the journalist's evaluation of the degree of accuracy of answers from CHATGPT platforms or applications as a source of information." There is a positive, moderate, statistically significant correlation between the ways journalists benefit from ChatGPT applications or platforms and the degree of their awareness of its impact on the ethics of professional practice. There is a positive, moderate, statistically significant correlation between journalists' awareness of the impact of ChatGPT on the ethics of professional practice and the extent of their reliance on ChatGPT.

مقدمة

إن تقنيات الذكاء الاصطناعى عبارة عن برمجيات مجتمعة وبسرعات كبيرة وفائقة فى عمليات التحليل والتحديد والتصميم والتنفيذ والرقابة، ويتم العمل فيها بشكل متكامل. وبمشاركة تامة لمختلف أدوات المعرفة التى يصعب حصرها .والخوض بتفاصيلها، إضافة إلى البيانات والمعلومات التاريخية والمجددة بشكل مستمر، وتشتمل هذه البرمجيات على نماذج المعرفة ونماذج دلالات الألفاظ، ونماذج إلتقاء البيانات وأنماط المعرفة.[1]

وفي ظل هذا الزخم الناتج عن إطلاق تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحرة Open AI للاستخدام العام؛ وما ترتب عليه من موجة شديدة ما بين مؤيد ومعارض؛ وما ترتب عليه من تحولات سريعة في إمكانات التطبيقات والنظم التي قد يدعى بعضها أنها أصبحت ضمن فئة الذكاء الاصطناعي بين عشية وضحاها. وبغض النظر عن انبهار البعض بهذه الموجة وكأن الذكاء الاصطناعي لم يولد إلا بولادة ChatGPT ، وهو الأمر غير الصحيح كلياً، فإن هذا الاتجاه قد بدأ وسوف يستمر ويتطور مثله مثل بقية التقنيات الناشئة Emerging Technologies التي عاصرها الإنسان.

فالهدف الرئيسى لتطبيقات الذكاء الاصطناعي هو محاكاة الذكاء البشري والخبرات المتراكمة لتحسين الحياة البشرية وخدمة الإنسان ومساعدته من خلال تطوير برمجيات وأنظمة قادرة على القيام بالمهام وبذكاء عالي[2].

ChatGPT هو عبارة عن روبوت يستخدم الذكاء الاصطناعي لإنتاج النصوص، أنشأته شركة OpenAI، ومن أبرز مميزاته قدرته على إجراء محادثات مع المستخدمين بشكل يشبه كثيرًا طريقة البشر، يمتاز بمرونة عالية، ويعطي إجابات

مكتوبة للأسئلة وكأن طرفان من البشر يديران الحديث، وكان اللافت في طريقته هو رفضه الإجابة على الأسئلة غير اللائقة مثل كيفية سرقة منزل، أو كيف يتم التنمر على فلان؟

فيوجد بعض تجارب الأشخاص المُستخدمين بالفعل للروبوت، وخلالها لم يعطيهم الروبوت إجابات صحيحة أحيانًا، ولم يوفر أحدث المعلومات فلم يجيب مثلاً عن سؤال من حصل على كأس العالم 2023م. لذا يصعب عن طريقه إنتاج محتوى كامل، لكن نستطيع من خلاله الاستفادة من عدة مميزات مثل العثور على أفكار جديدة، وتيسير بعض المهام الفرعية لتوفير الوقت، فهو أداة تيسر على البشر ولكن لا تحل محلهم[3].

كما تواجه صناعة المحتوى الصحفي تحديات أخلاقية متزايدة مع انتشار التكنولوجيا الذكية، خاصة مع تقدم ChatGPT في تكنولوجيا معالجة اللغة الطبيعية. هذه التقنية قد تثير تساؤلات حول نوعية المحتوى الذي يتم إنتاجه، والتأثيرات الأخلاقية المحتملة على المستهلكين. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور العديد من التساؤلات حول أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفى، خاصةً في ظل انتشار الأخبار الزائفة والتضليل المعلوماتى.

مشكلة الدراسة:

إن لكل تقنية فوائد ومخاطر، ومن أكثر ما تولد عن تقنيات الذكاء الاصطناعي من مخاطر ما يشير إليه البعض من تفوق الآلة على البشر نتيجة اعتمادهم عليها، وتدني مستوى الذكاء البشري الذي من المفترض أن تحاكيه الآلة، إضافة إلى تراجع الطلب، بل واختفاء بعض الوظائف كلياً لتحل محلها الآلة. وتعتبر التطورات التكنولوجية الحديثة مثل تقنيات الذكاء الاصطناعي من أبرز العوامل التي تؤثر على

مجالات متعددة، بما في ذلك صناعة المحتوى الصحفي. تسهم تقنيات مثل ChatGPT في توليد محتوى بشكل أوتوماتيكي، مما يثير تساؤلات حول الأخلاقيات المتعلقة بإنتاج واستخدام هذا النوع من المحتوى.

وتعد صناعة المحتوى الصحفي واحدة من الصناعات الهامة في عالم الإعلام والاتصالات. ومع تطور التقنيات الحديثة وظهور منصات التواصل الاجتماعي، أصبح ChatGPT من أكثر المنصات استخداماً فى عدة مجالات واجتذاب العديد من الجمهور. ولكن مع تزايد استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT فى عدة مجالات، تُطرح بعض التساؤلات حول أخلاقيات استخدام هذه المنصة وتأثيرها على جودة المحتوى الصحفي. لذا تتبلور مشكلة الدراسة حول دراسة أخلاقيات استخدام ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفي وتحديد أهم الأسس الأخلاقية التي يجب اتباعها، وتأثير ذلك على جودة المحتوى الصحفي وصناعته، بما في ذلك قضايا الدقة والمصداقية، والتأثير على الخصوصية والتلاعب بالمعلومات.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية فى الجانب الذى تتناوله، حيث تتصدى لأخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT فى صناعة المحتوى الصحفى، وذلك لدعم وتطوير مهنة الصحافة والصحفيين، وتعد هذه الدراسة استكمالاً للخريطة البحثية فى تكنولوجيا الصحافة، خاصة فى ضوء توجهات الحكومة المصرية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعى والتكنولوجيا فى شتى المجالات. وبالتالى تتمثل أهمية الدراسة فى النقاط التالية:

- قلة اهتمام البحث العلمى فى مصر وفى الخارج بدراسة أخلاقيات استخدام التكنولوجيا عامة، وأى تقنية حديثة فى صناعة المحتوى الصحفى.

- مواكبة الدراسة لتقنية حديثة جدا مثل – ChatGPT– وتسعى جميع المجالات للإستفادة منها حول العالم.
- أن هذه الدراسة تقدم توصيفًا للإشكاليات الأخلاقية المرتبطة باستخدامات الصحفيين لتطبيقات ومنصات ChatGPT فى العمل الصحفى، وهو مجال بحثى لم تتطرق إليه كثير من الدراسات فى المكتبة الإعلامية العربية، ومن ثم فإنها تسعى لسد فراغ بحثى فى حقل دراسات الإعلام الجديد.
- تحاول هذه الدراسة أن تضع تصورًا لتفسير إشكالية رئيسية فى البحث العلمى وتحديداً فى مجال دراسات الإعلام الجديد والتشريعات الصحفية، ترتبط بالعلاقة بين اعتماد الصحفيين على تطبيقات ومنصات ChatGPT فى العمل الصحفى ومدى التزامهم بأخلاقيات الممارسة المهنية.
- عدم وجود مواثيق شرف وأخلاقيات واضحة – على أرض الواقع– لاستخدام أى تقنية حديثة .
- صارت تطبيقات ومنصات ChatGPT أحد أبرز الأدوات التى يعتمد عليها الصحفيون فى العمل الصحفى فى مختلف مراحله.
- هناك ضرورة لنشر الوعى بين مستخدمى تطبيقات ومنصات ChatGPT من الصحفيين بما هو مقبول أو غير مقبول من سلوكيات وتصرفات عند استخدامه لصناعة المحتوى الصحفى.
- حث الصحفيون على مراعاة القيم المهنية بمجال الصحافة عند استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT لصناعة المحتوى الصحفى.

- التعرف على أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفى، مما يساعد على تطوير هذه الصناعة وحماية الجمهور من الأخبار الزائفة والتضليل المعلوماتى.
- توضيح الأسس الأخلاقية التي يجب اتباعها وتحديد السلوكيات غير الأخلاقية التي يجب تجنبها عند استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفي.
- الحاجة الملحة لفهم الأخلاقيات المتعلقة بتقنية ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفي، وذلك لتطوير إطار أخلاقي يساهم في ضمان جودة المحتوى ومصداقيته، وحماية حقوق الأفراد والخصوصية.
- فحص الفرص والتهديدات المحتملة لاستخدام الشات جى بى تى فى البيئات الصحفية.
- مناقشة الخطط المستقبلية للصحافة أثناء استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT فى ضوء هذه النماذج للذكاء الاصطناعى.
- تمر المرحلة الحالية بتغييرات تكنولوجية حول استخدام وتطويع التقنيات التكنولوجية فى مجال الإعلام عامة ومجال الصحافة خاصة وتحمل تحديات مستقبلية أمام الجمهور والقائمين بالإتصال على حد سواء.
- قد تسهم نتائج الدراسة فى تحديد ما تحتاجه الصحافة من تقنيات تكنولوجية لتطويرها وتحسينها، ومحاولة تطوير عمل الصحفى من خلال استخدامه لأحدث التقنيات التكنولوجية، والعمل على وعي وإدراك الصحفيين بأخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات ChatGPT لصناعة المحتوى الصحفى،

واتجاهاتهم نحوها. وقد ينتفع رؤساء التحرير وصناع ومتخذى القرار بالصحف من نتائج وتوصيات هذه الدراسة البحثية عند الاطلاع عليها لاتخاذ كل ما يرونه مناسبا بخصوص توظيف ChatGPT بمجال الصحافة.

الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين كالآتي:

المحور الأول : أخلاقيات استخدام التقنيات التكنولوجية بمجال الصحافة والإعلام

سعت دراسة **(السيد عبد الفتاح جاب الله، 2023)** [4] إلى مناقشة موضوع الوكالة الأخلاقية للروبوت لمحاولة الكشف عن مدى إمكانية أن يصبح الروبوت وكيلاً أخلاقياً، أي قادراً على التصرف واتخاذ قرارات عقلانية فيما يتعلق بالسلوك الأخلاقي، وهل سيكون الروبوت مسئولاً أخلاقياً عن نتيجة قراراته وأفعاله أم لا؟ وماذا ستكون العواقب البشرية لمحاولة أتمتة صنع القرار الأخلاقي؟ والوقوف على دراسة القضايا والإشكاليات التي ارتبطت بهذا المشروع، والإسهام في توضيح الجهود المبذولة فيه ومدى جدواها والتحديات التي تواجهه. كما سعت دراسة **(هيثم جودة مؤيد، 2023)** [5] إلى استكشاف مدركات القائمين بالاتصال بالمؤسسات الصحفية المصرية لتأثير صحافة الروبوت على الأدوار الوَظِيْفيّة المتمثلة في النشر والأخبار والشرح والتفسير والنقد والرقابة، والتنبؤ بأي من المعايير الذاتية والتنظيمية والإعلامية المؤثرة في مدركاتهم، وذلك استناداً على نظرية السلوك المخطط كإطار مفسر لها، وكذلك استكشاف مدركاتهم للعوائد والمخاطر المرتبطة بتلك الخوارزميات على قيم الممارسة المِهنِيّة المتمثلة في المصداقية والدقة والموضوعية، والتعرف على دور المتغيرات الوسيطة في العلاقات الانحدارية مع تحديد نوع الوساطة إذا كانت كلية أو جزئية. وقد أجرى الباحثُ في

إطار ذلك دراسة ميدانية طبقها على عينة قوامها (140) مفردة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها: يتوقع القائمين بالاتصال بأن المميزات النسبية لصحافة الروبوت وطبيعة الأدوار الوظيفية المتمثلة في الدور الإخباري والتفسيري والرقابي قد تكون مؤثرة في النية السلوكية بشكل مباشر مقارنه بتوقعاتهم لتأثر الممارسات المهنية والأخلاقية المتمثلة في المصداقية والموضوعية والخصوصية.

وتناولت دراسة **(Olunifesi Suraj and Allwell Uwazuruike, 2023)** [6] التحقيق في صحافة الروبوت والأمن القومي ،ومستقبل العلاقات العسكرية والإعلامية في نيجيريا، حيث كان للتكنولوجيات الناشئة والمدمرة تأثير لا شك فيه على الصحافة؛ من الطباعة إلى الراديو إلى التلفزيون. لقد أصبح استخدام الذكاء الاصطناعي جزءاً من أدوات الصناعة. فقد تمكن برنامج كمبيوتر، مثل برنامج هيليوجراف، من إنتاج 300 مقال إخباري عندما تم إطلاقه لتغطية دورة الألعاب الأوليمبية في ريو، في حين تمكن برنامج Wordsmith التابع لشركة Automated Insights من إنتاج 1.5 مليار مقال سنويا. بناءً على ما سبق، سعت هذه الدراسة إلى دراسة كيف غيرت الصحافة الخوارزمية، وهي تطور ناشئ في الغرب، وارتكزت الدراسة على نظريات النظم الاجتماعية التقنية وثراء الإعلام. وبجانب المراجعة المنظمة للأدبيات، تم استخدام مسح كمي، وتم الحصول على البيانات التي تم تحليلها من 200 صحفي نيجيري تم اختيارهم من وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية والمطبوعة في جميع المناطق الجيوسياسية. وأظهرت النتائج أنه بصرف النظر عن موضوعية الأخبار ودقتها وإلحاحها، يزعم المفكرون العمليون أن الذكاء الاصطناعي لن يحل محل الذكاء البشري، بل سيزيده مع الاعتراف بأنه يخلق عدم الثقة ويولد تطورًا جديدًا في صراع الأخلاقيات المهنية من وجهتي النظر العسكرية والصحفية، والتي يمكن أن يؤخر أو

يعرقل التطبيقات العملية للتكنولوجيا، بل ويؤثر على التشريعات بشكل يؤدي إلى نتائج عكسية. وأوصت الدراسة بأن يقوم صناع القرار الرئيسيون في مجال الأمن القومي ووكالات الأنباء بتعمد تخفيف حدة العداء بين مبدأ الإعلام المتمثل في "الحق في المعرفة" مقابل إيمان الجيش بـ "الحاجة إلى المعرفة"، مع التخفيف من حدة المبادئ الأخرى. القوى التي تعيق التبني الأمثل للتكنولوجيا الآلية مثل الثقافة التنظيمية والبنية التحتية التكنولوجية والتشريعات. وبحثت دراسة **(Sadia Jamil, 2023)** [7] في الصحافة الآلية وحرية الإعلام، وفهم الآثار القانونية والأخلاقية في الأنظمة الاستبدادية التنافسية. فاليوم، تبشر المؤسسات الإخبارية في العديد من البلدان المتقدمة، باعتبارها جزءًا من العالم الرقمي، بطرق جديدة لإنتاج الأخبار من خلال الصحافة الآلية وتبني نوعًا جديدًا من التحديات المتعلقة بالتكنولوجيا. ويمكن أن تختلف العلاقة بين الصحفيين والأتمتة بشكل كبير في السياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة، مما يشير إلى النظر في كيفية تأثير الصحافة الآلية على حرية وسائل الإعلام من خلال مشاكل قانونية وأخلاقية متنوعة. في حين أن آثار الصحافة الآلية على حرية الإعلام في العديد من الدول الديمقراطية الغربية موضع تساؤل، فمن الضروري النظر في آثارها على حرية الإعلام في الأنظمة الاستبدادية التنافسية. وتتناول هذه الدراسة بشكل خاص حالة باكستان. وبالاعتماد على نظرية المؤسساتية الجديدة، تساهم هذه الدراسة في تحليل المعضلات القانونية والأخلاقية المحتملة التي يمكن أن تنشأ عن ممارسة الصحافة الآلية في مؤسسة الصحافة الباكستانية، مما يؤثر على حالة حرية الإعلام في البلاد، ويعد هذا التحليل ضروريًا لإعداد الصحفيين الباكستانيين لممارسة الصحافة الآلية ولتطوير إطار تنظيمي يمكنه التعرف على التحولات التي تقودها الأتمتة في الصحافة. علاوة على ذلك، تستخدم هذه الدراسة المنهج النوعي للمقابلات المتعمقة وتستخدم التحليل الموضوعي لعرض نتائج الدراسة.

واستهدفت دراسة **(إنجى لطفى، 2022)** [8] التعرف على رؤية الأكاديميين والخبراء المتخصصين لتطبيق الصحفيين للمعايير الأخلاقية عند استخدام البث المباشر عبر حسابات المؤسسات الصحفية على الفيس بوك من عدمه، ومقترحات لتطوير خاصية البث المباشر وتقنين حالات استخدامها، وتنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح الوصفي، واستخدمت دليل المقابلات المتعمقة وطبقت على عينة عمدية بإجمالي 62 مفردة بواقع) 31 مفردة) لكل من الأكاديميين و) 31 مفردة(من الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام الرقمي. ومن أهم نتائج الدراسة: أنه اتفقت نتائج المقابلات مع الخبراء والأكاديميين على أن أسباب استخدام المؤسسات الصحفية لخاصية البث المباشر تتمثل في تحقيق العائد المادي، وإصرار وتصميم القائمين على المواقع الصحفية بتحقيق الانتشار على حساب المهنية، وتحقيق التفاعل على مواقع الشبكات الاجتماعية. وأكدت المقابلات مع الخبراء والأكاديميين على ضعف درجة التزام الصحفيين في تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية عند استخدام البث المباشر، ودلائل ذلك عدم الالتزام بالموضوعية، وعدم احترام خصوصيات المواطن، وعدم استخدام لغة سليمة، وعدم التوازن في وجهات النظر. وحاولت دراسة **(جيهان سباق، 2022)**[9] رصد التأثيرات التى أحدثها التحول الرقمى على اتجاهات وأخلاقيات القبائم بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفى فى المواقع الإلكترونية للصحف، واعتمدت الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية المسئولية الاجتماعية ونموذج تقبل التكنولوجيا TAM ، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، كما استخدمت أداة الاستبيان الإلكترونية، وأجريت الدراسة على عينة قوامها 62 صحفيا يعملون فى الصحف الإلكترونية، بهدف إدراك العلاقة بين (الأداء المتوقع– الفائدة المتوقعة – الخبرة المهنية– مستوى المهارات الرقمية) واتجاهات الصحفيين نحو الإلتزام بالمسئوليات الأخلاقية، وأكدت النتائج على حرص القائمين بالاتصال على الإلتزام بأخلاقيات العمل الصحفى فى المواقع الإلكترونية للصحف التى يعملون بها.

وهدفت دراسة **(ناهدة محمد مخادمة، 2022)**[10] إلى تعرُّف درجة التزام الصحفيين الأردنيين بأخلاقيات، وقوانين الصحافة عبر وسيلة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" من وجهة نظرهم، تم اتباع المنهج الوصفيّ التحليلي للإجابة عن أسئلة الدِّراسة، وقد بلغت عينة الدِّراسة من (206) صحفي وصحفية خلال العام 2022م. وأظهرت النتائج أنَّ التزام الصحفيين الأردنيين بأخلاقيات وقوانين الصحافة عبر الفيسبوك قد جاء بدرجة (مُرتفعة) حيث جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للأخلاقيات الفقرة: "أعتمد على مبدأ الحوار والنقد مع كاتبي التعليقات". أما بالنسبة للقوانين فجاءت في المرتبة الأولى الفقرة: "ألتزم بعدم نشر معلومات تحث على الكراهية، والإرهاب، والعنف، وإثارة الفتن". وأظهرت الدراسة فروقًا ظاهرية بين المُتوسطات الحسابيَّة لاستجابات الأفراد على المجالات، والدرجة الكلية لالتزام الصحفيين الأردنيين بأخلاقيات، وقوانين الصحافة عبر الفيسبوك وفقًا للمُتغيرات الديموغرافية: النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة.

وذكر **(صلاح عثمان، 2022)** [11] فى دراسته حول أخلاقيات الآلة أنها تُعد جزءًا من أخلاقيات الذكاء الاصطناعي المعنية بإضافة أو ضمان السلوكيات الأخلاقية للآلات التي صنعها الإنسان، والتي تستخدم الذكاء الاصطناعي، وهي تختلف عن المجالات الأخلاقية الأخرى المتعلقة بالهندسة والتكنولوجيا، فلا ينبغي الخلط مثلاً بين أخلاقيات الآلة وأخلاقيات الحاسوب. وتهدف الدراسة إلى تتبع مبدأ أخلاقياً مثالياً أو مجموعة من المبادئ، للإسترشاد بهذه المبادئ فى القرارات التى تتخذها حول مسارات العمل التى يمكن أن تسلكها. وسعت دراسة **(حسين ربيع، 2021)**[12] إلى تقديم تصور مقترح لمدونة سلوك أخلاقية يمكن أن تسهم في ضبط وتنظيم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الاسترشاد بالمواثيق الأخلاقية ومدونات السلوك المهنية الصادرة عن عينة من المؤسسات

الإعلامية العربية والدولية. وقام الباحث برصد ما يتعلق بتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في مدونات السلوك المهنية والمواثيق الأخلاقية الخاصة بـ(27) مؤسسة وهيئة إعلامية وصحفية عربية ودولية، وخلصت الدراسة إلى أن هذه المواثيق الأخلاقية ومدونات السلوك المهنية بما اشتملت عليه من معايير وقواعد خاصة بتعامل الصحفيين مع الشبكات الاجتماعية تؤكد بشكل عام على أن الأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الإعلام التقليدي تبقى صالحة في مجال الإعلام الاجتماعي، وعليه، فإن الصحفي في فضاءات الإعلام الاجتماعي لا يتحرر من المبادئ الأخلاقية التي تنظم ممارسته المهنية، ولعل هذا ما دفع هذه المؤسسات إلى اتخاذ إجراءات لضبط وتنظيم تعامل منتسبيها مع مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها على النحو الإيجابي الذي يضمن استثمار إمكانيات هذه المواقع وشعبيتها في خدمة العمل الإعلامي المهني.

واهتمت دراسة **(وائل العشرى، 2020)**[13] في التعرف علي رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، واعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على منهج المسح، وأداة الاستبيان التى تم توزيعها على الصحف القومية والحزبية والخاصة، وأجريت الدراسة على عينة 200 مفردة من الصحفيين، ومن أهم نتائج الدراسة أن أغلب الصحفيين أجمعوا على عدم وجود دليل ينظم استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وتبين للباحث أن ما هو موجود في هذا الصدد عبارة عن مجموعة من القواعد موجودة أحيانا ضمن أدلة السياسة التحريرية الموجودة لدى بعض الصحف.

