

قضايا بحثية ٣

Task7

تم اختيار الدراسة التالية:

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة
الرقمية في العالم العربي "دراسة ميدانية"

الباحث : علي الشهري



عنوان الدراسة:

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي "دراسة ميدانية"

أ. راشد صالح الدين راشد

المدرس المساعد بكلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة ٦ أكتوبر



الملخص والمقدمة



قدم الباحث ملخص باللغتين العربية والانجليزية ومقدمة لتوضيح أهمية البحث تم بناء استبانة وتبين من نتائج الاستبيان كشفت الدراسة أن أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة في المواقع الصحفية عينة الدراسة، جاء الخبر الصحفي أكثر الأشكال، وتبين أن الموضوعات الخدمية والاقتصادية أولى الموضوعات المنشورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأن ٥١,١٪ من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط. كشفت عن درجة أهمية تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة، حيث أظهرت أن نسبة ٣٣,٣٪ يرون ان تطبيقها مهم بدرجة متوسطة، بينما نسبة ٢٨,٩٪ يرون أهميتها بدرجة كبيرة، و عن الحصول على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة. وحصلت نسبة ٦٢,٢٪ من عينة الدراسة على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، ولكن بأشكال مختلفة من التلقي.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك من خلال الوقوف على مدى استخدام القارئ بالاتصال لهذه التقنيات وتبينهم لها، ومستوى رضاهم عنها وتقييمهم لها، وكذلك العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام القارئ بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وصولاً إلى اتجاهات القارئ بالاتصال نحو مستقبل استخدام تقنيات الذكاء الصناعي في هذه المؤسسات الصحفية، ومستقبل صناعة الصحافة بشكل عام في ظل تنامي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومقترحاتهم لتحقيق الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات في مجال العمل الصحفي، وكذلك تحليل المواقع والصحف التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي والاثار الناتجة عن هذا الاستخدام.

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة أمور، أبرزها:

1. الأهمية الكبرى التي تحظى بها تقنيات الذكاء الاصطناعي باعتبارها تمثل ذروة التطور التكنولوجي في العمل الإعلامي بشكل عام والصحفي بشكل خاص.
2. اتجاه عدد من المؤسسات الصحفية العربية للاستفادة من هذه التقنيات الحديثة في خدمة وتطوير العمل الصحفي.
3. ضرورة دراسة اتجاهات القارئ بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية وتأثيرها في بيئة العمل خاصة في ظل الحديث عن إحلال هذه التقنيات محل العنصر البشري.
5. ضرورة وضع تصور لطريقة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية العربية وكيفية الاستفادة منها بالشكل الأمثل.
6. ضرورة دراسة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة العربية وطرق التعرف على هذه التقنيات، وتقبل الجمهور لهذه التقنية.

لم تعد الصحافة بمنأى عن التكنولوجيا، إذ أصبحت تؤثر في كل مكوناتها وتتفاعل مع التقنيات الحديثة، مما أدى إلى ظهور مفاهيم جديدة. تعتمد الصحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام التكنولوجيا ودمجها في وظائف إعلامية مبتكرة، تعتمد جزئياً أو كلياً على تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي، البلوك تشين، تحليل البيانات الضخمة، إنترنت الأشياء، الطباعة ثلاثية الأبعاد، والروبوتات.

تستخدم صحافة الذكاء الاصطناعي تقنيات مثل البرمجيات والخوارزميات لإنشاء قصص إخبارية تلقائياً دون تدخل بشري، باستثناء المبرمجين الذين يطورون هذه الخوارزميات. كما تُستخدم هذه التقنيات في الجوانب المهنية والإدارية والتخطيط المتعلقة بالعمل الصحفي.

من المتوقع أن تشهد صحافة الذكاء الاصطناعي تطورات كبيرة في ظل الثورة الصناعية الرابعة، التي ستتيح تقنيات جديدة لوسائل الإعلام مثل الذكاء الاصطناعي، الواقع المعزز، وإنترنت الأشياء، مع توظيف الروبوتات في عدة مجالات، بما في ذلك العمل الصحفي، مما سيكون له تأثير كبير على صناعة الإعلام خلال السنوات القادمة.



أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو رصد دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي، ورصد العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال أثناء تأديتهم لهذا الدور، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

١. التعرف على مدى استخدام المواقع الإلكترونية العربية لتقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل القائمين بالاتصال.

٢. التعرف على حجم اهتمام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والتدريب عليها من وجهة نظر القائم بالاتصال.

٣. التعرف على مدى التزام الموضوعات المنشورة بواسطة الذكاء الاصطناعي بأخلاقيات العمل الصحفي من وجهة نظر القائم بالاتصال.