أما دراسة **(المعز بن مسعود، 2019)** [14] فقد تناولت أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية، وذكرت أن الحصول على الخبر الصحفي والانفراد به يَعدً في حد ذاته سبقا صحفيا إلا أنه في الكثير من الأحيان، وفي سبيل ضمان سرعة الانتشار، قد تغيب الدقة والموضوعية عن الخبر المنشور عبر الإنترنت لعدم التدقيق في صحة المصدر، أو لثقة الصحفي المتناهية فيه. وهذا قد يؤدي إلى أزمة ثقة مع جمهور الصحيفة الإلكترونية الذي قد تتاح له فرصة التحقق من مصداقية المعلومات التي تصله عبر الإنترنت، وذلك من خلال التقاطعات التي يبنيها بين المواد الإعلامية في المواقع الإلكترونية حول الخبر نفسه المتصل بالسبق الصحفي.ومن جهة أخرى، غالبا ما تستند المواد الإعلامية المحررة في الصحف الإلكترونية إلى مصادر مواقع وكالات الأنباء على الإنترنت أو الصحف الورقية أو الإلكترونية الأخرى، دون ذكر المصدر،مما يطرح إشكاليات حول معيار الأمانة الصحفية وأخلاقيات العمل الصحفي، ومصداقيتهً، ويكون سببا في اهتزاز ثقة الجمهور في الوسيلة الإعلامية. وسعت دراسة **(أمانى عبد المقصود، 2019)**[15] إلى دراسة مدى وعى طلبة الإعلام بالضوابط الأخلاقية لاستخدام وسائل التواصل الإجتماعى، وركزت على غياب معايير الرقابة الذاتية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بالانحراف والتجاوز من قبل هؤلاء المستخدمين.ومن أهم نتائج الدراسة : عدم إدراك الطلاب لوجود قوانين تنظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة في مصر والتي تم إقرارها من مجلس الشعب في 2018.

واستهدفت دراسة **(بسام المكاوى، 2018)**[16] التعرف علي رؤية الصحفيين في الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة المهنية، حيث أجريت الدراسة علي عينة من 60 مفردة من الصحفيين في الصحف الإماراتية، وتوصلت الدراسة إلي أن غالبية أفراد العينة يرون أن السياسة التحريرية والصحفي هما الأساس في التزام الصحف

بالمعايير الأخلاقية، و أن معايير الصدق، والدقة، والموضوعية من أكثر المعايير التي يراعيها القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية، كما أشارت النتائج إلي أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتمدون علي مواثيق الشرف الصحفية في المقام الأول كمرجعية لهم عند مواجهة معضلة أخلاقية. وسعت دراسة **(رباب التلاوى، 2018)**[17] إلى تحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامى فى المواقع الإخبارية الإلكترونية، وتنتمى هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، مستهدفة الكشف عن مستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب فى المواقع الإلكترونية الإخبارية فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب وذلك من خلال رصد وتحليل التجاوزات الأخلاقية للخطاب الإعلامى فى المواقع عينة الدراسة، وسعت الدراسة إلى الدمج بين التحليل الكمى والكيفى من خلال التكامل بين الأدوات المستخدمة، حيث إعتمدت على أداتى تحليل القوى الفاعلة وحقول الدلالة فى تعميق نتائج تحليل المحتوى.

وكشفت نتائج الدراسة المتعلقة بأخلاقيات الإعلامى فى المواقع الإلكترونية الإخبارية فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب والتى تؤكد على فكرة أساسية محورها هو كيفية الخروج بآلية تعامل مع وسائل الإعلام البديل مع الجوانب الأخلاقية.

وتناولت دراسة

(Konstantin Nicholas Dörr and Katharina Hollnbuchner2017)[18]

التحديات الأخلاقية للصحافة الخوارزمية، فمع إضفاء الطابع المؤسسي على الخوارزميات كمنشئي المحتوى، تواجه الصحافة المهنية تحولًا وتحديات أخلاقية جديدة. وتركز هذه الدراسة على مفهوم الصحافة الخوارزمية على أساس توليد اللغة الطبيعية وتوفر إطارًا لتحديد ومناقشة القضايا الأخلاقية. يعتمد التحليل على النظريات الأخلاقية لأخلاقيات المهنة، والنفعية، وأخلاقيات الفضيلة، والتعاقدية، ويعيد رسم

خريطة للمناقشة الأخلاقية للصحافة الخوارزمية عند تقاطع أخلاقيات الإعلام الرقمي وأخلاقيات الإنترنت. من أجل التقاط مجموعة كاملة من التحولات والتحديات المحتملة في أخلاقيات الصحافة، تجمع الدراسة بين النظام الأخلاقي متعدد الطبقات للمسؤولية الذي وضعه بورر مع تصنيف الصحافة من قبل فايشنبرج ومالك وشول على أساس تنظيمي ومهني وفردي والمجال الاجتماعي والجمهور. يتم بعد ذلك استكمال هذا الإطار التحليلي بالسمات المستمدة من الإمكانات التقنية للصحافة الخوارزمية. ونتيجة لذلك، يكشف التحليل عن تحديات أخلاقية جديدة وتحولات في المسؤولية في إنتاج الأخبار لممارسة الصحافة والبحث الصحفي على مستويات الموضوعية والسلطة والشفافية، وعلى مستوى القيم الضمنية أو الصريحة.

كما تناولت دراسة (**Bruce Mutsvairo, Simon Columbus & Iris Leijendekker, 2014**)[19] استكشاف دور أخلاقيات صحافة المواطن في المجال العام الشبكي الناشئ، حيث تبرز صحافة المواطن كظاهرة قوية في جميع أنحاء أفريقيا، فظهور تقنيات الشبكات الرقمية يعيد تشكيل التقارير في جميع أنحاء القارة. وهذا التغيير هو تكنولوجي (حيث تتيح منصات وسائل التواصل الاجتماعي أشكالاً جديدة من نشر القصص وتلقيها ومناقشتها)، فضلاً عن كونه ثقافياً، مع ظهور أعراف خاصة على هذه المنصات. وتتناول الدراسة المعتقدات الأخلاقية للصحفيين المواطنين في العديد من بلدان أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى. وأظهرت الدراسة أنهم مدفوعون بشعور بالمسؤولية الاجتماعية والرغبة في إعلام قرائهم وعامة الناس. كما يُظهر الصحفيون المواطنون توجهاً واضحاً مناهضاً للاستبداد وكراهية للتنظيم الحكومي، ومع ذلك فإن معظمهم يعتبرون أنفسهم خاضعين لنفس الأخلاقيات التي توجه الصحافة التقليدية. وسعت دراسة **(Kathleen Bartzen Culver، 2014)** [20] إلى دراسة الآثار الأخلاقية لتكنولوجيا الطائرات بدون طيار في الصحافة ، المركبات الجوية

بدون طيار (UAVs)، والمعروفة باسم "الدرونز"، هي تقنية عسكرية يتم تطويرها الآن للاستخدام المدني والتجاري في الولايات المتحدة. ومع تحرك الحكومة الفيدرالية لوضع قواعد لهذه الاستخدامات في المجال الجوي الأمريكي بحلول عام 2015، يفكر التقنيون والباحثون والمؤسسات الإخبارية في تطبيق تكنولوجيا الطائرات بدون طيار لإعداد التقارير وجمع البيانات. وتوفر الطائرات بدون طيار وسيلة غير مكلفة لوضع الكاميرات وأجهزة الاستشعار في الهواء لالتقاط الصور والبيانات ولكنها تثير أيضًا مخاوف جدية بشأن السلامة والخصوصية وتضارب المصالح والمنظور والمصداقية. فتناولت هذه الدراسة الاعتبارات الأخلاقية المبكرة بين مطوري صحافة الطائرات بدون طيار ونشطاء المعلومات الرقمية. فهى تضع هذه الاعتبارات على خلفية النظرية الأخلاقية النفعية المطبقة على الصحافة لاقتراح طبقات إضافية من التفكير التي يجب تطبيقها على الطائرات بدون طيار في التقارير. واقترحت الدراسة صياغة المبادئ التوجيهية الأخلاقية والشفافية مع الجمهور كوسيلة لمعالجة الآثار السلبية الحتمية لاستخدام هذه التكنولوجيا.

وتناولت دراسة **(Joshua Fairfield، and Hannah Shtein، 2014)** [21] القضايا الناشئة في أخلاقيات علم البيانات والصحافة، فمع انتشار تقنيات البيانات الضخمة في الصحافة، سواء كموضوع لإعداد التقارير أو كأدوات لجمع الأخبار، فإن أخلاقيات علم البيانات يجب أن تسترشد بأخلاقيات الإعلام وتستفيد منها. تستكشف هذه الدراسة المشكلات الناشئة في البحث الأخلاقي باستخدام تقنيات البيانات الضخمة، وهي تفعل ذلك باستخدام الإطار القائم على الواجب الذي قدمه دبليو دي روس، الذي أثر بشكل كبير على كل من علوم البحث وأخلاقيات الإعلام. ويجب أن يوفر الإطار الناجح الاستقرار والمرونة، وفي غياب الاستقرار، سوف تختفي الالتزامات الأخلاقية المسبقة مع تغير التكنولوجيا للتكاليف بسرعة. وبدون المرونة، فإن الأساليب التقليدية

سوف تصبح بالية بسرعة في مواجهة التغير التكنولوجي. وخلصت الدراسة إلى أن نهج روس القائم على الواجب يوفر الاستقرار في مواجهة التغير التكنولوجي السريع والمرونة في الابتكار لتحقيق الغرض الأصلي من المبادئ الأخلاقية الأساسية. وسعت دراسة **(Tendai Chari, 2013)** [22] إلى دراسة تقنيات الاتصال الجديدة وأخلاقيات الصحافة في زيمبابوي: الممارسات والممارسات الخاطئة. لقد غيرت تقنيات الإعلام الجديدة ممارسة الصحافة بطريقة عميقة ولم تكن زيمبابوي استثناءً. ومع ذلك، فإن الأبحاث حول تأثير هذه التقنيات على أخلاقيات الصحافة ضئيلة بشكل مثير للقلق. يميل الكثير من الاهتمام العلمي إلى التركيز على الاستخدامات تقنيات وسائل الإعلام الجديدة في الممارسة اليومية، في حين يتم دفع آثارها الأخلاقية إلى وراء الكواليس. هذا على الرغم من أن المنفعة الاجتماعية للصحافة كبيرة إلى حد كبير يعتمد على قدرته على العمل كمزود للمعرفة العامة . تناولت هذه الدراسة التحديات الأخلاقية التي يواجهها ممارسون الصحافة في زيمبابوي عند استخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني والهواتف المحمولة في عملياتهم، وجمعت الدراسة بين المسح والاستبيان ومقابلات شبه منظمة للحصول على بيانات حول التحديات والمعضلات الأخلاقية التى يواجهها ممارسي الصحافة في زيمبابوي. وكشفت نتائج الدراسة جدلية تأثير الإعلام الجديد تقنيات الصحافة، واقترحت أن يتم عرض الإنترنت والبريد الإلكتروني والهاتف الخلوي باعتبارها معززات وكذلك عقبات أمام الصحافة الأخلاقية. الدراسة تحفز على تطبيق علم اجتماع أخلاقيات الصحافة كإطار لدراسة التحديات الأخلاقية والمعضلات التي يواجهها ممارسي مهنة الصحافة عند استخدام تقنيات الإعلام الجديد.

المحور الثانى : استخدام ChatGPT بالإعلام

سعت دراسة (Khalid Hussainوآخرون، 2024)[23] إلى استكشاف تفاعل الجمهور مع المحتوى المرتبط بـ ChatGPT على YouTube ، وتم استخراج 100 مقطع فيديو على YouTube حصدت إجمالي 65 مليون مشاهدة على ChatGPT باستخدام ثلاثة تطبيقات واجهات برمجة التطبيقات (APIs)، وهي VidIQ وTubebuddy وSocialBlade. . وتم تحليل البيانات باستخدام طريقة واحدة ANOVA، SEM متعدد المجموعات، والرسوم البيانية الخطية المقارنة. وتوظيف الاستخدامات والإشباعات (U&G) في الإطار النظري، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المحتوى المبتكر مثل مقاطع الفيديو ذات الصلة بـ ChatGPT يحظى بالمزيد من التفاعل مقارنة بأنواع المحتوى الأخرى من نفس قنوات YouTube ، وأن المحتوى الذي يركز على ChatGPT أظهر حساسية أقل لأعداد المشتركين في القناة، مع وجود قنوات حقق عدد أقل من المشتركين أرقام مشاهدة أعلى. علاوة على ذلك، أدى المحتوى المرتبط بـ ChatGPT إلى حدوث طفرة في المشتركين الجدد في القناة مقارنة بأنواع المحتوى الأخرى.

وركزت دراسة (**شيرين عمر، 2023**)[24] على استكشاف مدى قبول الشباب المصرى تجاه برنامج الدردشة CHAT GPT ، وتحديد مدى أهميته بالنسبة لهم، وعيوب ومزايا هذا البرنامج من وجهة نظرهم، وتحديد الفوائد والمخاطر الناتجة عن استخدام CHAT GPT ، واستكشاف الاستراتيجيات الممكنة للتخفيف من أى أخطار، ورصد العلاقة بين السمات الديموغرافية للمبحوثين وكثافة استخدام برنامج CHAT GPT والخروج بمجموعة من المقترحات التى تساعد الجهات المعنية للإفادة من CHAT GPT، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستكشافى، واستخدمت عينة عمدية

من الشباب المصرى قوامها 121 مفردة، ومجموعة بؤر نقاش مكونة من ثمانى مفردات، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة الإلكترونية لتحقيق أهداف الدراسة، مستخدمة نموذج تقبل التكنولوجيا ونظرية انتشار الأفكار المستحدثة. ومن أهم نتائج الدراسة: أن طبيعة الموضوعات التى يبحث عنها المبحوثين من خلال CHAT GPT فجاءت المعلومات التكنولوجية فى المرتبة الأولى، ومن أهم مزايا هذا البرنامج هو الإجابات الخاصة بالأسئلة التى يحصل عليها المبحوث من خلال البرنامج ذات أسلوب منطقى وعقلانى ثم قراءة المعلومات تتم بشكل سريع وسهل.

وتستكشف دراسة **(Gregory Gondwe ، 2023)**[25] استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية من قِبل الصحفيين في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، مع التركيز على قضايا المعلومات المضللة، والسرقة الأدبية، والقوالب النمطية، والطبيعة غير التمثيلية لقواعد البيانات على الإنترنت. تضع هذه الدراسة هذا الاستفسار ضمن مناقشات أوسع حول ما إذا كان بإمكان الجنوب العالمي استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال وعادل. وتضمنت هذه الدراسة إجراء مقابلات متعمقة مع 17 صحفياً من خمس دول في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، وهي الكونغو، وجمهورية الكونغو الديمقراطية، وكينيا، وتنزانيا، وأوغندا، وزامبيا. والهدف من الدراسة هو التأكد من كيفية استخدام الصحفيين في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى لـ ChatGPT. ومن الجدير بالذكر أن هذه الدراسة هي جزء من مشروع مستمر حول الذكاء الاصطناعي والذي بدأ في 19 سبتمبر 2022م، بعد وقت قصير من الحصول على موافقة مجلس الهجرة واللاجئين (IRB). حيث بدأ مشروع ChatGPT في يناير 2023 بعد اكتشاف أن المشاركين لديهم كانوا يستخدمون Chatbot بالفعل. ومن أهم نتائج الدراسة: التأكيد على حاجة الوكالات البشرية إلى توفير المعلومات ذات الصلة للأداة، وبالتالي المساهمة في قاعدة بيانات عالمية،(يشير مصطلح "قاعدة

البيانات" إلى مجموعة النصوص أو المواد التي تستخرج منها روبوتات الدردشة البيانات لتوليد المعلومات). والنظر في مصادر البيانات المتنوعة عند تصميم أدوات الذكاء الاصطناعي لتقليل التحيزات والقوالب النمطية.

وتشير الآثار الاجتماعية للدراسة إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي لها آثار إيجابية وسلبية على الصحافة في البلدان النامية، وأن هناك حاجة لتعزيز الاستخدام المسؤول والأخلاقي لأدوات الذكاء الاصطناعي في الصحافة وخارجها.

وأوضحت دراسة (**John V. Pavlik، 2023**) [26] قدرة وقيود ChatGPT والعروض والتأملات حول آثار الذكاء الاصطناعي التوليدي على الصحافة والتعليم الإعلامي، وتسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسى وهو: هل يمكن أن يكون ChatGPT ذا صلة بكتابة البرامج النصية للأفلام أو البرامج التلفزيونية؟ وأكدت الدراسة على أنه من الممكن استخدام ChatGPT كأداة لكتابة نصوص الأفلام أو البرامج التلفزيونية، ولكن من المحتمل أن يتطلب الأمر الكثير من العمل الإضافي والتحرير لتحويل الإخراج إلى نص مصقول ومتماسك. ChatGPT هو نموذج اللغة الذي تم تدريبه على إنشاء نص بناءً على المدخلات التي يتلقاها، ولكنه غير مصمم خصيصًا لكتابة السيناريو. ويمكنه إنشاء نص حول مجموعة واسعة من الموضوعات، ولكن قد لا يحدث ذلك دائمًا. ومن الممكن إنتاج مخرجات ذات صلة أو متماسكة أو منظمة بطريقة مناسبة للاستخدام في البرنامج النصي. بالإضافة إلى ذلك، نظرًا لأن ChatGPT هو نموذج لغة وليس أداة كتابة إبداعية، فهو غير قادر على توليد أفكار أو مفاهيم أصلية يمكن استخدامها كأداة للكتابة الإبداعية. في حين أنه قد يكون من الممكن استخدام ChatGPT كنقطة بداية بالنسبة لكتابة السيناريو، ومن المحتمل أن يتطلب الأمر الكثير من العمل الإضافي والخبرة إخراجها إلى نص كامل.

وتشير هذه الدراسة إلى إمكانية قيام الذكاء الاصطناعي بإنشاء محتوى ذي صلة بالصحافة و مجال الوسائط واضح ومن المحتمل أن يكون تعبيرًا مكتوبًا عالي الجودة (على سبيل المثال، قواعده صحيحة بدون أخطاء مطبعية ودقيقة بشكل عام). وتناولت دراسة(**Zagorulko D. I، 2023**) [27] دردشة ChatGPT في غرف الأخبار وقدمت الدراسة تحليلاً لمدى الالتزام بمعايير الصحافة المهنية للمحتوى، والذى تم إنشاؤه بواسطة نموذج معالجة اللغة ChatGPT، وتقييم آفاق استخدامه في وسائل الإعلام الرقمية. وتم تقييم المحتوى على ستة معايير أساسية: الموضوعية، والموثوقية، والتوازن، والرأي، والفصل بين الحقائق والآراء، ودقة المعلومات واكتمالها. ولإجرائها قام الباحث خلال التقييم بفحص القدرات التقنية لروبوت الدردشة، ورصد الحالات العملية له التى تم استخدامها في وسائل الإعلام وأجريت تجربة لتقييم مدى مطابقتها للمعيار المتوازن وتم إعداد التقارير.

أثناء التجربة، تم تكليف برنامج الدردشة الآلية بمهمة توصيف الشخصيات السياسية والثقافية والرياضة، وهي موضوعات للنقاش العام ووجهات نظر مختلفة؛ لكل من الأرقام تم طرح 3 أسئلة بنبرة مختلفة (محايدة وإيجابية وسلبية). وتوصلت الدراسة إلى أن التجربة كشفت أن ChatGPT يميل إلى إنشاء محتوى متحيز يتماشى إلى حد ما مع سياق استعلام المستخدم، من احترام قاعدة الموازنة. 48% فقط من النصوص التي تم إنشاؤها استوفت معيار توازن الرأي، وأنتج ChatGPT أكثر من ذلك بكثير نصوص متوازنة عن السياسيين مقارنة بشخصيات من مجالات أخرى. علاوة على ذلك، كشف عدم امتلاك معلومات محدثة، وغموض مصادر البيانات والميل إلى التعويض. وتعتبر الحقائق أيضًا انتهاكات جسيمة لمعايير الصحافة المهنية وعوائق استخدامها الأداة في الإعلام دون تدقيق وتصحيح من قبل إنسان صحفي.

وبحثت دراسة(**Robert W. McGee، 2023**) [28] فى دردشة gpt متحيزة ضد المرشحين للرئاسة المحافظين أم لا من خلال دراسة تجريبية، واستخدمت هذه الدراسة ChatGPT لإنشاء القصائد الفكاهية الأيرلندية. أثناء عملية الإنشاء، ولوحظ وجود نمط يبدو أنه يخلق قصائد فكاهية إيجابية للمرشحين للرئاسة السياسيين الليبراليين وقصائد فكاهية سلبية للمرشحين للرئاسة السياسيين المحافظين. والمرشحين للرئاسة أشهرهم مثل:جو بايدن، ودونالد ترامب، و كامالا هاريس، هيلارى كلينتون، إليزابيث وارن، بيرني ساندرز، وتم توسيع حجم العينة إلى 80 وتم إجراء بعض الحسابات الرياضية لتحديد ما إذا كانت النتائج الفعلية مختلفة عما تقترحه نظرية الاحتمالات. وقد تبين أن الذكاء الاصطناعي، على الأقل في بعض الحالات، كان متحيزاً لصالح السياسيين الليبراليين وعدم تفضيل المحافظين. فالأدلة واضحة على أن برنامج الذكاء الاصطناعي يميل بشكل عام إلى كتابة القصائد الفكاهية السلبية عن المحافظين والقصائد الفكاهية الإيجابية عن الليبراليين. وتناولت دراسة (**Brady D. Lund وأخرون، 2023**) [29] الأوراق البحثية المكتوبة بالذكاء الاصطناعيChatGPT وأخلاقيات نماذج اللغة الكبيرة في النشر العلمي، وكشفت الدراسة أن احتمال التحيز في بيانات التدريب وعملية الترميز لنماذج اللغة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي مثل GPT-3 يشكل تهديدًا لسلامة العلم. بالإضافة إلى ذلك، تشمل الاعتبارات الأخلاقية قضايا حقوق الطبع والنشر، وممارسات الاقتباس. فاستخدام نماذج اللغة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي يثير المخاوف حول إمكانية تكرار نتائج الأبحاث وشفافيتها. ويجب النظر بعناية في كل هذه الاعتبارات الأخلاقية للتأكد من أنه يتم استخدام التقنيات بطريقة مسؤولة وأخلاقية في سياق نشر البحث الأكاديمي، ويجب على الباحثين والناشرين ومطوري نماذج اللغة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي التعاون لوضع مبادئ توجيهية وبروتوكولات لضمان استخدام هذه التقنيات أخلاقية وشفافة وخاضعة

للمساءلة. وقد يؤدي عدم القيام بذلك إلى تقويض ثقة الجمهور في العملية العلمية ولها عواقب بعيدة المدى على مستقبل البحث والابتكار.

وبحثت دراسة(**Michael R. King، 2023**) [30]عن محادثة حول الذكاء الاصطناعي وروبوتات الدردشة والسرقة الأدبية في التعليم العالي، وتذكر الدراسة أنه يمكن لأساتذة الجامعات تصميم مهام لتقليل الغش المحتمل عبر ChatGPT من خلال دمج مجموعة متنوعة من أساليب التقييم التي تتجاوز كتابة المقالات التقليدية. على سبيل المثال، يمكنهم دمج العروض التقديمية الشفهية والمشاريع الجماعية والأنشطة العملية التي تتطلب من الطلاب إظهار معارفهم ومهاراتهم بطريقة أكثر تفاعلية وجاذبية. بالإضافة إلى ذلك، يمكنهم استخدام برنامج الكشف عن الانتحال لتحديد المحتوى المنسوخ أو غير الأصلي في الأوراق المقدمة. من خلال تنفيذ مجموعة متنوعة من أساليب التقييم واستخدام التكنولوجيا لمراقبة الانتحال، يمكن لأساتذة الجامعات المساعدة في ضمان النزاهة الأكاديمية وتثبيط الطلاب عن محاولة الغش باستخدام ChatGPT أو التقنيات الأخرى. وفي دراسة(**Robert W. McGee، 2023**)[31] حول كيف ستبدو الولايات المتحدة في عام 2050؟ من خلال إعطاء ChatGPT أمرًا بكتابة قصة قصيرة عن الشكل الذي ستبدو عليه الولايات المتحدة في عام 2050. وكانت القصة القصيرة الناتجة مكتوبة بشكل جيد، ولكن المحتوى كان مشابهًا لما قد يفعله شخص يتبنى فلسفة "الاستيقاظ".و تعد هذه الدراسة جزءًا من دراسة أكبر تدرس قدرات ChatGPT، وهو برنامج دردشة آلي يعمل بالذكاء الاصطناعي (AI) ، ومن أهم نتائج الدراسة أنه تم إظهار رد فعل ChatGPT انحيازًا يساريًا "مستيقظًا"، وهو ما لم يكن مفاجئًا. وقد وجدت دراسات أخرى أيضًا مثل هذا التحيز. ومع ذلك، فقد تمت كتابته بشكل جيد، مما يوفر دليلاً على أن ChatGPT قادر على كتابة قصة قصيرة جيدة. ويجب أن يكون المؤلفون الذين

يستخدمون هذه الأداة لكتابة قصص قصيرة أو روايات قادرين على إعطاء نوع من الأوامر التي ستوجه Chat GPT في الاتجاه الذي يريدون أن تسلكه القصة.

وناقشت دراسة (**Brady D. Lund وأخرون، 2023**) [32] كيف يمكن أن يؤثر الذكاء الاصطناعي و GPT على الأوساط الأكاديمية والمكتبات، وتاريخ وتقنية GPT ، بما في ذلك نموذج المحول التوليدي الخاص بها ، وقدرتها على أداء مجموعة واسعة من المهام القائمة على اللغة وكيف تستخدم ChatGPT هذه التقنية لتعمل كروبوت محادثة متطور. وتهدف الدراسة إلى تقديم نظرة عامة على التعريفات الرئيسية المتعلقة بـ ChatGPT ، وهي أداة عامة طورتها OpenAI ، والتقنية الأساسية الخاصة بها ، GPT) Generative Pretrained Transformer). وتتضمن هذه الدراسة مقابلة مع مستخدمى ChatGPT حول تأثيرها المحتمل على الأوساط الأكاديمية والمكتبات. وتناقش المقابلة فوائد ChatGPT مثل تحسين خدمات البحث والاكتشاف والمراجع والمعلومات ؛ وإنشاء الفهرسة والبيانات الوصفية؛ وإنشاء المحتوى، بالإضافة إلى الاعتبارات الأخلاقية التي يجب مراعاتها ، مثل الخصوصية والتحيز. وتوصلت الدراسة إلى أن ChatGPT يتمتع بقدرة كبيرة على تطوير الأوساط الأكاديمية والمكتبات بطرق جديدة مثيرة للقلق ومثيرة. ومع ذلك ، من المهم التفكير في كيفية استخدام هذه التكنولوجيا بشكل مسؤول وأخلاقي.

وتناولت دراسة (**Kyung Dong Kim،2023**) [33] الفساد والمخاطر الأخلاقية الناشئة عن استخدام الذكاء الاصطناعي (AI) وChat GPT وعرضت الآثار المترتبة على ذلك وهى: الاستخدام اليومي للذكاء الاصطناعي وChat GPT ، والافتقار إلى الوعي الظرفي والتفكير، وغياب المعايير الأخلاقية والقوانين الاجتماعية المناسبة، ومشاكل في تغيير الوعي، وتركيز المنفعة الاقتصادية والتكنولوجية ،

وتعميق الاعتماد على الذكاء الاصطناعي. وكانت المشاكل في عملية معالجة المعلومات في الذكاء الاصطناعي وChat GPT هي: الافتقار إلى الشفافية والاستقلالية في الذكاء الاصطناعي، والحكم على القيمة والتحيز في خوارزمية Chat GPT، والتدخل وتشويه عملية صنع القرار، وإمكانية التعدي على حقوق النشر . وحاولت دراسة(**Robb, Drew، 2023**)[34] المقارنة بين Chat GPT و Google Bard، وتوصلت الدراسة إلى أنه يبدو Google Bard جيدًا لمعالجة النصوص والتلخيص ، بينما يبدو أن ChatGPT يعمل بشكل أفضل في روبوتات المحادثة وترجمة اللغة والإجابة على الأسئلة. Google Bard يجلب معه فهمًا أوسع للغة، بينما يوفر ChatGPT فهمًا أعمق للغة وكيفية استخدامها في سياقات مختلفة. وبمرور الوقت ، قد لا يلحق Google Bard بالركب فحسب ، بل قد يقفز إلى الأمام نظرًا لقدرته على تضمين الأحداث الأخيرة في النتائج.

وحاولت دراسة (**إيهاب خليفة،2023**)[35] الإجابة عن تساؤل رئيسى وهو هل يواجه الذكاء الاصطناعي انتكاسة بعد صدمة "ChatGPT؟ فقد أثبت الذكاء الاصطناعي قدرات فائقة على محاكاة أسلوب البشر، لدرجة أنه أصبح من الصعب معرفة ما إذا كانت رواية معينة أو قصة قصيرة أو مقطوعة موسيقى قد تم تأليفها بواسطة البشر أم بواسطة الذكاء الاصطناعي، بل صدم تطبيق CHATGPT كثيراً من الناس بقدرته على الدخول في محادثات معقدة ومتشعبة معهم حول موضوعات مختلفة وبكفاءة عالية وكأن شخصاً يتحدث معهم.

وتستكشف دراسة(**Nigar M. Shafiq Surameery, Mohammed Y. Shakor، 2023**) [36] استخدام Chat GPT في حل أخطاء البرمجة، وتتناول خصائص Chat GPT وكيف يمكن الاستفادة منه لتقديم المساعدة في تصحيح

الأخطاء والتنبؤ بالأخطاء وتفسير الأخطاء للمساعدة في حل مشكلات البرمجة؟. وتستكشف الدراسة أيضًا محدوديات Chat GPT في حل أخطاء البرمجة وأهمية استخدام أدوات وتقنيات تصحيح الأخطاء الأخرى للتحقق من صحة تنبؤاته وتفسيراته. وتختتم الدراسة بتسليط الضوء على إمكانات Chat GPT كجزء من مجموعة أدوات تصحيح الأخطاء الشاملة، وفوائد الجمع بين نقاط قوتها ونقاط قوة أدوات تصحيح الأخطاء الأخرى لتحديد الأخطاء وإصلاحها بشكل أكثر فعالية. وناقشت دراسة(**Faruk Enes Oguz، وآخرون، 2023**) [37]هل يمكن الاستفادة من Chat GPT في الدراسات العلمية والجامعية؟ ومدى سهولة الاستخدام الأكاديمي لـ Chat GPT، والذي اكتسب شعبية متزايدة مؤخرًا، بالإضافة إلى إمكانية استخدامه في الدراسة الجامعية. وفي هذا السياق، وبناءً على تجارب الباحثين، أوضحوا أن Chat GPT يحتاج إلى مزيد من التطوير في جوانب معينة. وبينما تظهر إمكانات واعدة للبحث الأكاديمي في المستقبل، حاليًا، يمكن القول أن هناك حاجة للتحسين في هذا الصدد. لكن يمكن التوقع بأنه يمكن استخدام Chat GPT بشكل أكثر فعالية في الدراسة الجامعية. ويمكن أن يقدم Chat GPT نتائج معقولة جدًا في هذا الصدد. وأجرت دراسة(**Abu Muna Almaududi Ausat، 2023**)[38] تحليل متعمق لقدرة ChatGPT على استبدال دور المعلمين في عملية التعلم في الفصل الدراسي. وتتضمن المنهجية المستخدمة لجمع البيانات الاستماع اليقظ والتوثيق الدقيق للمعلومات ذات الصلة، والتي تخضع بعد ذلك لإجراءات تحليلية مثل تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص الاستنتاجات. وتستخدم الدراسة منهجية مراجعة الأدبيات، حيث لا يقوم الباحث بإجراء جمع البيانات الأولية من خلال البحث الميداني المباشر، واستخدم الباحثون مراجع متنوعة المصادر لضمان التنفيذ السلس للبحث. تم الحصول على الأدبيات لهذه الدراسة من الوسائط الرقمية والمستودعات العلمية باستخدام

الكلمات الرئيسية المتعلقة بالموضوعات التي تمت مناقشتها، وهي ChatGPT ودور المعلمين. وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أنه في سياق استخدام ChatGPT في التعلم، تجدر الإشارة إلى أن التكنولوجيا لا يمكن أن تكون إلا أداة ولا يمكن أن تحل محل دور المعلم بالكامل. ولذلك فمن الضروري دمج التكنولوجيا في التعلم بطريقة مناسبة وفعالة وتنمية كفاءة المعلمين في إدارة التعلم باستخدام التكنولوجيا.

واستفادت الباحثة من مراجعة الدراسات السابقة فيما يلى:

- وضع تصور عام للدراسة.
- تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وعمل الإطار النظرى.
- صياغة الفروض والتساؤلات.
- تحديد المنهج والأدوات المناسبة، وتحديد الأساليب الإحصائية الملائمة للغرض من الدراسة فى التعامل مع النتائج وتفسيرها.

التعليق على الدراسات السابقة:

- **بالنسبة لمحور دراسات أخلاقيات استخدام التقنيات التكنولوجية بمجال الصحافة والإعلام:**

- من أكثر النظريات المستخدمة فى هذه الدراسات هى نظرية: (السلوك المخطط ، المسئولية الاجتماعية، نموذج تقبل التكنولوجيا، نظرية أخلاقيات الخطاب).
- ومن أكثر أنواع الدراسات المستخدمة فى هذا المحور من الدراسات: (الدراسات الميدانية والدراسات الوصفية).

- ومن أكثر الأدوات البحثية المستخدمة فى هـذا المحـور مـن الدراسـات: (المقابلة المتعمقة، الاستبيان، تحليل القوى الفاعلة).
- ومن أكثر أنواع العينات المستخدمة فى هذا المحور من الدراسات: (العينـة العمدية).
- ومن أكثر أنواع المناهج المستخدمة فى هذا المحور مـن الدراسـات:(منهج المسح، المنهج الوصفى التحليلى).

- **بالنسبة لمحور دراسات استخدام ChatGPT بالإعلام:**

- من أكثر النظريات المستخدمة فى هذه الدراسـات هـى نظريـة: (نظريـة الاستخدامات والإشباعات، نموذج تقبل التكنولوجيا، نظرية انتشـار الأفكـار المستحدثة، نظرية الاحتمالات).
- ومن أكثر أنواع المناهج المستخدمة فى هذا المحور مـن الدراسـات:(المنهج الاستكشافى، المنهج التجريبى).
- ومن أكثر أنواع العينات المستخدمة فى هذا المحور من الدراسات: (العينـة العمدية).
- ومن أكثر الأدوات البحثية المستخدمة فى هذا المحور من الدراسات: (المقابلة المتعمقة، الاستبيان، مجموعة بؤر النقاش).
- ومن أكثر أنواع الدراسات المستخدمة فى هـذا المحـور مـن الدراسـات: (الدراسات التجريبية).

صعوبات الدراسة:

- واجهت الباحثة الصعوبة فى الوصول إلى الصحفيين الذين يستخدمون تطبيقات ومنصات ChatGPT فى صناعة المحتوى الصحفى.
- تكاسل وتخاذل بعض الصحفيين فى تعبئة استمارة الاستبيان وعدم الاهتمام بالبحث العلمى.
- ندرة الدراسات الخاصة باستخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT بمجال الصحافة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة فى رصد وتحليل استخدامات الصحفيين لتطبيقات أو منصات ChatGPT وعلاقة ذلك بمدركاتهم نحو أخلاقيات الممارسة المهنية. وذلك كالتالى:

– تسليط الضوء على أخلاقيات استخدام ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفي وتحديد دور هذه الأخلاقيات في تحسين جودة المحتوى الصحفي والحفاظ على مصداقية المعلومات.

– رصد الأخطاء والتجاوزات الأخلاقية التى من الممكن أن يقع فيها الصحفيون فى مصر عند استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT لصناعة المحتوى الصحفى .

– تحديد السلوكيات غير الأخلاقية التى يجب تجنبها عند استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT لصناعة محتوى صحفى.

– دراسة ردود فعل الصحفيين تجاه استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT لصناعة محتوى صحفى.

- دراسة ردود الفعل لدى المستخدمين حول المحتوى الصحفي المنشور على تطبيقات أو منصات ChatGPT.

- توضيح أثر استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفي على جودة المحتوى الصحفي المنشور.

- تحليل أخلاقيات استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفي.

- تحديد تأثير هذه الأخلاقيات على جودة المحتوى الصحفي.

- تحديد دور هذه الأخلاقيات في الحفاظ على مصداقية المعلومات.

- التعرف على ايجابيات استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT لصناعة محتوى صحفى.

- التعرف على سلبيات تطبيقات أو منصات ChatGPT لصناعة محتوى صحفى.

- تقديم مقترحات لتحسين استخدام تطبيقات أو منصات ChatGPT في صناعة المحتوى الصحفى.

تساؤلات الدراسة:

1- ما مدى اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات ChatGPT كمصدر للمعلومات لصناعة المحتوى الصحفى؟

2- كيف يستفيد الصحفيون من تطبيقات أو منصات ChatGPT فى العمل الصحفى ؟

3- كيف تلعب تطبيقات أو منصات ChatGPT دورا فى التأثير على أخلاقيات الممارسة المهنية؟

4- ما درجة تمسك الصحفيين بأخلاقيات الممارسة المهنية عند استخدامهم لتطبيقات أو منصات ChatGPT؟

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين درجة اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية.
- **الفرض الثانى:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية.
- **الفرض الثالث :** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين وعى الصحفيين بتأثير تطبيقات أو منصات ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT.
- **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT.
- **الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT.

مفاهيم الدراسة:

تطبيقات أو منصات ChatGPT:

تطبيقات أو منصات ChatGPT هى من أحد أدوات استخدام الذكاء الاصطناعى، فالمنصة الإلكترونية هى بيئة أو نظام رقمى يتيح للأفراد أو الشركات التفاعل والتعامل عبر الإنترنت. وتشمل هذه المنصات مجموعة متنوعة من الخدمات والتطبيقات التى يمكن استخدامها عبر الإنترنت أو التطبيقات الذكية[*].وتطبيقات أو منصات ChatGPT فى دراستنا أشهرهم مثل : (GPT-3، Microsoft Bing، Google Bard، Gemini pro، Poe Assistant، Claude 2، LaMDA، Jarvis، DialoGPT، GPT-J)

وبعد إجراء الاستبيان على المبحوثين واستخراج النتائج والإنتهاء من الدراسة تم تعديل إسم منصة Microsoft Bing إلى إسم Microsoft copilot ، وتم تعديل إسم منصة Google Bard إلى Gemini.

مدركات الصحفيين:

الإدراك هو تفسير وتأويل المعلومات المحسومة وإعطائها المعاني والدلالات بهدف فهم وتمثيل البيئة المحيطة وما بها من ظواهر مختلفة، كما أنه عملية معرفية لتمكن الأفراد من فهم دلالات المثيرات البيئية المحيطة بهم ، والتآلف معها من خلال الأنماط السلوكية المناسبة في ضوء المعاني والتفسيرات التي يتم تكوينها للأشياء، وهو

---

[*] تم اجراء مقابلة مع أحد المختصين بالذكاء الاصطناعى واستضاح منه عن منصات CHATGPT، وهو
د. خالد المنشاوى، المدرس بالمعهد العالى للحاسبات وتكنولوجيا المعلومات بأكاديمية الشروق، وذلك يوم 17 يناير 2024 .

بمثابة عملية تراكمية للانطباعات الحسية المختلفة عن العالم الخارجي وتفسيرها وتنظيمها في تمثيلات عقلية معينة ليتم تشكيل خبرات منها تخزن في الذاكرة بحيث تمثل إطارا مرجعيا للسلوك أو النشاط يتم اللجوء إليها خلال عمليات التفاعل مع العالم الخارجي(39).

وتتبنى هذه الدراسة مفهوما **لمدركات الصحفين** باعتبارها: محصلة معارف وتفسيرات وتوجهات وتأويلات الصحفيين بشأن CHATGPTوالتي تحدد كيفية تعاملهم معها وتوظيفهم لها في عملهم الصحفي.

وتتضمن ثلاثة أبعاد وهي:

البعد الأول: الوعي: مدى معرفة الصحفيين بماهية وخصائص أخلاقيات الممارسة المهنية عند استخدام تطبيقات أو منصات CHATGPT.

البعد الثاني: الاستخدام: ويشمل مدى إدراك الصحفيين لكيفية استخدام وتوظيف أخلاقيات الممارسة المهنية لتطبيقات أو منصات CHATGPT في العمل الصحفي.

البعد الثالث: العائد أو الفوائد: ويشمل إدراك الصحفين لفوائد وعوائد التزامهم بالأخلاقيات المهنية عند استخدامهم لتطبيقات أو منصات CHATGPT .

إذن إدراك الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية هو إدراكهم وفهمهم للقواعد والمعايير الأخلاقية التي تحكم عملهم، وتلعب هذه المدركات دورًا مهمًا في كيفية قيام الصحفيين بعملهم، بما في ذلك الموضوعات التي يغطونها والطريقة التي يغطونها بها(40).

صناعة المحتوى الصحفي

- صناعة المحتوى اصطلاحاً: يشير مصطلح المحتوى أو المضمون (content) في علوم الاتصال أنه كل ما يقوله الفرد من عبارات أو ما يكتبه أو يرمزه، وهو المعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي يخرج بها، والأحكام التي يقترحها، بأهداف اتصالية مع الأخرين، أما صناعة المحتوى فهي عملية بناء المحتوى والمعلومات الحاملة للقيمة من قبل صنَاع المحتوى، سواء كانوا مؤسسات أو أفراد.
- صناعة المحتوى إجرائيًا : هي عملية إنشاء وإعداد نصوص للموضوعات والمضامين الرقمية المكتوبة والمرئية والمسموعة، وجعلها في متناول الجميع سواء مطبوعة في صحف أو مجلات أو عن طريق الإنترنت ووسائل التواصل الإجتماعي، كمدونة، أو فيديو، أو إنفوجرافيك، أو بأي تنسيق آخر من أجل خلق تفاعل إيجابى، وعادة ما تستهدف جمهورا محدداً فى سياقات معينة. والمحتوى هو الأساس لأي عمل، فلا يمكن بناء شيء دون كلمات سواء كانت ظاهرة أو مخفية[41]. فصناعة المحتوى الصحفي هي العملية التي يتم من خلالها إنشاء ونشر المعلومات الإخبارية. وتشمل هذه العملية مجموعة متنوعة من الخطوات، بدءًا من البحث وجمع المعلومات إلى الكتابة والتحرير والنشر. وتلعب صناعة المحتوى الصحفي دورًا مهمًا في المجتمع. فهي توفر المعلومات للجمهور حول الأحداث الجارية والقضايا المهمة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد صناعة المحتوى الصحفي في تعزيز الديمقراطية وحرية التعبير.

أخلاقيات صناعة المحتوى الصحفي

أخلاقيات الإعلام عامة: هى المعايير والأعراف والقواعد المهنية التى تقوم بالتحديد للإعلامى الأفعال المقبولة وما هو صواب أو خطأ أثناء ممارسته لمهنته، ويعتبر أهم الأخلاقيات التى يجب أن يتبناها ويطبقها الإعلامى هى الصدق والأمانة

والحيادية والدقة والموضوعية والتوازن فى عرض الموضوعات ووجهات النظر المختلفة والفصل بين الخبر والرأى والفصل بين المواد التحريرية والإعلانية وعدم التلاعب بالصور والمعلومات، واستخدام طرق أمينة فى الحصول على المعلومات وتوثيقها واحترام الخصوصية وتجنب التشهير وتشويه السمعة والسب والقذف، وعدم التأثير على القضاء، وعدم تحقيق مصالح شخصية من خلال العمل، وحماية الملكية الفكرية، وتجنب الصور النمطية وعدم التشجيع على العنف والإباحية والجريمة والمخدرات والتمييز والعنصرية وكل ما يجلب الإيذاء لأفراد المجتمع، بالإضافة إلى احترام القيم العامة للمجتمع، واحترام حقوق الإنسان والمرأة والأطفال. (42).

أما أخلاقيات التكنولوجيا: فهي مجموعة من القواعد والقوانين التي يلتزم بها الأفراد بهدف بناء القرارت والأفعال عند استخدام التكنولوجيا عن طريق ضبط السلوكات والتصرفات . قد تكون هذه الأخلاقيات بين الفرد المستخدم للتكنولوجيا ونفسه أو بينه وبين الآخرين، بالإضافة إلى الأخلاقيات بين المستخدم والمكونات المادية للتكنولوجيا، والتي تشمل الحرص على سلامة الأجهزة ومحتوياتها من التكسير والإتلاف(43).

"فأخلاقيات التكنولوجيا" تهتم بالقضايا المرتبطة بالروبوتات وأنواع مختلفة من الذكاء الاصطناعى فإذا كان الذكاء الاصطناعى يعمل وفقا لنموذج أخلاقى معين، فما النموذج الذى سيكون؟ تختلف النماذج والقيم الأخلاقية باختلاف الثقافات والشعوب والأديان، وحتى داخل الشعب الواحد قد تختلف من وقت لآخر ومن مجموعة إلى أخرى، ناهيك عن الاختلاف بين الأفراد أنفسهم. (44).