٤. التعرف طبيعة العلاقة بين العنصر البشري وتقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائم بالاتصال.

٥. التعرف على مقترحات تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية العربية من قبل القائمين بالاتصال

ومن خلال الغرض السابق لنتائج الدراسات السابقة، يُمكن ملاحظة الآتي:

١. أجمعت الدراسات السابقة على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تقوم بدور مهم وفعال في العمل الصحفي وموضوعاته، وخاصة الاقتصادية والخدمية بالإضافة لاستخدامها في وقت كورونا.

٢. اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على منهج المسح، كما استخدمت معظمها: الاستبيان، لجمع بيانات الدراسة من القائمين بالاتصال، في ظل ندرة استخدام تحليل المضمون ومن ثم اعتمدت الدراسة الراهنة على استخدام أداة تحليل المضمون بالإضافة إلى أداة الاستبيان؛ لجمع بيانات الدراسة، مما يتيح التعمق في موضوع الدراسة بشكل أكبر.

3. تنوعت الدراسات المهمة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة في إجراءاتها المنهجية وموضوعاتها؛ حيث استهدفت واقع وإشكاليات الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعرفة الدور الذي تؤديه في المجتمع والعوامل المؤثرة عليها، مما أسهم في صياغة المشكلة البحثية الراهنة.

٤. تنوعت الدراسات المهمة بمعرفة واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ مما ساعد كثيرًا في صياغة أهداف وتساولات وفروض الدراسة.

٥. تنوعت الدراسات السابقة المهمة بموضوع الدراسة؛ لتشكّل بذلك ثراء معرفيًا ساعد في تحديد المفاهيم والمداخل النظرية للدراسة الراهنة.

٦. ساعدت مراجعة الدراسات والبحوث السابقة في التعرف على طبيعة كل دراسة، وأهم النتائج التي توصلت إليها، وإمكانية تطبيقها على الدراسة الراهنة.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الراهنة إلى الإجابة عن سؤال رئيس مفاده: ما واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؟ وما الدور الذي تؤديه الصحافة في ظل هذه التقنيات، وكذلك العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال أثناء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الموضوعات الصحفية؟ وينبثق من هذا التساؤل مجموعة تساؤلات فرعية تتمثل في:

١. إلى أي مدى يستخدم القائمون بالاتصال في المواقع العربية تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

٢. إلى أي مدى يهتم القائم بالاتصال بالحصول على دورات تدريبية في تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

٣. ما العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال أثناء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

٤. إلى أي مدى توفر الصحف العربية دورات تدريبية في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

٥. ما تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها القائمون بالاتصال في المواقع الصحفية العربية؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار مدى صحة الفروض الآتية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو تقنيات الذكاء الاصطناعي و استخدامها في المواقع الصحفية العربية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية العربية تبعا للنوع.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعا لمستوى الخبرة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وطبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والعنصر البشري.

2. منهج وأساليب الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على:

(أ). منهج المسح والذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها⁵⁰. ويعد منهج المسح جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة⁵¹ حيث يقوم الباحث في هذه الدراسة بإجراء المسح الميداني على عينة من العاملين في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، كما سيقوم الباحث بتحليل عددا من المواقع الصحفية العربية التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي.

واستفادت الدراسة الحالية من توظيف هذا المنهج من خلال:

١. مسح الدراسات والبحوث السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الراهنة.

٢. مسح لعينة من الصحفيين في المواقع الصحفية العربية عينة الدراسة.

٢ - الأسلوب المقارن

تحاول بعض الدراسات الوصفية أن تتخطى حدود التعرف على ماهية الظاهرة محل الدراسة لتصل إلى معرفة كيفية حدوث الظاهرة وأسبابها، ولكي تصل إلى هذا فإنها تستهدف الكشف عن جوانب الاتفاق والتباين بين عدد من الظواهر.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

١ - مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في كافة الصحفيين العاملين في مجال الصحافة الإلكترونية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية العربية

٢ - عينة الدراسة الميدانية:

اعتمدت الدراسة الميدانية على أسلوب العينة المتاحة أو الملائمة، ويقوم هذا الأسلوب على اختيار الأفراد الذين يمكن الوصول إليهم بحيث يمثلون عينة الدراسة، وقد تمثلت عينة الشق الميداني للدراسة الراهنة في الصحفيين العاملين في المواقع الصحفية العربية الآتية: القاهرة ٢٤ المصرية، والدستور الاردني، والشرق القطرية، وبلغ إجمالي عددهم (٩٠) صحفيا، وقد تم مراعاة اختيار المؤسسات السابقة كعينة ميدانية للدراسة الراهنة لسببين:

أولهما: وجود موضوعات وتطبيقات تعمل بالذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية العربية عينة الدراسة.