ويجب أن يخضع استخدام التكنولوجيا لقوانين وضوابط وأخلاقيات. وفي مـــا يـــأتي أبرزها:

- عدم استخدام التكنولوجيا في إزعاج الآخرين، أو إلحاق الضـــرر بهـــم، أو ســـرقة أموالهم، أو انتهاك حرماتهم، أو الاعتداء على حرياتهم الشخصية والاجتماعية.
- احترام خصوصية المعلومات وعدم مشاركة المعلومات الشخصية.
- الإعتناء بمعدات التكنولوجيا.
- مراعاة مخاطر التقنيات والامتثال للإرشادات الأخلاقية، فمن الضـــروري التفكيـــر فيما يحدث للأجهزة أو البرامج أو البيانات بعد أن تركها.
- الحفاظ على التعاطف المناسب مع الاخرين .
- تعزيز الرقابة الذاتية والعمل على تجنب المواقع والتطبيقات السيئة التي قد تـــؤثر على تجربة الاشخاص بشكل سلبي .
- استكشاف المواقع المناسبة والآمنة للتعلم والبحث.
- المحافظة على ذكر المصدر الأصلي للمعلومات والاخبار .
- التواصل مع الآخرين باستخدام مصطلحات مهذبة لتحقيق تجربة فاعلة.
- احترام اختلاف وجهات النظر كون بيئة وثقافه الأفراد تختلف عن بعضها.
- المساهمة في منع التنمر الإلكتروني .
- عدم الاستهتار بالمقدسات الاسلامية للافراد .
- تجنب انشاء الحسابات الوهمية او التعامل معها .
- عدم نشر الشائعات أو المعلومات التي لا صحة لها .[45]

إذن آداب وأخلاقيات المهنة هى مجموعة من القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة وهى الصحافة، بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة وشرفها. (46)

وعدم اقتباس الصحفى لمعلومة ما أو بيانات من مصدر ما سواء إلكترونى أو مطبوع وينسب المعلومة المقتبسة لنفسه لأن ذلك يعد سرقة. وتلتزم صناعة المحتوى الصحفي بمجموعة من الأخلاقيات، بما في ذلك: الدقة: يجب أن يكون المحتوى الصحفي دقيقًا ومدعومًا بالأدلة. **و**الموضوعية: يجب أن يكون المحتوى الصحفي موضوعيًا ويقدم وجهات نظر مختلفة حول موضوع معين. **و**النزاهة: يجب أن يكون الصحفيون صادقين ونزيهين في عملهم.

الإطار النظري للدراسة:

تستند الدراسة فى بناء متغيراتها وتفسير نتائجها إلى عدة نظريات كالتالى:

1- نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام Social Responsibility Theory :

تهتم هذه النظرية بتحديد الوظائف التى ينبغى أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع، وتحديد المعايير الأساسية للأداء الإعلامى، بجانب القيم المهنية التى تحكم سلوكيات القائمين بالاتصال فى أداء واجباتهم الوظيفية، كما أوصت بعدم اللجوء إلى وسائل غير شرعية لدفع مصادر المعلومات إلى الإدلاء بالمعلومات.

وترتكز نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسية، يتصل البعد الأول: بالوظائف التى ينبغى أن يؤديها الإعلام المعاصر، ويتصل البعد الثانى: بمعايير الأداء، بينما يتصل البعد الثالث: بالقيم المهنية التى ينبغى مراعاتها فى العمل الإعلامى.

ويتضح أن مما سبق أن مفهوم المسئولية الإجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ بسيط وهو إلتزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع. وتستفيد الدراسة من نظرية المسئولية الإجتماعية من خلال كون الدراسة تسعى للوقوف على التعرف على أخلاقيات استخدام تطبيقات أو منصات CHATGPT فى صناعة المحتوى الصحفى. وهذا ما تناولته النظرية من خلال تركيزها على إلتزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداتهم وتلبية حاجات المجتمع. (47)

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية في تقرير نُشر عام1947 بواسطة لجنة هوتشينز، وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة، والتوفيق بين حرية الصحافة وبين المسؤولية الاجتماعية في المجتمعات اللبيرالية، فالالتزام اتجاه المجتمع يكون من خلال وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والتوازن، وتجنب أي شيء يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية. ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة.

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى. ويحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ وبإمكان القطاع العام والخاص أن يمتلكوا وسائل الإعلام في ظل هذه النظريات ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام(48)

تبحث نظرية المسئولية الاجتماعية في مدى مراعاة وسائل الإعلام لعادات المجتمع وتقاليده وأعرافه، بما يضمن الحفاظ على سلامته وصيانة مقدراته، وتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني فى ضرورة قيام الوسائل بتقديمها لتغطية ومعالجة متوازنة للموضوعات والأنشطة المختلفة في إطار من عدم التحيز.(49)

والمبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية فى الجوانب التالية:(50)

- ينبغى على الصحافة أن تسهم فى التزمات معينة تجاه المجتمع.
- يمكن للصحافة أن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والتوازن والموضوعية.
- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتى.
- يتوجب على الصحافة أن تحترم التعددية، وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
- من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها، وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.

واستندت هذه النظرية في فلسفتها إلى كتابات هوكنج ولجنة حرية الصحافة، وتقوم على خمس مسلمات أساسية هي: (51)

أولاً: أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد المجتمع المعاصر بالأحداث الصادقة والشاملة والذكية في سياق يجعل لها معنى، وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة ولا تكذب، وأن تفرق بين الحقيقة والرأي.

ثانياً: أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل كمنبر لتبادل الملاحظات والنقد، بحيث تسمح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها، وعليها أن تحاول عرض جميع وجهات النظر المهمة سواء التي تتفق معها أو تخالفها.

ثالثاً: على وسائل الإعلام أن تبرز صورة للمجتمع بحيث تصور بموضوعية مكونات الجماعات المختلفة في المجتمع.

رابعاً: أن تكون مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وعليها قبول قيم المجتمع واحترامها للخصال التقليدية في المجتمع.

خامساً: أن تكون مسؤولة عن تزويد الجمهور بالمعلومات اليومية، ولذا فإن للجمهور الحق في الوصول إلى المعلومات.

ووفقا لنظرية المسؤولية الاجتماعية فإن القانون الأخلاقي للصحافة يقع في خمس دوائر متداخلة:

الدائرة الأولى: المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد بالإضافة إلى حراس البوابة، الذين يحددون ماذا نقرأ ونسمع ونرى.

الدائرة الثانية: معايير الوسيلة الإعلامية ومواثيقها الداخلية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، ولابد للأفراد في الدائرة الأولى أن يستجيبوا لمعايير المؤسسة في الدائرة الأولى.

الدائرة الثالثة : معايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة.

الدائرة الرابعة: الإطار التشريعي والذي يتمثل في مجموعة القوانين والتشريعات التي تحكم عمل الصحافة والتي تحدد واجبات الملاك والمديرين.

الدائرة الخامسة: الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني، والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.

وتشير النظرية إلى أن المسؤولية الاجتماعية للصحفي تتكون من ثلاثة عناصر:

الفهم: الوعي بالحالة الراهنة للصحافة من حيث مؤسساتها ونظمها والمعوقات التي تحد من قيامها بعملها والقوى التي تؤثر في حاضر جماعة الصحفيين وكذلك فهم تاريخها.

الاهتمام: الرابطة بين الصحفي وجريدته الذي يكون حريصا بشكل دائم على سلامة وتماسك وسمعة جماعتها المهنية، وذلك بأداء الوظائف التي ينبغي القيام بها في حدود السلطات والصلاحيات الموكلة له.

المشاركة: تقبل الصحفي للدور الذي يقوم به في جريدته غير مجبر عليه، وما يرتبط بالدور من سلوك وتبعات، يشارك في الجماعة واحدا وليس منقسما أو غارقا في صراع، وهي مشاركة مقومة وناقدة.

ولا تطرح نظرية المسؤولية الاجتماعية موضوع الحرية على اعتبار أنه قيمة مطلقة، بل هي نسبية ومقيدة، فأي نظام إعلامي يحتاج إلى القيود من خلال سيطرة تشـــريعية أساسية ومن بينها قانون لحماية الأفراد أو الجماعات في مواجهـــة القـــذف، وحمايـــة حقوق المؤلف وحماية الآداب العامة وحماية الدولة ضد الخيانة والعبارات التحريضية وتحطيم الروح المعنوية لدى الجمهور[52] .

2- نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM Technology Acceptance Model) :

يعد نموذج قبول التقنيـــة (Technology Acceptance Model) والـــذي يحمل الاختصار (TAM) من أهم النماذج المفسرة للعوامل المؤثرة في تقبل واستخدام التكنولوجيا، وقد تم ابتكاره من Davis الذي افترض أن قبول التكنولوجيا من الأفراد يتحدد بالاستفادة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة، وأن هـــذين العـــاملين يتـــأثران بمجموعة من المتغيرات الخارجية، ويحاول النموذج تفسير تقبل اســـتخدام تكنولوجيـــا المعلومات من خلال أربع مراحل متعاقبة هي :

1- العوامل الخارجية)تدريب المستخدم(تؤثر على تصوراته حـــول اســـتخدام النظام .

2- تصورات المستخدم تؤثر على مواقفه من النظام.

3- مواقف المستخدم تؤثر على النوايا من استخدام النظام.

4- نوايا المستخدم تحدد مستوى الاستخدام.

ويتميز نموذج قبول التكنولوجيا بأنه يراعى توجهات المســـتفيدين، كمـــا يتميـــز بالمرونة وتقديم الوصف الكامل لأبعاد تقبل النظم التكنولوجية، وقد أظهرت العديد من الدراسات إلى أن نموذج قبول التكنولوجيا يعتبر مؤشراً قوياً وناجحاً يمكن من خلالـــه

التنبؤ عن رغبة الشخص في استخدام التكنولوجيا في المواقف الحياتية المختلفة، وأثبتت الدراسات بشكل عام ملائمة هذا النموذج لدراسة وتفسير سلوك المستخدم تجاه التكنولوجيا في بيئات مختلفة.

وعناصر نموذج قبول التكنولوجيا TAM هى: (سهولة الاستخدام المدركة- الاستفادة المدركة -النوايا السلوكية للاستخدام- الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا) [53]

أهمية استخدام نماذج قبول التكنولوجيا المختلفة مع استخدام الخبرة والرغبة في معرفة التكنولوجيا: [54]

- فهم العادات وبيئة المستخدم كونهاعامل مهم في تحديد سلوك المستخدم تجاه التكنولوجيا المستخدمة ومدى قبوله على تعلمها وتراكم خبراته أو عزوفه عنها أو الإبقاء على الأساليب التقليدية التي تعود عليها المستفيدين.
- استخدام التكنولوجيا وتراكم الخبرة يرتبط أيضا مع الإدراك المستبقل أهمية التكنولوجيا وكسر حاجز مقاومة التغيير في عقلية المستخدم وإزالة أي تخوفات لديه، سواء من حيث حماية البيانات السرية أوالخصوصية.
- أن يدرك الفائدة من استخدام التكنولوجيا وتراكم الخبرة يأتي من التكيف والتعلم والسلوك العملي لهذا المستخدم وإدراكه لأهميتها.
- إن نماذج القبول لاستخدام التكنولوجيا تحمل عوامل أخرى غير الفائدة وسهولة الاستخدام والإدراك يتوجب على مصنعي التكنولوجيا فهمها وفهم توقع سلوك المستخدم حيالها.

المتغيرات الأساسية الخاصة بالنموذج: [55]

- إدراك سهولة الاستخدام Perceived Ease of Use : يشير هذا المتغير إلى الدرجة التي يتوقع من خلالها المستخدمون المرتقبون أن النظام المحتمل سوف يكون سهلا وخالي من الجهد .
- الفائدة المتحققة من الاستخدام Perceived Usefulness: وهو الدرجة التي يعتقد من خلالها شخص ما أن استخدام نظام بعينه سوف يؤدي إلى تحسين وتعزيز أداؤه الوظيفي، علاوة على ذلك، فإن إدارك المنفعة الفائدة عرف باستمرار على أنه من الدلائل المهمة للنوايا السلوكية لاستخدام نظام جديد أو استخدام نظام قائم بالفعل .
- التسلية المتحققة أثناء الاستخدام Perceived Enjoyment : يستخدم متغير التسلية المدركة كثيرا في الدارسات ليعبر عن مفهوم الدافع الداخلي وكيف أن الدوافع الداخلية تؤثر على سلوك الأفراد نحو قبول تكنولوجيا المعلومات .
- القدرة على التحكم Perceived behavioral control : التحكم هو قدرة الفرد على السيطرة والتحكم في فعل محدد أو ظروف بينية محددة.
- النية السلوكية Intention : دعمت العديد من الدارسات فكرة أن النية السلوكية Behavioral Intentions لها تأثير إيجابي على السلوك وبالتالي فإن النية السلوكية يفترض أن تكون سابقة على الفور من السلوك.
- مهارات التصفح (الويب): وهو من المتغيرات الخاصة بالمتلقي .

3- نظرية الحتمية التكنولوجية Technology Determinism Theory :

تعد النظرية التكنولوجية "مارشال ماكلوهان" من أهم نظريات الاتصال في العصر الحديث إذ يعزي كل تغير اجتماعي إلى القوة المادية وسطوة الآلة، و(ماكلوهان) من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين، وهي عبارة تصورات نظرية لتطور وسائل الإتصال وتأثيراتها علي المجتمعات الحديثة ،حيث يري "ماكلوهان" أن كل تغير حاصل في المجتمعات الانسانية مرده إلي الوسيلة التكنولوجية، وتعد نظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات المادية التي تعزو بمبدأ الحتمية أي إعتماد متغير واحد من دون المتغيرات الأخرى في تفسير الظواهر كأن يفسر تطور المجتمع علي أساس الحركة الاجتماعية فتكون حتمية اجتماعية، أو علي أساس الصناعة فتكون حتمية تكنولوجية وهكذا.(56)

كما تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات التي تحدثت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، فحينما كان "كارل ماركس" يؤمن بالحتمية الاقتصادية، وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانبا أساسيا من جوانب حتميته وبينما كان فرويد يؤمن بأن الجنس يلعب دورًا أساسيا في حياة الفرد والمجتمع، يؤمن ماكلوهان بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيرا أساسيا على المجتمعات.(57)

افتراضات النظرية الحتمية التكنولوجية:

نظرية "مارشال ماكلوهان" هي عبارة عن تصورات لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، وتعتمد هذه النظرية على ثلاثة افتراضات أساسية هي كالآتي: (58)

- **أولا: وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:** يرى "مارشال ماكلوهان "أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستحدثة، فطريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات، وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليهم تؤثران على مضمون تلك الوسائل، فطبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، حيث يعتمد "ماكلوهان" فيما سميه بالحتمية التكنولوجية، أي أن المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات، فأي وسيلة جديدة هي امتداد لإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد أسامعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي، يرى "ماكلوهان" أن وسائل الاتصال الالكترونية غيرت في توزيع الإدراك الحسي، أو كما نسميها نسب استخدام الحواس، فامتداد أي حاسة يعدل عن طريقة تفكيرنا وتصرفاتنا ومن الناحية السياسية يرى "ماكلوهان" أن وسائل الإعلام الالكترونية حولت العالم إلى قرية عالمية، تتصل جميع أجزائها ببعضها البعض، وتحث تلك الوسائل على العودة للحياة القبلية.

- **ثانيا: الوسيلة هي الرسالة:** لقد أولت نظرية "ماكلوهان" أهمية كبرى لدور الوسيط الوسيلة، وتزداد خطورة الوسط في العصر الحديث، حيث تمكن من الاستحواذ على كل الفضاء، مهيمنا على كل أبعاد الحياة الإنسانية، حيث أن الرسالة في العصر الحديث على أهميتها عدت أسيرة الوسيط الذي يثمنها ويضخمها رغم تفاهتها أو عدميتها، أو يقزمها ويقتلها رغم جلال شأنها. فالرسالة باعتبارها مدلولا، تذوب كلية في الوسيط الذي أصبح رسالة ودالاً

ومدلولاً في الوقت نفسه، حيث يرى "مكلوهان"، أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، والرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، فالمضمون غير مهم، وأن المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى، ويشير "مكلوهان" إلى أن لكل وسيلة خصائص خاصة بها جمهور من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، فالتلفزيون كوسيلة هو محورا لاهتمام كبير فكما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإĚم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان، حيث أن هناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة.

- **ثالثا: وسيلة الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة:** جاء في تقسيم "ماكلوهان" لمراحل التغيير حسب نظرية الحتمية التكنولوجية في الاتصال، والتي انتقلت من المرحلة الشفوية إلى مرحلة الكتابة إلى عصر الطباعة إلى عصر وسائل الاتصال الجماهيري، ففي مستوى آخر كان هذا الانتقال من الاتصال الساخن إذا لعلاقة مباشرة متفاعلة بين المرسل والمستقبل وهو عالم الكتب والسينما، إلى الاتصال البارد إذ تكون هذه العلاقة ساكنة غير مباشرة مثل التلفزيون كلما كانت الوسيلة باردة، بدت الحاجة إلى تزويد الجمهور بمعلومات أكثر، هنا أتت الشاشة السينمائية العريضة الساخنة، والصورة التلفزيونية الباردة.

من وجهة نظر علماء الفلسفة فإن تصميم التكنولوجيا يدور حول ربط ما هو مرغوب فيه بما هو تقني، سواء كانت صناعة أو إستديوهات أو تصميمات معمارية أو غيرها من المجالات. فالتكنولوجيا المستقلة لا تعني بالطبع أنها تعمل مفردها ولكن البشر متطورون، ولكن السؤال هنا هل لديهم بالفعل الحرية لتقرير كيفية

تطبيق التكنولوجيا وتطويرها؟ وهو ما يجعلنا نطرح الخطوة التالية في تطور النظام الفني هل متخذي القرار من البشر يعملون وفقا لما تفرضه التكنولوجيا؟، وعلى صعيد آخر ستكون التكنولوجيا إنسانية يمكن التحكم فيها إذا تمكنا من تحديد الخطوة التالية في تطورها وفقاً للنوايا دون الإشارة إلى ضروريات التكنولوجيا.

غالباً ما يرفض المؤرخون َالحتمية التكنولوجية الخالصة باعتبارها تفسيرية وعامل التنمية المجتمعية. يمكن تحديد مفهوم الحتمية التكنولوجية بأن التكنولوجيا تحدد بنية باقي المجتمع، ويمكن أن تكون نظرية سياسية أو فكرة مستخدمة من قِبل جهات فاعلة، سواء حالية أو تاريخية، لتحقيق غايات سياسية أو غايات أخرى، مثل استخدام المهندسين نظام تكنولوجي أو خوارزميات رقمية معينة يصعب فهمها على الناس، ويُنظر إليها على أنها غامضة لجعل الناس يعتقدون أنها تحدد حياتهم وأنهم لا يستطيعون السيطرة عليها. ومن المؤكد أن هناك إمكانيات التكنولوجيا الإيجابية، وفي نفس الوقت حتمية بمعنى أن تطبيق التكنولوجيا هو الذي يؤدي إلى مجتمع حديث ويستخدم مفهوم الحتمية التكنولوجية كمفهوم تحليلي أو إرشادي يستخدمه الباحثون ليكونوا قادرين على دراسة ومناقشة الظواهر. (59)

الإطار المعرفى للدراسة

تعتبر التكنولوجيا الحديثة عاملاً مهماً فى نجاح كل من الفرد والمؤسسة على المدى البعيد، وفى هذا الإطار برز مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومفهوم الذكاء الاصطناعى والذى يعتبر أحد الفروع الرئيسية والفعالة فى مجال علوم الحاسبات الإلكترونية باعتبارها أهم المداخل التى تساعد فى التغلب على تحديات هذا العصر وتحقيق قيمة مضافة تمكنها من المنافسة والاستمرار. فى ظل هذا التطور أصبحت المؤسسات الصحفية تواجه موجة من التغيرات والتحولات التى كان سببها

الثروة المعلوماتية والتقنية، التى اعتمدت على المعرفة العلمية المتقدمة والاستخدام الأمثل للمعلومات المتدفقة والمتسارعة.

ويرجع ظهور مفهوم الذكاء الاصطناعى إلى أوائل الخمسينات من القرن العشرين الميلادى عندما قامت مجموعة من العلماء باتخاذ نهج جديد لإنتاج آلات ذكية بناء على الاكتشافات الحديثة فى علم الأعصاب واستخدام نظريات رياضية جديدة للمعلومات، كما يعد علم الذكاء الاصطناعى هو أحد علوم الحاسب الآلى الحديثة التى تبحث عن أساليب متطورة لبرمجته للقيام بأعمال واستنتاجات تشابه ولو فى حدود ضيقة تلك الأساليب التى تنسب لذكاء الإنسان، فهو بذلك علم يبحث فى تعريف الذكاء الإنسانى وتحديد أبعاده، ومن ثم محاكاة بعض خواصه، ومن ثم ترجمة هذه العمليات الذهنية إلى ما يوازيها من عمليات محاسبية تزيد من قدرة الحاسب على حل المشاكل المعقدة. (60)

مفهوم ChatGPT

تطور الذكاء الاصطناعي إلى أداة عملية حقيقية يتم استخدامها بنشاط في مجموعة واسعة من الصناعات، بما في ذلك وسائل الإعلام الجديد . تعد كل من نيويورك تايمز، وأسوشيتد برس، وفوربس، وبلوم بيرج من بين الشركات الرائدة في نشر قدرات الذكاء الاصطناعي في الأعمال الإخبارية. وتستخدم الوسائط الذكاء الاصطناعي بشكل أساسي لاستخراج البيانات ومعالجتها وتحليلها والكلام والاعتراف والتحقق من الحقائق وإنشاء التقارير الإخبارية.

الشات جى بى تى أو ChatGPT، هو روبوت دردشة مجاني قائم على الذكاء الاصطناعي، حظي في أواخر نوفمبر 2022 باهتمام كبير، حيث اجتذب 100 مليون مستخدم فريد خلال عامين. تسمح الأداة التي طورتها OpenAI فهم وتوليد نص يشبه

الإنسان بسبب استفسارات المستخدم،ويتم تدريبه مسبقًا على مجموعة متنوعة من مصادر الإنترنت ويتعلم ردود الفعل البشرية. (61)

إذن ChatGPT هو أحد المواقع التي تعمل بالذكاء الإصطناعي وتنتج نصوص ومواضيع عن طريق بضع كلمات فقط، وهو نسخة من GPT (Generative Pre-trained Transformer) التي قامت شركة OpenAI بتدريبها. GPT وهي النموذج اللغوي التعليمي التلقائي الذي يتيح له التعلم من البيانات اللغوية التاريخية الكبيرة والتي تتيح له الانتاج الآلي للنصوص الأصلية اللغوية. ويعمل برنامج ChatGPT في أغلب الدول العربية والعالمية، وكان محظورا في بعض الدول مثل مصر والسعودية وغيرها، لكنه الآن أصبح متاحاً فى مصر رسميا وذلك فى نوفمبر 2023 .

يستخدم ChatGPT في التعليم الذاتي العميق (Deep Learning) للتحليل اللغوي والمساعدة في التواصل الإنجليزي. يتم تدريب ChatGPT على مجموعة كبيرة من النصوص الإنجليزية المختلفة، ويتيح له القدرة على الرد على الأسئلة ومحاولة التواصل مع الأشخاص كما يفعل البشر. يمكن استخدام ChatGPT في عدة مجالات مثل التعليم الذاتي وتطبيقات التواصل الإلكتروني. ويمكن الإستفادة من هذا المولد للنصوص في كتابة المحتوى الاحترافي على المواقع الإلكترونية وأيضا على صفحات التواصل الإجتماعي.(62)

أحدث إصدارات CHAT GPT :

- **CHAT GPT-4 :** المحول التوليدي المُدرب مسبقًا **4 (GPT-4)** هو نموذج لغة كبير متعدد الوسائط تم إنشاؤه بواسطة OpenAI، والرابع في سلسلتها من نماذج GPT الأساسية. تم إصداره في البداية في 14 مارس 2023، وتم إتاحته

للجمهور عبر منتج chatbot المدفوع ChatGPT Plus، وعبر واجهة برمجة تطبيقات OpenAI كنموذج قائم على المحولات، يستخدم GPT-4 نموذجًا حيث يتم استخدام التدريب المسبق باستخدام كل من البيانات العامة و"البيانات المرخصة من موفري الطرف الثالث" للتنبؤ بالرمز المميز التالي. بعد هذه الخطوة، تم بعد ذلك ضبط النموذج بدقة باستخدام تعليقات التعلم المعززة من البشر والذكاء الاصطناعي من أجل المواءمة البشرية والامتثال للسياسة.[63] وهو فى مصر ليس مجاناً.

- **CHAT GPT-3 :** وأُصدر فى منتصف عام 2022، ويتميز بقدرته على توليد النصوص اللغوية الطبيعية، ومن الصعب تمييزها من المحتوى البشرى، وقد حقق تقدما كبيرا أكبر من المتوقع للتقدم التقنى فى NLP ، ويعد إصدار CHAT GPT-3 هو أهم حدث إخبارى فى مجال الذكاء الاصطناعى. تأسست OPEN AI كمنظمة بحثية غير هادفة للربح فى أواخر 2015 من خلال مجموعة من رجال الأعمال فى مجال الصناعة تحت هدف أن يعود الذكاء الاصطناعى بالفائدة على البشرية وأن يتطور الذكاء الاصطناعى. وفى يوليو 2020 أعلنت شركة OPEN AI عن GPT-3 وهو نموذج لغوى جديد أكبر من GPT-2 مع تدريبه على 175 بايت و96 طبقة مدربة على 499 B من الرموز من محتوى الويب، وهو ما جعله أكبر نموذج لغوى تم بناؤه حتى الآن. [64] وهو مجاناً فى مصر.

ويُنشئ ChatGPT نصا تلقائيا بناء على المطالبات المكتوبة، بطريقة أكثر تقدما وإبداعا من روبوتات الدردشة المعهودة، وسرعان ما أحدث ضجة مع اندفاع المديرين التنفيذيين في مجال التكنولوجيا وأصحاب رؤوس الأموال المغامرة للحديث عنه وعن

الثورة التي يمكن أن يحدثها، حيث قارنوه بالظهور الأول لأجهزة "آيفون "، واستثمرت شركة "مايكروسوفت" الأمريكية مبلغ مليار دولار في شركة "Open AI" في عام 2019 ، وذكرت تقارير أنها تخطط لدمج جوانب برنامجChatGPT في محرك بحثها الخاص "بينج "، وقد حظر ناشرو الآلاف من المجلات العلمية على المؤلفين المساهمين أن يستخدموا برنامج الدردشة ChatGPT القائم على تقنية الذكاء الاصطناعي، وذلك وسط مخاوف من أنه قد يملأ المؤلفات الأكاديمية بأبحاث معيبة، بل وحتى ملفقة. (65)

طرق للاستفادة من ChatGPT في إنتاج المحتوى:(66)

1. يساعد كثيراً في عمليات البحث: فيتم استخدامه كأداة لمعرفة المعلومات وجمعها سريعاً حول نقطة واحدة.
2. يمكن من خلاله العثور على أفضل الأسئلة التي تسألها لجوجل نفسه، لكن لن يحل محل جوجل.
3. يساعد على طرح الأفكار: رغم عدم قدرته على تقديم أفكار مبتكرة أو شيقة، إلا أنه قادر على تقديم بعض الأفكار الفرعية حول موضوع معين، فمثلاً يمكن سؤاله عن أفضل 20 مقال فى مجال معين وهكذا. لكن يجب التأكد من المعلومات المقدمة ولا تشاركها مباشرة، إلا بعد الإطلاع على صحتها.
4. يساعد في إنشاء مسودة أولى للفكرة، فعلى سبيل المثال يمكن إخبار روبوت ChatGPT عن موضوع يتناول أفضل مميزات الذكاء الاصطناعي، وما يتم تقديمة تستخدمه أنت كمسودة أولى للموضوع، وعليها يتم بناء باقي الموضوع.

5. يساعد في الحصول على عناوين جيدة تناسب المحتوى، ومنها يحصل الأشخاص على أفضل عنوان لمقطع فيديو على الإطلاق، فتطلب منه اقتراح 10 عناوين لمقطع فيديو حول موضوعك.
6. يساعد كثيراً روبوت ChatGPT في تلخيص النصوص الطويلة، فتعتبر الميزة الأهم لبعض الأشخاص ممن يطلب منهم تسليم عدد كلمات محددة أثناء النشر، أو حتى للتغريدات المقيدة بعدد حروف على منصة تويتر.
7. تلخيص أي نص في 280 حرفًا مع الحفاظ على المضمون.

استخدامات Chat GPT فى مجال الصحافة:

التحقق من المقالات والتقارير عن طريق اجراء التصميمات وعمليات التحقق المحتملة، حيث يمكن استخدام الدردشة الإلكترونية للتحقق من الأرقام والحقائق المذكورة فى الأخبار، وهذه التقنية لديها القدرة على إحداث ثورة فى الصحافة من خلال المساعدة فى مهام مثل تجميع الأخبار، والصحافة المعتمدة على البيانات والتحقق من صحتها وإدارة الوسائل الاجتماعية.

ان استخدام تقنية الدردشة فى الصحافة لديه القدرة على احداث ثورة فى طريقة انتاج الأخبار، ومن المهم الأخذ فى الاعتبار مزايا وعيوب استخدام هذه التقنية فى مجال الصحافة قبل دمجها بالكامل فى هذا المجال، ويمكن أن تساعد الصحفيين على القيام بمهام، مثل: تجميع الأخبار والصحافة القائمة على البيانات والتحقق من الحقائق والشؤون الاجتماعية. (67)

الإصدار الحالي من ChatGPT محدود في قدرته على مساعدة الصحفيين على الفور فى تغطية آخر الأحداث – نظرًا لأنه أداة مدربة مسبقًا، فلدى chatbot معرفة

محدودة بالعالم والأحداث بعد عام 2021. وبالتالي، استخدام ChatGPT لتغطية الأحداث الجارية صعبة للغاية، وهو على النقيض من أنظمة الذكاء الاصطناعي الأخرى، مثل Wordsmith، تستخدمه وكالة Associated Press لجيل المحتوى الآلي على أساس البيانات المالية، وHeliograf، مما يساعد واشنطن بوست في تغطية الرياضة والأحداث السياسية.

جيل السرد السريع هو واحد من الأهداف الأساسية للذكاء الاصطناعي المنتشرة في وسائل الإعلام. إلا أن المعرفة الواسعة عبر الحقول المتنوعة تجعل ChatGPT بديلاً قيمًا لمحركات البحث الكلاسيكية ، التي قد تكون مفيدة للصحفيين أيضًا ومصدر إضافي للمعلومات. بدلا من مجرد إرجاع قائمة الارتباطات التشعبية، ردًا على المستخدم الاستعلام عن chatbot بتجميع المعلومات المتاحة و ينشئ نصًا شبيهًا بالإنسان، والذي يمكن استخدامه بسرعة فى كتابة المقالات الإخبارية، وتسريع عملية إنتاج الأخبار.[68]

عيوب ChatGPT فى مجال الصحافة:

يعترف مطورو برنامج الدردشة الآلي OpenAI بمشكلة الكتابة ، والتى تبدو معقولة ولكنها غير صحيحة أو إجابات لا معنى لها، لكنه يلاحظ أن إصلاح المشكلة يمثل تحديًا بسبب عدم قدرة الذكاء الاصطناعي على تحديد المصادر الصحيحة ؛وهذا يعني أن ChatGPT لا يمكنه المساعدة حاليًا ولا يستطيع الصحفيون إنتاج محتوى موثوق، ولا مع التحقق من الحقائق. على العكس من ذلك، ردود الأداة تحتاج إلى فحص إضافي، وكشف عن الحاجة إلى المهارات الصحفية البشرية، وعلى رأسها الشك[69] .

الآثار الأخلاقية والتحيزات المحتملة

يجب على المعلمين أو أعضاء هيئة التدريس والباحثين النظر باهتمام بالغ في الآثار الأخلاقية والتحيزات العلمية الناتجة عن استخدام نموذج ChatGPT في التعليم والبحث. نظراً لأن نماذج الذكاء الاصطناعي يعتمد بشكل كبير على بيانات الإنترنت التي قد تحتوي على تحيزات أو حالات شاذة مما يؤدي إلى نصوص أو نتائج غير عادلة. فإذا كانت بيانات الإنترنت متحيزة تجاه أشخاص أو ثقافات معينة، فقد ينتج عن النموذج مخرجات غير عادلة أو تمييزية. ولذلك يصبح من الضروري على المعلمين والباحثين التأكد من أن بيانات الإنترنت متنوعة ومتوازنة. ويمكن استخدام نموذج ChatGPT ونماذج لغة الذكاء الاصطناعي الأخرى لإنشاء أخبار مزيفة أو خطابات كراهية وأي محتوى ضار آخر ويمكن أن يؤدى إلى اضطرابات اجتماعية، أو الإضرار بالسمعة، وحتى الأذى الجسدي لبعض الأفراد. وعلاوة على ذلك، فإن الآليات والعمليات الداخلية المستخدمة بواسطة نماذج الذكاء الاصطناعي ليست مفتوحة وشفافة بما فيه الكفاية للمستخدمين ولا توضح لهم كيفية عملها. ولذا من المهم ضمان أن تكون عمليات صنع القرار في نماذج الذكاء الاصطناعي شفافة للمستخدمين من المعلمين والباحثين ونظراً لأن نموذج ChatGPT يولد استجابات في شكل نصوص أو نتائج دون تدخل بشري، فقد يكون من الصعب تحميل أي شخص المسؤولية عن الاستجابات التي تم إنشاؤها. وقد يجعل ذلك من الصعب معالجة أي مخاوف أو تحيزات أخلاقية ومحاسبة المسئول عنها. ويتضمن النموذج وباقي النماذج التوليدية الأخرى للذكاء الاصطناعي جمع البيانات الشخصية من الانترنت ومعالجتها، مما يثير مخاوف كثيرة بشأن الخصوصية وأمن البيانات. وينبغي اتخاذ التدابير المناسبة لحماية الوصول غير المصرح به لنماذج الذكاء الاصطناعي إلى بيانات الافراد الخاصة.[70]

العلاقة بين ChatGPT والسرقة الفكرية في الصحافة:

لقد أظهرت الدراسات أن نماذج لغة الذكاء الاصطناعي يمكن أن تولد استجابات تعكس النصوص الموجودة، وبالتالي تثير تساؤلات حول أصالة المحتوى. ويرى آخرون أن نماذج لغة الذكاء الاصطناعي تساعد في تبسيط عملية الكتابة، مما يسهل على الأفراد إنتاج أعمال قد لا تكون خاصة بهم. وفي الدراسات الصحفية، تم تحديد هذا الانقسام بين من يؤيدها ومن يعارضها. واتسعت الفجوة مع ظهور روبوتات الدردشة الجديدة مثل ChatGPT3 والآن 4، والتي يمكنها تقليد الصحفي في الكتابة والتنغيم. من بين العديد من العوامل الأخرى التي جعلت Chatbot مشهورًا بين الصحفيين، هي قدرته على إنشاء المقالات بسرعة وكفاءة. وكما أكد أحد الصحفيين الذين يعملون في إحدى وسائل الإعلام المجتمعية، فقد مكنهم الذكاء الاصطناعي التوليدي من إنشاء مقالات ونشرها بسرعة. ومع ذلك، هناك مخاوف من أن قدرتها على إنشاء نص يشبه الإنسان قد تسهل أيضًا الانتحال. على الرغم من ندرة الأبحاث حول العلاقة بين الذكاء الاصطناعي التوليدي والسرقة الأدبية بين الصحفيين، تشير بعض الدراسات الحالية إلى احتمال استخدام الصحفيين لهذه الأداة لإنتاج مقالات دون الإسناد المناسب. مثل أي نموذج لغة، يسهل ChatGPT3 السرقة الأدبية بين الصحفيين من خلال المساس بالقيم الأخلاقية .وأولئك الذين لديهم معرفة محدودة بمصدر المعلومات.[71]

ففي عالم يسهل فيه الوصول إلى برامج الدردشة المقنعة، أصبحت طبيعة الإسناد والكتابة الأصلية موضع تساؤل. مع استمرار التقدم التكنولوجي، يصبح من الصعب بشكل متزايد تحديد ما إذا كانت القطعة المكتوبة أصلية حقًا أم أنها تم إنشاؤها بواسطة آلة. وهذا يثير تساؤلات حول قيمة الأصالة وأهمية تسجيل المصادر بشكل صحيح في العصر الرقمي. كما أنه يسلط الضوء على حاجة الأفراد إلى أن يكونوا

أكثر انتقادًا للمعلومات التي يستهلكونها وأن يفكروا بعناية في مصادر المعلومات التي يشاركونها. في نهاية المطاف، فإن التطور السريع للذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا الدردشة الآلية يتحدانا لإعادة تعريف فهمنا للإسناد والأصالة في العالم الرقمي.(72)

الإطار المنهجى للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتى تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة وهى أخلاقيات استخدام CHATGPT فى صناعة المحتوى الصحفى.

منهج الدراسة وأدواتها:

استعانت الدارسة **بمنهج المسح الإعلامى** بشقه الميداني الذي وظفته الدراسة في مسح عينة من الصحفيين المصريين. **ومنهج الدراسات النظرية** والذى يهدف إلى فهم الظواهر الثقافية والاجتماعية بشكل أفضل، من خلال التركيز على النظريات والمفاهيم التي تشرح وتفسر هذه الظواهر. **والنموذج التحليلى لتحليل البيانات** وهو نموذج يستخدم في تحليل البيانات، ويهدف إلى فهم وتفسير البيانات بشكل أفضل.

الأداة البحثية: اعتمدت هذه الدراسة على أداة الاستبيان، التى تم توزيعها على عينة من الصحفيين فى الصحف (القومية – الحزبية– الخاصة)، وتضمنت هذه الدراسة محورين رئيسيين الأول يتعلق بأخلاقيات استخدام التقنيات التكنولوجية بمجال الصحافة والإعلام ، أما الثانى فتضمن استخدام CHATGPT بالإعلام. وتم عرض استمارة الاستبيان على محكمين من أساتذة الصحافة والإعلام. (*)

مجتمع الدراسة وعينتها:

(*) - أ.د. محمد سعد ابراهيم (أستاذ الصحافة بكلية الآداب قسم الإعلام جامعة المنيا)
- أ.د. إلهام يونس (وكيل المعهد الدولى العالى للإعلام بأكاديمية الشروق)

يتألف مجتمع الدراسة من الصحفيين الذين يستخدمون منصات أو تطبيقات CHATGPT لصناعة المحتوى الصحفي.

وتتكون عينة الدراسة من عينة عمدية من الصحفيين المستخدمين لتطبيقات أو منصات CHATGPT لنشر المحتوى الصحفي. حيث أُجريت الدراسة على عينة من الصحفيين يمثلون الصحف القومية والحزبية والخاصة فى مصر وبلغ قوامها (123) مفردة، وبعد تصميم الدراسة، وإجراء الاختبار القبلى لها على عينة من الصحفيين بالصحف، وعرضها على مجموعة من المحكمين ، تم إدخال بعض التعديلات عليها، ثم قامت الباحثة بتطبيق البحث خلال شهر يناير 2024 م.

اختبار صدق وثبات استمارة تحليل الاستبيان:

أجرت الباحثة دراسة قبلية Pretest على نسبة 5% من عينة الدراسة مرتين بفارق زمنى أسبوع، للتأكد من مدى صلاحية الأداة للتطبيق ومدى قياسها لما وضعت لقياسه، وتم إجراء التعديلات عليها وفقاً ما أشارت إليه ملاحظات المبحوثين وإجابتهم ومدى استيعابهم للأسئلة. كما تم مراعاة صدق المحتوى)المضمون(للتأكد من احتواء أداة جمع البيانات على كافة المتغيرات ،وأبعاد المشكلة البحثية وتساؤلاتها وفروضها المختلفة، كما تضمنت صحيفة الاستقصاء بعض الأسئلة التأكيدية لاختبار مدى صدق المبحوث، وتم استبعاد عدداً من الاستمارات التي ثبت عدم صدق المبحوثين بها.

وتم التحقق من الثبات باستخدام معامل **ألفا كرونباخ** Alfa Cronbach على مستوى كل مقياس فرعى، وعلى مستوى مجمل المقاييس، وكانت نسبة الثبات عالية لمجمل المقاييس بنسبة 94.7%. كما أنه تم قياس مدى الاتساق الداخلي Internal Consistency للمقاييس عن طريق حساب العلاقات الارتباطية بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس.

أساليب التحليل الإحصائى:

تم استخدام مقياس ليكرت Likert للإجابة على أسئلة استمارة الاستبيان ومن ثم تمت معالجة البيانات وتحليلها باستخدام برنامج Spss وذلك باستخدام المعاملات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى، الوزن النسبي.
- معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة الارتباطية بين متغيرين.

المعالجة الإحصائية:

بعد تطبيق الدراسة وجمع البيانات تم تفريغ البيانات التى جُمعت إلى جهاز الحاسوب فى برنامج Microsoft Excel ، ثم تم بعد ذلك إدخالها فى برنامج التحليل الإحصائى IBM SPSS Statistics لمعالجتها إحصائيا، ومن ثم استخراج البيانات الإحصائية، والتحليلات، والمقارنات اللازمة.

نتائج الدراسة:

أولًا: تحليل البيانات الوصفية:

جدول رقم (1)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لمتغير السن

السن	العدد	النسبة
أقل من 25 عاماً	4	3.3
من 25 إلى أقل من 35 عاماً	21	17.1
من 35 إلى أقل من 45 عاماً	32	26
45 عاماً فأكثر	66	53.7
الإجمالى	123	100

يوضح الجدول السابق إحدى العوامل الديموجرافية للمبحوثين عينة الدراسة وهى سن المبحوثين من إجمالى (123) مبحوث من الصحفيين، حيث كانت نسبة السن 45 عاماً فأكثر هى أكبر نسبة والتى بلغت (53.7%)، يليها فئة السن من 35 إلى أقل من 45 عاماً حيث كانت(26 %)، يليها فئة السن من 25 إلى أقل من 35 عاماً والتى كانت بنسبة (17.1 %) ، أما فئة المبحوثين أقل من 25 عاماً فهى كانت أصغر نسبة والتى بلغت (3.3%) .

جدول رقم (2)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لمتغير عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	العدد	النسبة
أقل من 5 سنوات	10	8.1
من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	12	9.8
من 10 سنوات إلى 15 سنة	21	17.1
أكثر من 15 سنة	80	65
الإجمالى	123	100

يوضح الجدول السابق إحدى العوامل الديموجرافية للمبحوثين عينة الدراسة وهى عدد سنوات الخبرة من إجمالى (123) مبحوث من الصحفيين، حيث كانت نسبة أكثر من 15 سنة هى أكبر نسبة والتى بلغت (65%) ، يليها من 10 سنوات إلى 15 سنة والتى بلغت (17.1%)، يليها من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات والتى بلغت (9.8%)، يليها أقل من 5 سنوات والتى بلغت (8.1%) وهي أصغر نسبة.

جدول رقم (3)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لمتغير المؤسسة الصحفية التى يعمل بها الصحفى

المؤسسة الصحفية التى يعمل بها الصحفى	العدد	النسبة
مؤسسة صحفية قومية	46	37.4
مؤسسة صحفية حزبية	15	12.2
مؤسسة صحفية خاصة	62	50.4
الإجمالى	123	100

يوضح الجدول السابق إحدى العوامل الديموجرافية للمبحوثين عينة الدراسة وهى المؤسسة الصحفية التى يعمل بها الصحفى من إجمالى (123) مبحوث من الصحفيين، حيث كانت نسبة مؤسسة صحفية خاصة هى أكبر نسبة والتى بلغت (50.4%) ، يليها مؤسسة صحفية قومية والتى بلغت(37.4%)، يليها مؤسسة صحفية حزبية والتى بلغت(12.2%) وهي أصغر نسبة.

جدول رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لمتغير القسم الذى يعمل به الصحفى

القسم الذى يعمل به الصحفى	العدد	النسبة
الأخبار	19	15.4
التحقيقات	10	8.1
الشئون الخارجية	12	9.8
الحوادث	4	3.3
الاقتصاد	18	14.6
الفن	2	1.6
الرياضة	2	1.6
الثقافة	4	3.3
التكنولوجيا	9	7.3
التجهيزات الفنية (الإخراج الصحفي)	17	13.8
ديسك	24	19.5
سوشيال ميديا	2	1.6
الشئون الدينية	0	0
التصوير	0	0
الإجمالى	123	100

يوضح الجدول السابق إحدى العوامل الديموجرافية للمبحوثين عينة الدراسة وهى القسم الذى يعمل به الصحفى من إجمالى (123) مبحوث من الصحفيين، حيث كانت أعلى نسبتين هما ديسك وهى أكبر نسبة والتى بلغت (19.5%) ، يليها الأخبار والتى بلغت(15.4%)، وكانت أقل نسب هم السوشيال ميديا والرياضة والفن والتى بلغت(1.6%)، بينما لم تحتوى العينة على أحد المبحوثين من قسم الشئون الدينية أو التصوير.

جدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة لمتغير المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	العدد	النسبة
رئيس تحرير	11	8.9
مساعد رئيس تحرير	10	8.1
نائب رئيس تحرير	10	8.1
مدير تحرير	20	16.3
نائب مدير تحرير	6	4.9
سكرتير تحرير	2	1.6
مدير فني	7	5.7
مخرج صحفي	6	4.9
رئيس قسم	16	13
نائب رئيس قسم	4	3.3
مسئول النشر في الموقع	4	3.3
مصور صحفي	2	1.6
رسام كاريكاتير	3	2.4
محرر	18	14.6
مصحح لغوي	2	1.6
ديسك	2	1.6
مونتير	0	0
الإجمالى	123	100

يوضح الجدول السابق إحدى العوامل الديموجرافية للمبحوثين عينة الدراسة وهى المسمى الوظيفي من إجمالى (123) مبحوث من الصحفيين، حيث كانت أكبر نسبتين هما مدير تحرير وهى أكبر نسبة والتى بلغت (16.3%)، يليها نسبة محرر والتى

بلغت(14.6%)، وكانت أقل نسب هم سكرتير تحرير و مصور صـــحفي و مصـــحح لغوي و ديسك والتى بلغت (1.6%)، بينما لم تحتوى العينة على مونتير.

ثانيًا: تحليل النتائج التفصيلية:

– مجالات التدريب التى تدرب عليها الصحفيون بمؤسساتهم الصحفية:

جدول رقم (6)

مجالات التدريب التى تدرب عليها الصحفيون بمؤسساتهم الصحفية

مجالات التدريب التى تدرب عليها الصحفى بمؤسسته الصحفية	نعم		لا		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%				
1/1- الكتابة والمهارات التحريرية وجمع الأخبار والمعلومات	111	90.2	12	9.8	.298	.90	1	%45
2/1-أخلاقيات المهنة والنواحى والجوانب القانونية	92	74.8	31	25.2	.436	.75	3	%37.5
3/1- تكنولوجيا الصحافة	93	75.6	30	24.4	.431	.76	2	%38
4/1-منصات CHATGPT أو ذكاء اصطناعى	48	39	75	61	.490	.39	4	%19.5
الإجمالى	-	-	-	-	0.41375	0.7	-	-

توضح نتائج الجدول السابق مجالات التدريب التـــى تـــدرب عليهـــا الصـــحفى بمؤسسته الصحفية، وكان المتوسط العام 0.7، والانحراف المعيارى العـــام 0.413،

ويعد التدريب على " الكتابة والمهارات التحريرية وجمع الأخبار والمعلومات" أكثر العناصر موافقة وذلك بمتوسط حسابى .90 ووزن نسبى 45%.

وقد كان أقل عنصر موافقة هو " منصات CHATGPT أو ذكاء اصطناعى " بمتوسط حسابى .39 ووزن نسبى 19.5%.

ويمكن تفسير النتائج السابقة بقلة اهتمام المؤسسات الصحفية بتدريب الصحفيين على أحدث أنواع تكنولوجيا الصحافة مثل منصات CHATGPT أو الذكاء الاصطناعى، والسبب فى ذلك فى رأينا هو قلة عدد الخبراء الصحفيين فى مجال التكنولوجيا والذكاء الاصطناعى، أيضا قلة اهتمام المؤسسات الصحفية بتدريب الصحفيين على أخلاقيات المهنة والنواحى القانونية. لذلك توصى الباحثة بتدريب الصحفيين على ميثاق شرف المهنة وعلى أخلاقيات مهنة الصحافة فى العموم والنواحى القانونية الخاصة بذلك قبل التدريب على المهنة ذاتها حتى يكون الصحفى على وعى تام بها ويستطيع تطبيقها فى مهنته، ويعرف حقوقه وواجباته.

- **مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بتدريب الصحفيين على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT**

جدول رقم (7)

مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بتدريب الصحفيين على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT

مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بتدريب الصحفيين على كيفية التعامل	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا تهتم على الإطلاق		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى
	ك	%	ك	%	ك	%		

مع منصات CHATGPT	17	13.8	55	44.7	51	41.5	.693	1.72

توضح نتائج الجدول السابق رؤية المبحوثين لمدى اهتمام المؤسسة الصحفية بتدريب الصحفيين على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT والمتوسط الحسابي 1.72، والانحراف المعيارى .693 وكانت أعلى نسبة فى مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بتدريب الصحفيين على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT هى إلى حد ما بنسبة 44.7 %، وأقل نسبة هى إلى حد كبير بنسبة 13.8% .

وتفسر الباحثة بأن سبب ذلك النتيجة هو أن تقنية أو منصات أو تطبيقات الـ CHATGPT هو مجال جديد بحت والخبراء به من الصحفيين قليلين جدا ، والمعلومات التى لديهم ليست بالشكل الكافى والوافى لتدريب الصحفيين عليها، لذا كانت نسبة اهتمام المؤسسة الصحفية بتدريب الصحفيين على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT هى إلى حد ما بنسبة 44.7 % .

- **مدى الاستفادة من التدريب على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT**

جدول رقم (8)

مدى الاستفادة من التدريب على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT

مدى الاستفادة من التدريب على كيفية التعامل مع منصات CHATGPT	معرفة قواعد التحقق من صحة المعلومات المتداولة على CHATGPT		معرفة قواعد استخدام فى CHATGPT العمل الصحفى		التعرف على أخلاقيات المهنة الصحفية لاقتباس أى معلومة من CHATGPT		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى
	ك	%	ك	%	ك	%		
	47	38.2	55	44.7	21	17.1	.716	1.79

توضح نتائج الجدول السابق مدى الاستفادة من التدريب على كيفية التعامل مع منصات أو تطبيقات CHATGPT، وكانت أعلى نسب لمدى الاستفادة من التدريب هى معرفة قواعد استخدام CHATGPT فى العمل الصحفى، وذلك بنسبة 44.7 %، وأقل نسبة فى مدى الاستفادة من التدريب هى التعرف على أخلاقيات المهنة الصحفية لاقتباس أى معلومة من CHATGPT ، والمتوسط الحسابي 1.79، والانحراف المعيارى .716

- **قياس مدى اعتماد الصحفيين على منصات أو تطبيقات CHATGPT كمصدر للمعلومات لصناعة المحتوى الصحفى:**

جدول رقم (9)

(أ) قياس مدى اعتماد الصحفيين على منصات أو تطبيقات CHATGPT

درجة اعتماد الصحفيين على منصات أو تطبيقات CHATGPT	كبيرة جدا		كبيرة		متوسطة		قليلة		قليلة جدا		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
1/أ/4- معدل الاستخدام اليومى لمنصات CHATGPT	6	4.9	19	15.4	53	43.1	25	20.3	20	16.3	1.066	2.72	2	%54.4
2/أ/4- كمية الاقتباس من منصات CHATGPT كمصدر للمعلومات لصناعة المحتوى الصحفى	6	4.9	8	6.5	52	42.3	35	28.5	22	17.9	1.019	2.52	3	%50.4
3-أ/4- درجة إعادة صياغة مخرجات منصات CHATGPT لصناعة المحتوى الصحفى	20	16.3	25	20.3	35	28.5	21	17.1	22	17.9	1.324	3	1	%60
الإجمالى	–	–	–	–	–	–					1.136	2.74	–	–

توضح نتائج الجدول السابق قياس مدى اعتماد الصحفيين على منصات أو تطبيقات CHATGPT، والمتوسط الحسابى العام 2.74، والانحراف المعيارى العام 1.136، وتعد " درجة إعادة صياغة مخرجات CHATGPT لصناعة المحتوى الصحفى " أكثر العناصر موافقة على درجة كبيرة جداً وذلك بمتوسط حسابى 3 ووزن نسبى 60%. ويتفق ذلك مع دراسة ((Mearian, Lucas,2023 [73] ودراسة (Robb, Drew, 2023) [74]، والتى ذكرت أنه يمكن للملحق الجديد المستند إلى الذكاء الاصطناعي مثل منصات CHATGPT إنشاء إجابات تلقائيًا على رسائل البريد الإلكتروني للعملاء، واقتراح حملات التسويق والمبيعات، وتلخيص سلاسل محادثات، وصياغة ردود البريد الإلكتروني للعملاء.

وقد كان أقل عنصر موافقة على درجة كبيرة جدا هو " كمية الاقتباس من منصات أو تطبيقات CHATGPT كمصدر للمعلومات لصناعة المحتوى الصحفى " بمتوسط حسابى 2.52 ووزن نسبى 50.4%.

ويمكن تفسير النتائج السابقة بمدى وعى المبحوثين بأهمية استخدام منصات أو تطبيقات CHATGPT فى إعادة الصياغة للمحتوى الصحفى.

جدول رقم (10)

(ب)قياس درجة اعتماد الصحفيين على استخدام منصات CHATGPT المجانية فى العمل الصحفى

درجة الاعتماد على استخدام منصات CHATGPT المجانية فى العمل الصحفى	كبيرة		متوسطة		قليلة		لا		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
GPT-3-1/ب/4	18	14.6	33	26.8	28	22.8	44	35.8	1.086	1.20	3	%40
4/ب/2- Microsoft Bing	26	21.1	26	21.1	32	26	39	31.7	1.133	1.32	2	%44
4/ب/3- Google Bard	42	34.1	24	19.5	28	22.8	29	23.6	1.181	1.64	1	%54.6
4/ب/4- Gemini pro	8	6.5	17	13.8	31	25.2	67	54.5	.935	.72	5	%24
4/ب/5- Poe Assiastant	13	10.6	22	17.9	30	24.4	58	47.2	1.037	.92	4	%30.6
4/ب/6- Claude 2	8	6.5	10	8.1	30	24.4	75	61	.894	.60	8	%20
4/ب/7- LaMDA	8	6.5	8	6.5	31	25.2	76	61.8	.878	.58	9	%19.3
4/ب/8- Jarvis	10	8.1	8	6.5	30	24.4	75	61	.928	.62	7	%20.6
4/ب/9- DialoGPT	6	4.9	10	8.1	32	26	75	61	.840	.57	10	%19
4/ب/10- GPT-J	10	8.1	12	9.8	30	24.4	71	57.7	.952	.68	6	%22.6
الإجمالى	–	–	–	–	–	–			0.986	0.88	–	

توضح نتائج الجدول السابق قياس درجة الاعتماد علـــى اســـتخدام تطبيقـــات أو منصات CHATGPT المجانية التالية فى العمل الصحفى، والمتوسط العـــام 0.88، والانحراف المعيارى العام 0.986، وتعد منصة " Google Bard " أكثر المنصات اعتمادًا عليها بدرجة كبيرة وذلك بمتوسط حسابى 1.64 ووزن نسبى 54.6% .يليهـــا منصة Microsoft Bing بمتوسط حسابى 1.32، ووزن نسبى 44%، ثـــم منصـــة GPT-3 بمتوسط حسابى 1.20 ووزن نسبى 40% . وتختلف هذه النتيجـــة مـــع

دراسة((Robb, Drew, 2023))[75] والتى أوضحت أن أكثر المنصات والتطبيقات استخداما هى ChatGPT و Google Bard ثم Microsoft Bing وذلك لما من هذه المنصات من مزايا وعيوب تتناسب مع طبيعة هذا المجتمع .

وقد كانت أقل منصة اعتمادًا عليها " DialoGPT " بمتوسط حسابى .57 ووزن نسبى 19%.

ويمكن تفسير النتائج السابقة بأن منصة GPT-3 حازت على المرتبة الثالثة فى درجة الاعتماد عليها فى العمل الصحفى وذلك لأنها كانت منصة مدفوعة الأجر وغير متاحة فى مصر قبل ذلك لكنها الآن متاحة فى مصر ومجانية ، مما يدل على وعى المبحوثين بذلك.

جدول رقم (11)

(ت) قياس درجة اعتماد الصحفيين على استخدام منصات CHATGPT المدفوعة الأجر فى العمل الصحفى

درجة الاعتماد على استخدام منصات CHATGPT المدفوعة الأجر فى العمل الصحفى	كبيرة		متوسطة		قليلة		لا		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
4/ت/1- GPT-4	10	8.1	16	13	32	26	65	52.8	.967	.76	1	%25.3
4/ت/2- CHATGPT AI	10	8.1	10	8.1	30	24.4	73	59.3	.941	.65	2	%21.6
4/ت/3- CHATGPT PLUS	2	1.6	12	9.8	34	27.6	75	61	.739	.52	3	%17.3
الإجمالى	-	-	-	-	-	-			0.882	0.64	-	-

توضح نتائج الجدول السابق درجة اعتماد الصحفيين على استخدام منصات CHATGPT المدفوعة الأجر فى العمل الصحفى فكان المتوسط العام 0.64، والانحراف المعيارى العام 0.882، وتعد منصة "GPT-4" أكثر المنصات اعتماداً عليها بدرجة كبيرة وذلك بمتوسط حسابى .76 ووزن نسبى 25.3% .

وقد كان أقل منصة اعتمادا عليها هي " CHATGPT PLUS " بمتوسط حسابى .52 ووزن نسبى 17.3%.

- **قياس كيفية استفادة الصحفيين من منصات أو تطبيقات CHATGPT فى العمل الصحفى**

جدول رقم (12)

(أ) أوجه استخدام الصحفيين لمنصات أو تطبيقات CHATGPT

أوجه استخدام الصحفيين لمنصات CHATGPT	كبيرة		متوسطة		قليلة		لا		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
1/أ/5- إعادة صياغة خبر	12	9.8	22	17.9	38	30.9	51	41.5	.995	.96	12	%32
2/أ/5- ترجمة خبر	14	11.4	28	22.8	39	31.7	42	34.1	1.010	1.11	5	%37
3/أ/5- اختصـــــار موضوعات	10	8.1	24	19.5	33	26.8	56	45.5	.987	.90	8	%30
4/أ/5- تصحيح لغوى	12	9.8	33	26.8	23	18.7	55	44.7	1.056	1.02	6	%34
5/أ/5- الحصول على معلومات فى مجـالات متنوعة	42	34.1	28	22.8	24	19.5	29	23.6	1.177	1.67	1	%55.6
6/أ/5- كتابة خبر	22	17.9	25	20.3	25	20.3	51	41.5	1.150	1.15	4	%38.3
7/أ/5- كتابة مقال	22	17.9	21	17.1	34	27.6	46	37.4	1.116	1.15	3	%38.3
8/أ/5- كتابة قصـة خبرية	19	15.4	16	13	28	22.8	60	48.8	1.115	.95	7	%31.6
9/أ/5- كتابة تقرير	22	17.9	25	20.3	32	26	44	35.8	1.116	1.20	2	40
10/أ/5- رسومات	8	6.5	15	12.2	41	33.3	59	48	.904	.77	9	%25.6
11/أ/5- تصميم موقع إلكترونى	2	1.6	5	4.1	30	24.4	86	69.9	.645	.37	10	%12.3
12/أ/5- تصميم تطبيق هاتف	3	2.4	5	4.1	27	22	88	71.5	.682	.37	11	%12.3
الإجمالى	-	-	-	-	-	-			0.996	0.96	-	-

توضح نتائج الجدول السابق أوجه اســتخدام الصــحفى لمنصــات أو تطبيقــات CHATGPT ، فكان المتوسط الحسابى العام 0.96، والانحراف المعيــارى العــام 0.996، ويعد عنصر " الحصول على معلومات فى مجالات متنوعة " أكثر العناصر موافقة بدرجة كبيرة وذلك بمتوسط حسابى 1.67 ووزن نسبى 55.6%.

وقد كان أقل عنصر موافقة بدرجة كبيرة هو " إعادة صياغة خبر " بمتوسط حسابى .96 ووزن نسبى 32%.

وذلك يُفسر أن الصحفيين حاولوا استخدام منصات أو تطبيقـات CHATGPT وتعاملوا معها على أنها محركات بحثية يستقوا منها المعلومات فى المرتبة الأولى.

جدول رقم (13)

(ب) أنماط استخدام الصحفيين لمنصات CHATGPT فى العمل الصحفى

أنماط استخدام الصحفيين لمنصات CHATGPT فى العمل الصحفى	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
5/ب/1- تعلم أشياء جديدة بشكل أكثر كفاءة	23	18.7	55	44.7	45	36.6	.725	1.82	8	%60.6
5/ب/2- إنشاء محتوى إبداعى	23	18.7	40	32.5	60	48.8	.768	1.70	9	%56.6
5/ب/3- تطوير المهارات الصحفية	25	20.3	58	47.2	40	32.5	.720	1.88	5	%62.6
5/ب/4- إنشاء روبوتات دردشة تفاعلية تساعد على التواصل مع بعضهم بشكل أكثر سهولة	16	13	32	26	75	61	.717	1.52	10	%50.6
5/ب/5- إنشاء أدوات مساعدة للصحفيين مثل: الترجمة، وكتابة المحتوى،.. إلخ	26	21.1	54	43.9	43	35	.739	1.86	6	%62
5/ب/6- إنجاز المهام بشكل أسرع وأكثر كفاءة	23	18.7	57	46.3	43	35	.717	1.84	7	%61.3
5/ب/7- البحث عن معلومات حول منتج أو خدمة	34	27.6	51	41.5	38	30.9	.768	1.97	3	%65.6
5/ب/8- الإمداد بأفكار جديدة	29	23.6	56	45.5	38	30.9	.737	1.93	4	%64.3
5/ب/9- البحث عن بيانات ومعلومات خاصة	38	30.9	53	43.1	32	26	.756	2.05	1	%68.3
5/ب/10- التأكد من بعض المعلومات	39	31.7	42	34.1	42	34.1	.814	1.98	2	%66
الإجمالى	-	-	-	-	-	-	0.746	1.85	-	

توضح نتائج الجدول السابق أنماط استخدام الصحفيين لمنصـات CHATGPT فى العمل الصحفى، والمتوسط العام 1.85، والانحراف المعيارى العام 0.746، ويعد نمط " البحث عن بيانات ومعلومات خاصة " أكثر العناصر موافقة بدرجة كبيرة وذلك بمتوسط حسابى 2.05 ووزن نسبى 68.3% . وهذه النتيجة تؤكـد علـى مـا تـم

الحصول عليه من نتائج فى الجدول رقم (12) وهو الحصول علـــى معلومـــات فـــى مجالات متنوعة.

وقد كان أقل عنصر موافقة بدرجة كبيرة هو " إنشاء روبوتات دردشـــة تفاعليـــة تساعد على التواصل مع بعضهم بشكل أكثر سهولة " بمتوسط حســـابى 1.52 ووزن نسبى 50.6%.

- **قياس درجة وعى الصحفيين بتأثير منصات أوتطبيقات CHATGPT**

جدول رقم (14)

(أ) قياس وعي الصحفيين بمصداقية ودقة منصات أو تطبيقات CHATGPT

قيـاس وعـي الصـحفيين بمصـداقية ودقـة منصـات أو تطبيقـات CHATGPT	عالية		متوسطة		منخفضة		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
6/أ/1- تقيـيم الصـحفى لدرجـة مصـداقية منصـات أو تطبيقـات CHATGPT كمصدر للمعلومات	20	16.3	63	51.2	40	32.5	.682	1.84	2	92
6/أ/2- تقيـيم الصـحفى لدرجـة دقـة إجابـات منصـات أو تطبيقـات CHATGPT كمصدر للمعلومات	22	17.9	70	56.9	31	25.2	.655	1.93	1	96.5
الإجمالى	-	-	-	-	-	-	0.668	1.88	-	-

توضح نتائج الجـدول الســابق قيــاس وعـــي الصـــحفيين بمصـــداقية ودقـــة CHATGPT ، والمتوسط العام 1.88، والانحراف المعيارى العام 0.668، ويعد " تقييم الصحفى لدرجة دقة إجابـــات منصـــات أو تطبيقـــات CHATGPT كمصـــدر للمعلومات " أكثر العناصر موافقة بدرجة عالية وذلك بمتوسط حســـابى 1.93 ووزن نسبى 96.5. يليهـــا " تقيـــيم الصـــحفى لدرجـــة مصـــداقية منصـــات أو تطبيقـــات CHATGPT كمصدر للمعلومات " بمتوسط حسابى 1.84 ووزن نسبى 92.

وذلك يفسر أن منصات أو تطبيقات CHATGPT إذا أدخـــل لهـــا المســـتخدم معلومات مغلوطة أو مضللة لتدريب هذه المنصات فإن النموذج يمكن أن يـــتعلم تلـــك

المعلومات ويستخدمها لإعطاء إجابات غير دقيقة أو مضللة، فمن المهم جـدا أن يـتم تدريب هذه المنصات على بيانات دقيقة وموثوقة، وأن يتم تقييم أدائهـا بشـكل دورى لضمان دقتها وموثوقيتها. (76)

جدول رقم (15)

(ب)منصات أو تطبيقات CHATGPT التى تأتى منها المشكلات المهنية

منصات CHATGPT التـى تأتى منها المشكلات المهنية	أوافق		محايد		لا أوافق		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
ب/6-1- GPT-3	10	8.1	77	62.6	36	29.3	.576	1.79	11	%59.6
ب/6-2- GPT-4	10	8.1	77	62.6	36	29.3	.576	1.79	12	%59.6
ب/6-3- CHATGPT AI	8	6.5	79	64.2	36	29.3	.555	1.77	13	%59
ب/6-4- Microsoft Bing	14	11.4	86	69.9	23	18.7	.546	1.93	1	%64.3
ب/6-5- Google Bard	10	8.1	80	65	33	26.8	.563	1.81	10	%60.3
ب/6-6- Poe Assiastant	18	14.6	73	59.3	32	26	.630	1.89	3	%63
ب/6-7- Gemini pro	14	11.4	82	66.7	27	22	.570	1.89	2	%63
ب/6-8- Claude 2	12	9.8	80	65	31	25.2	.573	1.85	5	%61.6
ب/6-9- LaMDA	13	10.6	79	64.2	31	25.2	.582	1.85	6	%61.6
ب/6-10- Jarvis	10	8.1	82	66.7	31	25.2	.554	1.83	9	%61
ب/6-11- DialoGPT	12	9.8	84	68.3	27	22	.552	1.88	4	%62.6
ب/6-12- GPT-J	8	6.5	86	69.9	29	23.6	.523	1.83	7	%61
ب/6-13- CHATGPT PLUS	8	6.5	86	69.9	29	23.6	.523	1.83	8	%61
الإجمالى	–	–	–	–	–	–	0.563	1.84	–	–

توضح نتائج الجدول السابق منصات أو تطبيقات CHATGPT التى تأتى منهـا المشكلات المهنية وكان المتوسط العام 1.84، والانحراف المعيارى العـام 0.563، وتعد منصة " Microsoft Bing" أكثر العناصر موافقة وذلك بمتوسط حسابى 1.93 ووزن نسبى 64.3%.

وقد كانت أقل منصة موافقة هي " CHATGPT AI " بمتوسط حسابى 1.77 ووزن نسبى 59%.