وثانيهما: استخدام الصحفيين العاملين في هذه المواقع العربية لتطبيقات ومواقع الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي الصحفي،

ثالثهما: ظهور أدوات توليد الموضوعات الصحفية مثل (ChatGPT)، وموقع كاتب، وقد تم تجميع العينة من خلال زيارات إلى المواقع الصحفية العربية عينة الدراسة داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة والتواصل عبر البريد الإلكتروني الرسمي ومواقع التواصل الاجتماعي الرسمية لفترة امتدت إلى ثلاث أشهر من يوليو ٢٠٢٣م، وحتى شهر أكتوبر ٢٠٢٣م.

جدول (٢) مدى استخدام عينة الدراسة لتقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي

العدد	النسبة %	مدى الاستخدام
46	51.1%	يستخدمونها بشكل متوسط
24	26.7%	يستخدمونها بشكل كبير
20	22.2%	يستخدمونها بشكل منخفض
90	100%	الإجمالي

جدول (٣) العوامل التي ساعدت في تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي

من وجهة نظر المبحوثين

العدد	النسبة %	العوامل التي ساعدت في تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي
48	53.3%	الاتجاه العام للموقع في تبنيه للتقنيات التكنولوجية الحديثة في المجال الصحفي
26	28.9%	وجود غرفة أخبار تكنولوجية حديثة تساعد علي نجاح التجربة
19	21.1%	توافر الإمكانيات المادية لدى الموقع اللازمة لتطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي
12	13.3%	الموقع لا يمتلك عدد كاف من الصحفيين لذلك اتجه نحو الإنتاج الآلي للأخبار
5	5.6%	أخرى
110	100%	مجموع الإجابات

سمات عينة الدراسة الميدانية

النسبة	التكرار	الخصائص من حيث النوع والسن
77.8%	٧٠	ذكر
22.2%	٢٠	أنثى
40.0%	٣٦	من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة
33.3%	٣٠	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة
14.4%	١٣	من ٤٥ إلى أقل من ٥٥ سنة
11.1%	١٠	من ٥٥ إلى أقل من ٦٥ سنة
1.1%	١	من ٦٥ فأكثر
الخصائص من حيث المستوى التعليمي والوظيفة وسنوات الخبرة		
68.9%	٦٢	جامعي
26.7%	٢٤	فوق جامعي
4.4%	٤	أقل من جامعي
37.8%	34	القاهرة 24 المصرية
34.4%	31	الدستور الأردني
27.8%	25	الشرق القطرية
54.4%	٤٩	محرر
17.8%	١٦	رئيس قسم
14.4%	١٣	مدير تحرير
10.0%	٩	سكرتير تحرير
3.3%	٣	نائب رئيس تحرير
25.6%	٢٣	من عامين إلى أقل من 5
100%	٩٠	الإجمالي

المعالجة الإحصائية للبيانات:

شملت الإجراءات الإحصائية التي تم تطبيقها في الدراسة الحالية: الجداول والتوزيعات التكرارية؛ حيث تم عرض بيانات الدراسة من خلال جداول تهدف إلى توضيح التكرارات والنسب المئوية التي يتم من خلالها الوصول إلى النتائج الخاصة باستمارتي التحليل والاستبيان.

نتائج الدراسة الميدانية

- خصائص عينة الدراسة الميدانية:

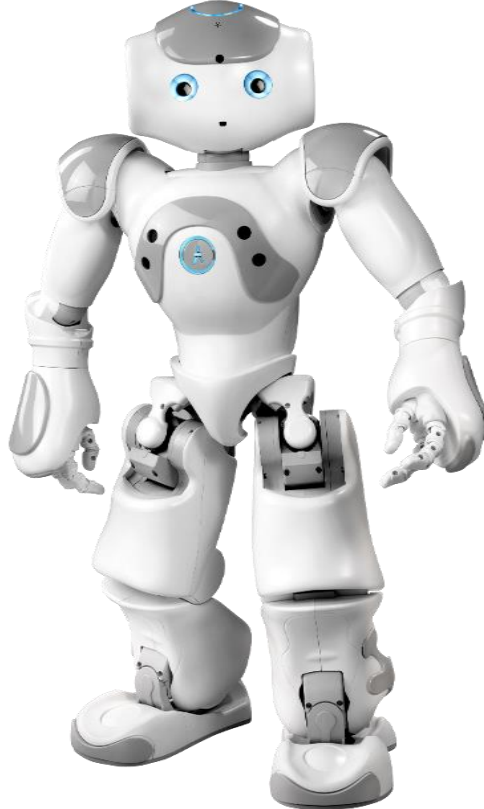
نتائج البحث

أهم النتائج:

أظهرت الدراسة الميدانية أن ٥١,١٪ من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط، وأن ٢٦,٧٪ من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في عملية إنتاج الأخبار، بينما جاءت فئة "منخفض" من حيث استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٢,٢٪ من عينة الدراسة، أي أن الأغلبية تسخدمه.