- **قياس اتجاه الصحفيين نحو استخدامهم منصات أو تطبيقات CHATGPT وأثرها على أخلاقيات الممارسة المهنية .**

جدول رقم (16)

اتجاه الصحفيين نحو استخدامهم منصات أو تطبيقات CHATGPT وأثرها على أخلاقيات الممارسة المهنية

اتجاه الصحفيين نحو استخدامهم منصات أو تطبيقات CHATGPT وأثرها على أخلاقيات الممارسة المهنية	أوافق		محايد		لا أوافق		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
7/أ/1- غياب الدقة وعدم التحقق من المعلومات قبل نشرها	30	24.4	65	52.8	28	22.8	.689	2.02	18	%67.3
7/أ/2- عدم وجود قواعد وضوابط تحكم تلك المنصات	46	37.4	48	39	29	23.6	.772	2.14	15	%71.3
7/أ/3- عدم وجود رقابة على تلك المنصات	45	36.6	45	36.6	33	26.8	.794	2.10	16	%70
7/أ/4- انتشارها وسهولة استخدامها من الممكن أن تشوه فكر الصحفى وتفسد ذوقه وتدفعه لتبنى معتقدات غريبة	46	37.4	55	44.7	22	17.9	.720	2.20	11	%73.3
7/أ/5- غياب الدور التوعوى للمؤسسات الصحفية والذى يجب أن ينصب على توعية الصحفيين بكيفية استخدام تلك المنصات بالشكل الأمثل	75	61	34	27.6	14	11.4	.694	2.50	1	%83.3
7/أ/6- عدم التزام مستخدميها بالقواعد والمعايير الأخلاقية الصحفية	62	50.4	47	38.2	14	11.4	.685	2.39	3	%79.6
7/أ/7- اعتماد بعض الصحفيين عليها كمصدر لاستقاء المعلومات ونشرها دون التحقق من صحتها	58	47.2	48	39	17	13.8	.709	2.33	5	%77.6
7/أ/8- CHATGPT يعد منبراً حيوياً لجمع المعلومات	52	42.3	57	46.3	14	11.4	.667	2.31	6	%77
7/أ/9- لديه معلومات عن أى شئ يخطر ببالنا	41	33.3	58	47.2	24	19.5	.717	2.14	14	%71.3
7/أ/10- نافذة لنقل معلومات مغلوطة دون التأكد من صحتها	45	36.6	57	46.3	21	17.1	.709	2.20	10	%73.3
7/أ/11- نافذة للوصول إلى المعلومات بسرعة دون بذل أى مجهود	47	38.2	59	48	17	13.8	.682	2.24	8	%74.6
7/أ/12- CHATGPT نافذة للصحفى لعدم مراعاة الضمير المهنى والملكية الفكرية	37	30.1	66	53.7	20	16.3	.669	2.14	13	%71.3

7/أ/13- CHATGPT يتحيز لجهات معينة أو لا يريد الحديث عن فصائل معينة	37	30.1	70	56.9	16	13	.636	2.17	12	%72.3
7/أ/14- CHATGPT ينشر مراجع وهمية أحياناً	36	29.3	58	47.2	29	23.6	.728	2.06	17	%68.6
7/أ/15- عند كتابة مقالات للرأى فالصحفى ينشر رأى CHATGPT وليس رأيه	64	52	47	38.2	12	9.8	.665	2.42	2	%80.6
7/أ/16- عدد من الصحفيين أصبح يعتمد على CHATGPT اعتماداً كلياً مما أفسد الإبداع	45	36.6	66	53.7	12	9.8	.628	2.27	7	%75.6
7/أ/17- نشر معلومات من CHATGPT دون الحصول على ترخيص من الإدارة التحريرية الصحفية	46	37.4	59	48	18	14.6	.687	2.23	9	%74.3
7/أ/18- بعض الصحفيون ينشرون معلومات حصلوا عليها من CHATGPT ويضعون أسماؤهم عليها بهدف الحصول على مكافأة أو مركز أو يقال عليه أنه صحفى محترف	60	48.8	49	39.8	14	11.4	.682	2.37	4	%79
الإجمالى	-	-	-	-	-	-	0.696	2.23	-	-

توضح نتائج الجدول السابق اتجاه الصحفيين نحو استخدامهم CHATGPT وأثرها على أخلاقيات الممارسة المهنية، وكان المتوسط الحسابى العام 2.23، والانحراف المعيارى 0.696، ويعد عنصر " غياب الدور التوعوى للمؤسسات الصحفية والذى يجب أن ينصب على توعية الصحفيين بكيفية استخدام تلك المنصات بالشكل الأمثل " أكثر العناصر موافقة وذلك بمتوسط حسابى 2.50 ووزن نسبى 83.3% .

وقد كان أقل عنصر موافقة هو " غياب الدقة وعدم التحقق من المعلومات قبل نشرها " بمتوسط حسابى 2.02 ووزن نسبى 67.3%.

- **مقياس توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية**

جدول رقم (17)

(أ) تصور الصحفيون لمفهوم مهنية الأداء الصحفى

تصور الصحفيون لمفهوم مهنية الأداء الصحفى	أوافق		محايد		لا أوافق		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
8/أ/1- الالتزام بالحقائق والامتناع عن اختلاق الوقائع أو إطلاق الأخبار المفبركة أو المصطنعة أو المضللة	109	88.6	12	9.8	2	1.6	.383	2.87	1	%95.6
8/أ/2- فصل الرأى عن الحقيقة	91	74	20	16.3	12	9.8	.654	2.64	7	%88
8/أ/3- احترام حق الرد والتصحيح	104	84.6	15	12.2	4	3.3	.468	2.81	4	%93.6
8/أ/4- احترام حرمة الحياة الخاصة	104	84.6	13	10.6	6	4.9	.511	2.80	5	%93.3
8/أ/5- احترام حقوق الملكية الفكرية	109	88.6	10	8.1	4	3.3	.438	2.85	2	%95
8/أ/6- خدمة القراء والتركيز على تلبية احتياجاتهم	92	74.8	23	18.7	8	6.5	.591	2.68	6	%89.3
8/أ/7- عدم استغلال العمل الصحفى فى تحقيق مصالح مادية أو شخصية	83	67.5	18	14.6	22	17.9	.783	2.50	9	%83.3
8/أ/8- التحقق من المعلومات قبل نشرها	107	87	10	8.1	6	4.9	.496	2.82	3	%94
8/أ/9- عدم الجمع بين العمل الصحفى التحريرى والعمل بالإعلانات	83	67.5	28	22.8	12	9.8	.665	2.58	8	%86
الإجمالى	-	-	-	-	-	-	0.554	2.72	-	-

توضح نتائج الجدول السابق تصور الصحفيين لمفهوم مهنية الأداء الصحفى ، والمتوسط الحسابى العام 2.72، والانحراف المعيارى 0.554، ويعد عنصر " الالتزام بالحقائق والامتناع عن اختلاق الوقائع أو إطلاق الأخبار المفبركة أو المصطنعة أو المضللة " أكثر العناصر موافقة وذلك بمتوسط حسابى 2.87 ووزن نسبى 95.6%.

وقد كان أقل عنصر موافقة هو " عدم استغلال العمل الصحفى فى تحقيق مصالح مادية أو شخصية " بمتوسط حسابى 2.50 ووزن نسبى 83.3%.

ويتم تفسير ذلك بمدى وعى الصحفيين بمفهوم مهنية الأداء الصحفى.

جدول رقم (18)

(ب)تصور الصحفيين لضبط أخلاقيات مهنة الصحافة فى عصر منصات أو تطبيقات CHATGPT

تصور الصحفيين لضبط أخلاقيات مهنة الصحافة فى عصر منصات أو تطبيقات CHATGPT	أوافق		محايد		لا أوافق		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
8/ب/1- تعديل المنظومة التشريعية والقانونية	92	74.8	25	20.3	6	4.9	.557	2.70	10	%90
8/ب/2- وضع أدلة تتضمن استخدام CHATGPT داخل المؤسسات الصحفية	108	87.8	13	10.6	2	1.6	.391	2.86	2	%95.3
8/ب/3- تعديل ميثاق الشرف الأخلاقى بما يضمن إدخال منصات CHATGPT	84	68.3	31	25.2	8	6.5	.608	2.62	11	%87.3
8/ب/4- تفعيل ميثاق شرف المهنة بما يضمن معاقبة أى خروج على القواعد المهنية والأخلاقية أثناء اقتباس أى معلومة من منصات CHATGPT	103	83.7	18	14.6	2	1.6	.425	2.82	5	%94
8/ب/5- وضع تدابير للحد من اقتباس مقال أو قصة خبرية أو أى معلومة من CHATGPT واسنادها للصحفى دون بذل أى مجهود (كتابة اسمه عليها)	97	78.9	20	16.3	6	4.9	.541	2.74	9	%91.3
8/ب/6- تحديث المقررات الدراسية الخاصة بتشريعات الاعلام وأخلاقياته فى كليات وأقسام الاعلام فى الجامعات المختلفة بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية الراهنة	107	87	14	11.4	2	1.6	.398	2.85	4	%95
8/ب/7- اقتباس ونشر وبث معلومات مهنية دقيقة وصحيحة وغير منحازة	80	65	33	26.8	10	8.1	.641	2.57	12	%85.6
8/ب/8- ضمان عدم استهداف أى أشخاص أو جماعات معينة داخل المجتمع	95	77.2	26	21.1	2	1.6	.468	2.76	7	%92
8/ب/9- حماية المعلومات الخاصة بالمؤسسات الصحفية التى يعمل بها الصحفيون	101	82.1	20	16.3	2	1.6	.437	2.80	6	%93.3
8/ب/10- الاستعانة بمصادر وشخصيات موثوقة للتحقق من المعلومات المقتبسة من CHATGPT	96	78	23	18.7	4	3.3	.506	2.75	8	%91.6
8/ب/11- ضمان الحفاظ على الحياة الخاصة للمواطنين	104	84.6	19	15.4	0	0	.363	2.85	3	%95
8/ب/12- ضمان عدم الإساءة إلى الصحفيين الآخرين أو المؤسسات الصحفية والإعلامية المنافسة	107	87	16	13	0	0	.338	2.87	1	%95.6
الإجمالى	-	-	-	-	-	-	0.472	2.76	-	-

توضح نتائج الجدول السابق تصور الصحفيون لضبط أخلاقيات مهنة الصحافة فى عصر منصات أو تطبيقات CHATGPT ، والمتوسط العام 2.76، والانحراف المعيارى 0.472، ويعد عنصر " ضمان عدم الإساءة إلى الصحفيين الآخرين أو

المؤسسات الصحفية والإعلامية المنافسة " أكثر العناصر موافقة وذلك بمتوسط حسابى 2.87 ووزن نسبى 95.6%.

وقد كان أقل عنصر موافقة هو " اقتباس ونشر وبث معلومات مهنية دقيقة وصحيحة وغير منحازة " بمتوسط حسابى 2.57 ووزن نسبى 85.6%.

- **قياس إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على منصات أو تطبيقات CHATGPT**

جدول رقم (19)

(أ) موقف الصحفيين من مجموعة العبارات المتعلقة بالأخلاقيات المهنية التى يجب الالتزام بها عند التعامل مع منصات CHATGPT

موقف الصحفيين من مجموعة العبارات المتعلقة بالأخلاقيات المهنية التى يجب الالتزام بها عند التعامل مع منصات أو تطبيقات CHATGPT	أوافق		محايد		لا أوافق		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	ترتيب الأهمية	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%				
9/أ/1- الأخلاقيات المهنية للتعامل مع CHATGPT لا تختلف بشكل كبير عن تلك الخاصة بالإعلام التقليدي	80	65	22	17.9	21	17.1	.772	2.48	7	%82.6
9/أ/2- ينبغي على المؤسسات الصحفية أن تحدد بوضوح نوع المعلومات التي يجوز لصحافييها اقتباسها من منصات CHATGPT	84	68.3	24	19.5	15	12.2	.703	2.56	6	%85.3
9/أ/3- ينبغى الحذر عند اقتباس أية معلومات من منصات CHATGPT حتى يتسنى للصحفيين التحقق من صحتها	107	87	12	9.8	4	3.3	.450	2.84	3	%94.6
9/أ/4- ينبغى على الصحفيين عدم اقتباس أية معلومات من منصات CHATGPT ذات توجهات سياسية أو حزبية أو دينية	86	69.9	31	25.2	6	4.9	.572	2.65	5	%88.3
9/أ/5- على الصحفيين التحقق من تحديث المعلومات أولاً بأول على منصات CHATGPT	104	84.6	16	13	3	2.4	.444	2.82	4	%94
9/أ/6- الصحفي في تعامله مع منصات CHATGPT يجب أن يخضعها لمعايير العمل الصحفي المتعارف عليها	109	88.6	14	11.4	0	0	.319	2.89	2	%96.3
9/أ/7- ينبغي على الصحفيين الالتزام بالميثاق الأخلاقي للمؤسسات التي يعملون بها والذي يؤكد على المسؤولية والتوازن وعدم الانحياز والإنصاف	113	91.9	10	8.1	0	0	.274	2.92	1	%97.3
الإجمالى	-	-	-	-	-	-	0.504	2.73	-	-

توضح نتائج الجدول السابق موقف الصحفيين من مجموعة العبارات المتعلقة بالأخلاقيات المهنية التى يجب الالتزام بها عند التعامل مع منصات أو تطبيقات CHATGPT ، والمتوسط العام 2.73، والانحراف المعيارى 0.504، ويعد عنصر " ينبغي على الصحفيين الالتزام بالميثاق الأخلاقي للمؤسسات التي يعملون بها ؛والذي يؤكد على المسؤولية والتوازن وعدم الانحياز والإنصاف " أكثر العناصر موافقة وذلك بمتوسط حسابى 2.92 ووزن نسبى 97.3%.

وقد كان أقل عنصر موافقة هو " الأخلاقيات المهنية للتعامل مع CHATGPT لا تختلف بشكل كبير عن تلك الخاصة بالإعلام التقليدي " بمتوسط حسابى 2.48 ووزن نسبى 82.6%.

واتفقت نتائج هذا الجدول مع نتيجة دراسة **(جيهان سباق، 2022)** [77] ودراسة **(ناهدة** محمد **مخادمة، 2022)** [78]، **ودراسة (حسين ربيع، 2021)** [79] والتى أكدت على حرص القائمون بالاتصال على الإلتزام بأخلاقيات العمل الصحفى عند استخدام الوسائل التكنولوجية أو التقنية فى العمل الصحفى للصحف التى يعملون بها.

ولذلك توصى الباحثة بأهمية وجود دليل خاص بأخلاقيات المهنة الصحفية أمام الصحفيين ينظم استخدامهم لمنصات أو تطبيقات CHATGPT فى المؤسسات الصحفية التى يعملون بها وبنقابة الصحفيين.

- **بالنسبة لبعض الحالات والمواقف التى تعرض لها الصحفيون نتيجة استخدام CHATGPT :**

بالرغم من أن معدلات الإجابة على هذا السؤال كانت منخفضة إلا أنه يمكن الإشارة إلى عدد من الحالات التى ذكرها الصحفيون كما يلي:

- أجد أخطاء في المعلومات .... ولا يستطيع تنفيذ التكليفات.
- أردت اختبار أخلاقيات ChatGPT فطلبت من bing فكتبت له هذا الأمر " ارسم الفنانة ياسمين صبرى بشكل كاريكاتيرى" لكن جاء الرد بالرفض لأنه ضد سياسة البرنامج.
- يمكن للذكاء الاصطناعي من إنشاء مقالات صحفية أو تقارير عن طريق تحليل البيانات وتوليد نصوص، وكتابة بعض المقالات السريعة في وقت وجيز.
- استخدمه في بعض الأحيان للمراجعة اللغوية للتأكد من صحة الكتابة للموضوعات قبل النشر ولكن غير دقيق كما أتوقع.
- عدم الوعي والتفكير.
- ضبط الإعدادات يمنع غالباً تسرب أي معلومات وهمية.
- كنت أبحث عن شخصية معينة، لكنه أعطاني معلومات مغلوطة وغير دقيقة، حيث كنت أعرف الشخصية التي أبحث عنها، ولكني استعنت بـ ChatGPT كنوع من التجربة.
- انتاج نص غير منسق أو متناقض، وانتاج نص ابداعي مبتكر، وانتاج نص دقيق، وانتاج نص غير مسيء.
- استخدمته في ترجمة جمل ومقاطع إلى اللغة الالمانية.
- حصلت منه على معلومات شائعه ومغلوطه.
- استخدمته في جمع معلومات لمقال صحفي ولم يضيف لي كثيراً.
- التعامل بواسطة CHAGPT ليس أساسياً فى عملي الصحفي بل تدربت عليه لمجرد الاستزادة بالجديد فى العمل الصحفي.

- جلب لى معلومة مغلوطة، فعندما أجريت بحثاً بإسمي رباعيًا وصفتي وجدت سيرة ذاتية مغايرة تمامًا لسيرتي.
- لا يوجد مراجع والمراجع وهمية.
- لم أتعرض لمواقف لمحدودية استعمالي له ولكن أعتقد الافراط في الاستخدام دون مراجعة وتدقيق قد تعرض المستخدم للوقوع في أخطاء ربما جسيمة.
- عدم دقة المعلومات.
- عدم اليقين من الأرقام وتواريخ الأحداث المتعلقة بالسياسة والإقتصاد حيث نحتاج إلى التقارير الرسمية للتأكد من المعلومات والمصدر.
- عند السؤال عن بعض المعلومات كالشعراء العرب تأتى الإجابات خاطئة فى كثير من الأحيان وأيضا عند السؤال عن الأوضاع فى فلسطين المحتلة تأتى الإجابات متحيزة سياسياً.
- في المواضيع الدينية لا يجب الاعتماد عليه، ويرفض تعديل صياغة أو الكتابة حول القضية الفلسطينية والحرب الإسرائيلية الوحشية على قطاع غزة.
- غياب الإبداع.
- أستخدمه للتأكد من المعلومات المذكورة فى التقرير عبر ChatGPT.
- استخدمته في كتابة مقال ولكن لم أجد نفسي فيه فقررت مقاطعته.

ثالثًا: نتائج اختبار الفروض:

- **اختبار نتائج الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية.**

جدول رقم (20)

ودرجة إدراكهم ChatGPTدرجة اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات بين العلاقة لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية

العلاقة بين درجة اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
	.107	.238

توضح بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون، عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية، حيث كانت مستوى المعنوية (.238) وبلغت قيمة معامل الارتباط (.107).

ويتم تفسير ذلك بأن الصحفيين يستخدمون ويعتمدون على تطبيقات أو منصات ChatGPT دون مراعاة لأخلاقيات الممارسة المهنية.

ومما سبق نستنتج عدم صحة الفرض الأول والذى ينص على:" توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين درجة اعتماد الصحفيين على ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية".

- **اختبار نتائج الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية.**

جدول رقم (21)

العلاقة بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية

العلاقة بين أوجه استفادة الصحفيين من منصات أو تطبيقات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
	.299	.001

توضح بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون، وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية، حيث كانت مستوى المعنوية (.001) وبلغت قيمة معامل الارتباط (.299)، ما يعني أنه كلما زادت استفادة الصحفيين من منصات أو تطبيقات ChatGPT كلما زادت درجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية.

ومما سبق نستنتج صحة الفرض الثاني والذى ينص على:" توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أوجه استفادة الصحفيين من ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية".

- **اختبار نتائج الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين وعى الصحفيين بتأثير تطبيقات أو منصات ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT.**

جدول رقم (23)

العلاقة بين وعى الصحفيين بتأثير منصات أو تطبيقاتChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT

العلاقة بين وعى الصحفيين بتأثير منصات أو تطبيقات ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
	.474	.000

توضح بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون، وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين وعى الصحفيين بتأثير ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT، حيث كان مستوى المعنوية (.000) وبلغت قيمة معامل الارتباط (.474)، ما يعنى أنه كلما زاد وعى الصحفيين بتأثير منصات أو تطبيقات ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية زاد اعتمادهم على ChatGPT .

ومما سبق نستنتج صحة الفرض الثالث والذى ينص على: "أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين وعى الصحفيين بتأثير تطبيقات أو منصات ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT".

- **اختبار نتائج الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT.**

جدول رقم (24)

العلاقة بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT

العلاقة بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
	-.164	.070

توضح بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون، علي عدم وجود علاقة ارتباطية بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT، حيث كانت مستوى المعنوية (.070) وبلغت قيمة معامل الارتباط (-.164).

وتتفق الباحثة مع هذه النتيجة لأن الصحفيين على أرض الواقع لا يهتمون بأخلاقيات الممارسة المهنية عند استخدامهم لمنصات أو تطبيقات ChatGPT، فمن الممكن للصحفى أن يطلب من هذه المنصات كتابة مقال أو تقرير ثم ينسب هذا لنفسه دون رقيب أو محاسبة، لذلك لا توجد علاقة بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على ChatGPT.

ومما سبق نستنتج عدم صحة الفرض الرابع والذى ينص على: "أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT".

- **اختبار نتائج الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT.**

جدول رقم (25)

العلاقة بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT

	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
العلاقة بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT	-.132	.147

توضح بيانات الجدول السابق وباستخدام معامل ارتباط بيرسون، علي عدم وجود علاقة ارتباطية بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على ChatGPT، حيث كانت مستوى المعنوية (.147) وبلغت قيمة معامل الارتباط (-.132).

ومما سبق نستنتج عدم صحة الفرض الخامس والذى ينص على: "أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT".

النتائج العامة للدراسة:

مما سبق يمكن استخلاص النتائج التالية:

- بالنسبة لمدى اعتماد الصحفيين على منصات أو تطبيقات CHATGPT كمصدر للمعلومات لصناعة المحتوى الصحفى فقد أشار أغلب الصحفيين إلى أنه يتم الاعتماد عليه بدرجة كبيرة جدا فى إعادة صياغة مخرجات CHATGPT لصناعة المحتوى الصحفى. مما يؤكد على مدى وعى المبحوثين بأهمية استخدام منصات أو تطبيقات CHATGPT فى إعادة الصياغة للمحتوى الصحفى.
- من أكثر المنصات المجانية التى اعتمد عليها الصحفيين بدرجة كبيرة فى العمل الصحفى هى منصة " Google Bard " ، يليها منصة Microsoft Bing ، ثم منصة GPT-3 .
- من أكثر المنصات المدفوعة الأجر التى اعتمد عليها الصحفيون بدرجة كبيرة فى العمل الصحفى هى منصة "GPT-4" .
- وبالنسبة لأوجه استخدام الصحفى لمنصات أو تطبيقات CHATGPT ، فقد كان " الحصول على معلومات فى مجالات متنوعة " أكثر العناصر موافقة بدرجة كبيرة.
- " البحث عن بيانات ومعلومات خاصة " أكثر العناصر موافقة بدرجة كبيرة لأنماط استخدام الصحفيين لمنصات CHATGPT فى العمل الصحفى.
- زيادة وعي الصحفيين بمصداقية ودقة CHATGPT" من خلال تقييم الصحفى لدرجة دقة إجابات منصات أو تطبيقات CHATGPT كمصدر للمعلومات ".

- من منصات أو تطبيقات CHATGPT التى تأتى منها المشكلات المهنية هى منصة " Microsoft Bing". وتتفق الباحثة مع هذه النتيجة لأن هذه المنصة لا تأتى بالمصادر والمراجع الصحيحة لأغلب المعلومات والبيانات، وإن أتت بها فإنها تضع مصادر أو ومراجع وهمية.
- من أكثر العناصر موافقة حول اتجاه الصحفيين نحو استخدامهم CHATGPT وأثرها على أخلاقيات الممارسة المهنية ، هو " غياب الدور التوعوى للمؤسسات الصحفية والذى يجب أن ينصب على توعية الصحفيين بكيفية استخدام تلك المنصات بالشكل الأمثل ".

وتتفق الباحثة مع هذه النتيجة وترى أنه يجب على المؤسسات الصحفية منح الصحفيين دورات تدريبية حول منصات أو تطبيقات CHATGPT وأخلاقيات الممارسة المهنية.

- من أكثر العناصر موافقة لتصور الصحفيين لمفهوم مهنية الأداء الصحفى هو " الالتزام بالحقائق والامتناع عن اختلاق الوقائع أو إطلاق الأخبار المفبركة أو المصطنعة أو المضللة ".
- من أكثر العناصر موافقة لتصور الصحفيين لضبط أخلاقيات مهنة الصحافة فى عصر منصات أو تطبيقات CHATGPT " هو ضمان عدم الإساءة إلى الصحفيين الآخرين أو المؤسسات الصحفية والإعلامية المنافسة ".
- ينبغي على الصحفيين الالتزام بالميثاق الأخلاقي للمؤسسات التي يعملون بها والذي يؤكد على المسؤولية والتوازن وعدم الانحياز والإنصاف عند التعامل مع منصات أو تطبيقات CHATGPT .
- وفيما يتعلق بإختبار الفروض توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين بين درجة اعتماد الصحفيين على تطبيقات أو منصات

ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية. ووجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين أوجه استفادة الصحفيين من تطبيقات أو منصات ChatGPT ودرجة إدراكهم لتأثيره على أخلاقيات الممارسة المهنية. ووجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة دالة إحصائيًا بين وعى الصحفيين بتأثير ChatGPT على أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى اعتمادهم على ChatGPT. وعدم وجود علاقة ارتباطية بين توظيف الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية والاعتماد على تطبيقات أو منصات ChatGPT. وعدم وجود علاقة ارتباطية بين إدراك الصحفيين لفوائد مراعاة أخلاقيات الممارسة المهنية ومدى الاعتماد على ChatGPT.

- وتستنتج الباحثة من هذه النتائج السابقة أنه قد يكون لمنصات أو تطبيقاتChatGPT تأثيرات مستقبلية مهمة على العمل الصحفى، الأمر الذي يتطلب المزيد من البحث والدراسة. ومن المهم أن نأخذ في الاعتبار أن منصات أو تطبيقات ChatGPT لا تزال تقنية جديدة نسبيًا، ويلزم المزيد من الدراسة لفهم إمكاناتها وقيودها بشكل صحيح. وسيكون من الرائع ملاحظة كيفية تطور منصات أو تطبيقاتChatGPT وتقنيات الذكاء الاصطناعي الأخرى عبر الزمن وكيف تؤثر على العمل الصحفى، وتأثيرها على أخلاقيات الممارسة المهنية.

وفى النهاية توصى الباحثة بـ :

- ضرورة وضع مدونة أو دليل تتضمن قواعد وأخلاقيات تعامل الصحفيين مع منصات أو تطبيقات ChatGPT بالمؤسسات الصحفية التى يعمل بها الصحفيون وبنقابة الصحفيين.

- الاهتمام بتدريب الصحفيين وتأهيلهم على كيفية توظيف منصات أو تطبيقات ChatGPT في العمل الصحفي، بما يساهم في استخدام الصحفيين لهذه المنصات بالشكل الأمثل الذي يراعي أخلاقيات المهنة وقواعدها.
- إجراء المزيد من الدراسات الخاصة بمنصات أو تطبيقاتChatGPT خاصة فيما يتعلق باستخدامات الصحفيين لها في جوانب العمل الصحفي، وكذلك دراسات تتعلق بالقائم بالاتصال في هذه الأقسام من كافة الجوانب سواء ما يتعلق بأدوارهم داخل المؤسسات التي يعملون بها ودرجة رضاهم الوظيفي، وآليات إنتاجهم للموضوعات المختلفة.
- حث الصحفيون على مراعاة القيم المهنية والأخلاقية بمجال الصحافة عند استخدام منصات أو تطبيقاتChatGPT لصناعة المحتوى الصحفى.
- يجب على الحكومة المصرية وضع القواعد والقوانين لاستخدام منصات أو تطبيقاتChatGPT بكل المجالات وبالأخص المجال الصحفى.
- عدم اعتماد الصحفيين وأى إعلامى على منصات أو تطبيقاتChatGPT فى عملهم إلا فى أضيق الحدود لأنه يقتل الإبداع والتفكير والاعتماد على النفس.
- عمل جهات رقابية داخل المؤسسات الصحفية على استخدام منصات أو تطبيقاتChatGPT مثل اختبار نسبة الاقتباس plagiarism أو برامج متطورة عنه.

مراجع الدراسة

[1]- فاتن حسن الياجزى، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى دعم التعليم الجامعى بالمملكة العربية السعودية، **مجلة دراسات عربية فى التربية وعلم النفس (ASEP)** ، ع 113، سبتمبر 2019 ، ص ص 259- 282.

[2] - عماد عيسى، الذكاء الاصطناعى وأخصائى المكتبات الخبير، كلمة العدد، **مجلة اعلم**، ع 33، يناير 2023.

[3] - رنا شوقى، للتسويق وكتابة المحتوى.. كيف تستفيد من روبوت شات «جي بي تي» ChatGPT، المصرى اليوم ، متاح على الرابط : https://bit.ly/3mvChMj

[4] - السيد عبد الفتاح جاب الله عبد الفتاح، الوكالة الأخلاقية للروبوت ومسئولية اتخاذ القرار : دراسة فى أخلاقيات الآلة والذكاء الاصطناعى، **مجلة وادى النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية**، مج 40،ع 40، أكتوبر 2023، ص ص 679-724

[5] - هيثم جودة محمد مؤيد، التحديات المِهنيّة والأخلاقية والوَظِيْفيّة المرتبطة بتوظيف صحافة الروبوت: دراسة تنبؤية للأدوار الوَظِيْفيّة والمِهنيّة المتوقعة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية، **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيرى**، مج 5، ع 1، يناير 2023، ص ص 636-735

[6] - Olunifesi Suraj and Allwell Uwazuruike , Investigating Robot Journalism, National Security and the Future of Military-Media Relations in Nigeria, Clashes, Ethics, and Prospects, Ethics International Press Ltd, UK, British Library Cataloguing in Publication Data, 2023, Available at:

(PDF) Investigating Robot Journalism, National Security and the Future of Military-Media Relations in Nigeria (researchgate.net)

[7] - Sadia Jamil , Automated Journalism and the Freedom of Media: Understanding Legal and Ethical Implications in Competitive Authoritarian Regime,Journalism Practice, V(17), Issue (6),2023 , pp 1115-1138 , Available at: Automated Journalism and the Freedom of Media: Understanding Legal and Ethical Implications in Competitive Authoritarian Regime: Journalism Practice: Vol 17, No 6 (tandfonline.com)

[8] - إنجي لطفي عبد العزيز عيسى، تقييم الخبراء والأكاديميين للمعايير الأخلاقية الحاكمة لاستخدام الصحفيين لخاصية البث المباشر عبر حسابات المؤسسات الصحفية على الفيس بوك، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع 24، ج 2 ، يوليو – ديسمبر 2022 ، ص ص 157- 219

[9] - جيهان سباق على خليفة، تأثير التحول الرقمى على اتجاهات وأخلاقيات القائم بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفى فى مواقع الصحف الإلكترونية، دراسة ميدانية فى إطار نموذج تقبل التكنولوجيا TAM ، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، ع 19، 2022، ص ص 2- 45 .

[10] - ناهدة محمد مخادمة، خالد محمد خويلة، نديم عبد الباسط الروابده، درجة التزام الصحفيين الأردنيين بأخلاقيات وقوانين الصحافة عبر الفيسبوك من وجهة نظرهم، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع 81، ج2، أكتوبر –ديسمبر 2022، ص ص 119- 145

[11] - صلاح عثمان، نحو أخلاقيات للآلة، تقنيات الذكاء الاصطناعى وتحديات اتخاذ القرار، المركز العربى للبحوث والدراسات، القاهرة: 14 يوليو 2022.

[12] - حسين محمد ربيع، تصوّر مقترح لمدونة سلوك أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مج 2، ع 77، ج 3، ديسمبر 2021، ص ص 781-851

[13] - وائل العشرى، رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع 28، يناير – مارس 2020، ص ص 86- 205.

[14] - المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، فبراير 2019 ، متاح على الرابط: https://2u.pw/USBgZ3U

[15] - أمانى رضا عبد المقصود، مدى وعى طلبة الإعلام بالضوابط الأخلاقية لاستخدام وسائل التواصل الإجتماعى، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ع 68، يوليو 2019، ص ص 309-354 .

[16] - بسام عطية المكاوى، رؤية الصحفيين فى الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة الأخلاقية،**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 65، 2018، ص ص 421-468

[17] - رباب عبد المنعم التلاوي، تحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامى فى المواقع الإخبارية الإلكترونية . "دراسة فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع 14، ابريل 2018، ج 1 ، ص ص 395-449.

[18] - Konstantin Nicholas Dörr and Katharina Hollnbuchner, Ethical Challenges of Algorithmic Journalism, Digital Journalism ,Volume 5, , Issue 4, 2017, pp. 404-419 Available at: Ethical Challenges of Algorithmic Journalism: Digital Journalism: Vol 5, No 4 (tandfonline.com)

[19] - Bruce Mutsvairo, Simon Columbus & Iris Leijendekker, Reconnoitering the role of (citizen) journalism ethics in the emerging networked public sphere, Ecquid Novi: African Journalism Studies, 35(3): November 2014 , pp. 4–22

[20] - Kathleen Bartzen Culver, From Battlefield to Newsroom: Ethical Implications of Drone Technology in Journalism, Journal of Mass Media Ethics , Exploring Questions of Media Morality, Volume 29, 2014 - Issue 1, pp. 52-64

[21] - Joshua Fairfield and Hannah Shtein, Big Data, Big Problems: Emerging Issues in the Ethics of Data Science and Journalism, Journal of Mass Media Ethics , Exploring Questions of Media Morality, Volume 29, Issue 1 ,2014, pp. 38-51, Available at: Big Data, Big Problems: Emerging Issues in the Ethics of Data Science and Journalism: Journal of Mass Media Ethics: Vol 29, No 1 (tandfonline.com)

[22] - Tendai Chari, University of Venda, South Africa, New Communication Technologies and Journalism Ethics in Zimbabwe: Practices and Malpractices, Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 3 – Issue: 2 – April - 2013

[23]- Khalid Hussain, M. Laeeq Khan, Aqdas Malik, Exploring audience engagement with ChatGPT-related content on YouTube: Implications for content creators and AI tool developers, Digital Business, Volume 4, Issue 1, June 2024, Available at: ELSEVIER

[24] - شيرين عمر محمد، مدى تقبل الشباب المصرى لاستخدام تقنية CHAT GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعى: دراسة ميدانية، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، ع 66، مج 1، يوليو 2023 ، ص ص 9-74 .

[25] - Gregory Gondwe, CHATGPT and the Global South: how are journalists in sub-Saharan Africa engaging with generative AI?, Published by De Gruyter Mouton June 19, 2023, From the journal Online Media and Global Communication

[26]- John V. Pavlik,Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education, Journalism & Mass Communication Educator 2023, Vol. 78(1) 84–93

[27] - Zagorulko D. I., CHATGPT IN NEWSROOMS: ADHERENCE OF AI-GENERATED CONTENT TO JOURNALISM STANDARDS AND PROSPECTS FOR ITS IMPLEMENTATION IN DIGITAL MEDIA, Соціальна інформатика,vernadskyjournals.in.ua, Том 34 (73) № 1 Ч. 2 2023

[28] - Robert W. McGee, Is Chat GPT Biased against Conservatives? An Empirical Study, February 2023, Available at: https://2u.pw/d1SRKXJ

[29] - Brady D. Lund, Ting Wang, Nishith Reddy Mannuru, Bing Nie, Somipam Shimray and Ziang Wang,ChatGPT and a New Academic Reality: AI-Written Research Papers and the Ethics of the Large Language Models in Scholarly Publishing, the Journal of the Association for Information Science and Technology, Volume74, Issue5, May 2023, Pages 570-581

[30] - Michael R. King, A Conversation on Artificial Intelligence, Chatbots, and Plagiarism in Higher Education, January 2023, Available at: https://link.Springer.com/article/10.1007/s12195-022-00754-8

[31] - Robert W. McGee, What Will the United States Look Like in 2050? A ChatGPT Short Story, April 2023 ,Available at: https://www.researchgate.net/publication/369972271

[32] - Brady D. Lund,Ting Wang, Chatting about ChatGPT: how may AI and GPT impact academia and libraries?, Library Hi Tech News, 2023, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. Available at: https://2u.pw/0D6PViq

[33] - Kyung Dong Kim, Study on Artificial Intelligence(AI) and Chat GPT, Corruption, The Korea Association for Corruption Studies, Available at: Researchgate

[34-] Robb, Drew, Chat GPT vs. Google Bard: Generative AI Comparison ,2023 **,** Available at: Chat GPT vs. Google Bard: Generative AI Comparison: EBSCOhost (ekb.eg)

And https://2u.pw/zE3dmqz

[35] - إيهاب خليفة، هل يواجه الذكاء الاصطناعي انتكاسة بعد صدمة"ChatGPT" ؟، **مجلة المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة**، ابريل 2023، الإمارات العربية المتحدة ، أبو ظبى.

[36] - Nigar M. Shafiq Surameery, Mohammed Y. Shakor, Use Chat GPT to Solve Programming Bugs, (IJTC) International Journal of Information Technology and Computer Engineering, VOL. 3 ,NO. 01 , JAN 2023.

[37] - Faruk Enes Oguz, Mahmut Nedim Ekersular, Kubilay Muhammed Sunnetci, Ahmet Alkan ,Can Chat GPT be Utilized in Scientific and Undergraduate Studies? Annals of Biomedical Engineering (2023), Available at: SpringerLink.

[38] - Abu Muna Almaududi Ausat, Berdinata Massang, Mukhtar Efendi, Nofirman and Yasir Riady, Can Chat GPT Replace the Role of the Teacher in the Classroom: A Fundamental Analysis, Journal on Education, Volume 05, No. 04, Mei-Agustus 2023, pp. 16100-16106.

[39] - Schacter , D.L , Characterizing Age-related Changesinremembering, The Past and Imagining The Future , **Psychology and Aging** , (2011) , Vol no .26 , PP 80 -84

[40] - وائل العشرى، رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، مرجع سابق.

[41] - ماجد الغامدى، صناعة المحتوى الإعلامى، ط3 (السعودية: الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2017) ص 31

[42] - دينا فاروق أبو زيد، أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعى بين الشباب الجامعى فى مصر: بالتطبيق على موقع الفيس بوك، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ع20، ديسمبر 2020، ص ص 1-66 .

[43] - إسلام البلوي، أخلاقيات استخدام التكنولوجيا والتعامل معها، متاح على الرابط: https://bit.ly/40ZIyPw

[44] - محمد حامد ذكى همام، أخلاقيات الآلة (الدوافع والمخاطر)، **المجلة العلمية لكلية الآداب**، جامعة أسيوط، ع 85، يناير 2023 . ص ص 1419- 1482

[45] - إسلام البلوي، أخلاقيات استخدام التكنولوجيا والتعامل معها، مرجع سابق.

[46] - بسام عطية المكاوى، رؤية الصحفيين فى الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة المهنية، مرجع سابق

[47] - نفس المرجع السابق

[48] - نظرية المسؤولية الاجتماعية – ويكيبيديا متاح على الرابط: https://2u.pw/d7tCNMt)

[49] - سهى عبد الرحمن محمد المهدى، الدور الاتصالي ومعايير المسئولية الإجتماعية لنشر صور الحوادث الإرهابية «دراسة تقييمية فى إطار نظرية المسئولية الإجتماعية والتحليل الدلالي للصورة» ، **مجلة البحوث الإعلامية**، ع 57، ج 4، ابريل 2021،ص ص 1965 – 2022

[50] - شريهان محمد توفيق، شيرين محمد كدوانى، الممارسة المهنية فى الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، " دراسة تطبيقية فى إطار نظرية المسئولية الاجتماعية" ، **مجلة البحوث الإعلامية**،ع 54، ج 1، يوليو 2020، ص ص 315- 356

[51] - Uzuegbunam, C. E. , Social responsibility theory: a contemporary review, paper presented to the Department of Mass Communication, Faculty of Social Sciences, Nnamdi Azikiwe University Nigeria. Available at :https://www.academia.edu/11187397/The_social_ responsibility_theory_A_contemporary_review

[52] - وائل العشرى، رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، مرجع سابق.

[53] - أكرم فتحي مصطفى علي، استخدام نموذج قبول التكنولوجيا(TAM) لتقصى فعالية التكنولوجيا المساندة القائمة على تطبيقات التعلم التكيفية النقالة لتمكين ذوي الإعاقة البصرية من التعلم، **مجلة كلية التربية**، جامعة الأزهر،ع 716 ، ج 1، ديسمبر 2017

[54] - Benbasat,I. & Barki,H. Quo vadis, TAM? , Journal of the association for Information Systems, 8(4) , 2007, pp. 211-218 .

[55] - إيمان أحمد مرسى، اتجاهات الجمهور السعودى نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية Chatbot فى خدمة العملاء، **مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع**، ع 87، يناير 2023 ، ص ص 238- 265

[56] - عاطف عدلي العبد ، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية (القاهرة: دار الفكر العربية، 2011) ص25

[57] - نور الدين تواتي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ،10 ، 03، جامعة الجزائر ، مارس2013 ، ص 183

[58] - كحل السنان أمال، غاوى وسام، دور وسائط الإعلام الجديد فى نشر الشائعات وسط الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد الصديق بن يحي ، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم الإعلام والاتصال، 2021) ص ص 23، 24

[59] - Hallström Jonas , Embodying the past, designing the future: Technological determinism Reconsidered in technology education, International Journal of Technology and Design Education, 2022, 32, pp: 17-31

[60] - فاتن حسن الياجزى، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى دعم التعليم الجامعى بالمملكة العربية السعودية، مرجع سابق.

[61] - Zagorulko D. I., CHATGPT IN NEWSROOMS: ADHERENCE OF AI-GENERATED CONTENT TO JOURNALISM STANDARDS AND PROSPECTS FOR ITS IMPLEMENTATION IN DIGITAL MEDIA, OP.CIT.

[62] - كيفية استخدام ChatGPT في الدول العربية لتوليد النصوص وحل مشكلة الحظر، التقنية TS دوت كوم، متاح على الرابط: https://bit.ly/3KpZyaF

[63] - GPT-4 - Wikipediahttp://en.wikipedia.org/

[64] - شيرين عمر محمد، مدى تقبل الشباب المصرى لاستخدام تقنية CHAT GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعى، مرجع سابق.

[65] - محمد البادى، الأخبار والاتجاهات الحديثة: أكبر محرك بحث صينى يستعد لطرح منافس لبرنامج الذكاء الاصطناعى الأمريكى "شات جى بى تى"، **مجلة الجمعية المصرية لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات** ، ع 32، سبتمبر 2023 . ص 48

[66] - رنا شوقى، للتسويق وكتابة المحتوى.. كيف تستفيد من روبوت شات «جي بي تي» ChatGPT، المصرى اليوم ، متاح على الرابط : //bit.ly/3mvChMj

[67] - شيرين عمر محمد، مدى تقبل الشباب المصرى لاستخدام تقنية CHAT GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعى، مرجع سابق.

[68] - Zagorulko D. I., CHATGPT IN NEWSROOMS: ADHERENCE OF AI-GENERATED CONTENT TO JOURNALISM STANDARDS AND PROSPECTS FOR ITS IMPLEMENTATION IN DIGITAL MEDIA, OP.CIT.

[69] - Ibid.

[70] - رضا مسعد السعيد أبو عصر،تطبيقات نماذج الذكاء الاصطناعي " ChatGPT " في المناهج وطرق التدريس :الفرص المتاحة والتهديدات المحتملة، الجمعية المصرية لتربويات الرياضيات، **مجلة تربويات الرياضيات**، مج 26 ، ع4، يوليو 2023، ص ص 23-10

[71] - Gregory Gondwe, CHATGPT and the Global South: how are journalists in sub-Saharan Africa engaging with generative AI?, Published by De Gruyter Mouton June 19, 2023, From the journal Online Media and Global Communication

[72] - Michael R. King, A Conversation on Artificial Intelligence, Chatbots, and Plagiarism in Higher Education, January 2023, Available at: https://link.Springer.com/article/10.1007/s12195-022-00754-8

[73] - Mearian, Lucas ,Microsoft touts new **GPT**-powered chatbot for Dynamics 365 CRM, ERP apps: A new AI-based extension to the company's Dynamics 365 CRM and ERP platform can automatically generate answers to customer emails, suggest marketing and sales campaigns, and summarize Teams **chat** threads and documents, Computerworld , Academic Search Complete, EBSCOhost , 2023

[74] - Robb, Drew, Chat GPT vs. Google Bard: Generative AI Comparison ,2023 , Available at: Chat GPT vs. Google Bard: Generative AI Comparison: EBSCOhost (ekb.eg)

[75] - Ibid.

[76] - أنس ناصيف، محادثة مع تشات جى بى تى.. متى يقدم معلومات مضللة؟ ، 7 مارس 2023، موقع مسبار، متاح على الرابط: محادثة مع تشات جي بي تي.. متى يقدّم معلومات مضللة؟ | مسبار(misbar.com)

[77] - جيهان سباق على خليفة، تأثير التحول الرقمى على اتجاهات وأخلاقيات القائم بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفى فى مواقع الصحف الإلكترونية، دراسة ميدانية فى إطار نموذج تقبل التكنولوجيا TAM ، مرجع سابق.

[78] - ناهدة محمد مخادمة، خالد محمد خويلة، نديم عبد الباسط الروابده، درجة التزام الصحفيين الأردنيين بأخلاقيات وقوانين الصحافة عبر الفيسبوك من وجهة نظرهم، مرجع سابق.

[79] - حسين محمد ربيع، تصوّر مقترح لمدونة سلوك أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية، مرجع سابق.