كشفت الدراسة الميدانية عن درجة أهمية تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة، حيث أظهرت أن نسبة ٣٣,٣٪ يرون أن تطبيقها مهم بدرجة متوسطة، بينما نسبة ٢٨,٩٪ يرون أهميتها بدرجة كبيرة، و ١٤,٤٪ يرون أهمية تطبيقها بدرجة ضعيفة، في حين أن نسبة ١٢,٢٪ من عينة الدراسة يرون أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بدرجة كبيرة للغاية، وأخيراً جاءت نسبة ١١,١٪ من عينة الدراسة يرون أهميتها بدرجة منخفضة جداً، وعن الحصول على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة، حصلت نسبة ٦٢,٢٪ من عينة الدراسة على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، ولكن بأشكال مختلفة من التلقي، بينما لم يحصل نسبة ٤٧,٨٪ على دورات في صحافة الذكاء الاصطناعي.

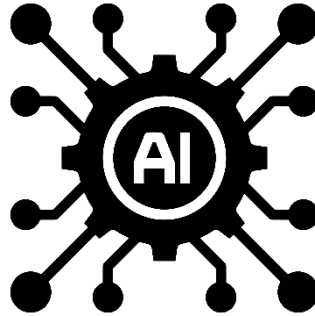
من خلال بيانات الدراسة الميدانية حول مقترحات لتطوير تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية العربية في الوقت الحالي، تبين أن عينة الدراسة أكدت على ضرورة زيادة فرص التدريب في استخدامات وسياسات الذكاء الاصطناعي وذلك بالمرتبة الأولى بنسبة ٢٧,٧٪، وجاءت في المرتبة الثانية وضع تشريعات وقوانين لتنظيم الذكاء الاصطناعي والعمل به وذلك بنسبة ١٣,٣٪، وفي المرتبة الثالثة جاء ضخ مزيد من الاستثمارات في مجال تقنية المعلومات والذكاء الاصطناعي وذلك بنسبة ٤,٤٪ وفي ذات المرتبة جاءت مقترحات "أخرى تذكر" بنسبة ٤,٤٪، وفي المرتبة الرابعة جاء توفير بنية الكترونية قوية لدي المواقع الصحفية بنسبة ٣,٣٪ وبذات النسبة جاءت وجود غرف أخبار رقمية قادرة على التعامل مع الإنتاج الآلي للمحتوى الصحفي، وفي المرتبة الخامسة جاء الاعتراف المجتمعي بأهمية صحافة الذكاء الاصطناعي وتوفير البيانات والمعلومات اللازمة لذلك بنسبة ٢,٢٪ في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الاستفادة من إيجابيات التجارب السابقة في تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي والعمل على تحاشي سلبياتها وذلك بنسبة ١,١٪.



النتائج العامة لفروض الدراسة الميدانية:

- 1- ثبت صحة **الفرض الأول** والذي يفترض "عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامها في المواقع الصحفية العربية".
- 2- ثبت صحة **الفرض الثاني** والذي يفترض "عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية العربية تبعاً للنوع".
- 3- عدم ثبوت صحة **الفرض الثالث** والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال من حيث اتجاههم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لمستوى الخبرة.
- 4- ثبت صحة **الفرض الرابع** والذي يفترض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وطبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والعنصر البشري.

نتائج الدراسة



توصيات الدراسة:

من خلال ما استعرض الباحث لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الراهنة، يمكن الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات للمؤسسات الإعلامية ونشطاء الإعلام والمختصين والمهتمين بالإعلام، التي شأنها تطوير صحافة الذكاء الاصطناعي لتكون مصدرًا فاعلاً للأخبار وزيادة الثقة فيها، وجاءت التوصيات كما يلي:

- 1- تدريس مواد دراسية في كليات الإعلام وأقسامه عن موضوع "صحافة الذكاء الاصطناعي"، وتدريب الطلاب على التعامل الإعلامي الصحيح معها
- 2- اهتمام المؤسسات الصحفية بتنمية الوعي الرقمي باستخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من قبل الصحفيين في الفترة الحالية، لما لها من انتشار واسع.
- 3- تدريب وتوعية الصحفيين من قبل النقابات والمؤسسات بالأشكال الصحفية الجديدة وخاصة الأخبار الآلية من خلال الخوارزميات، وصحافة الروبوت، .

نتائج الدراسة

⁴²Wei, L. H., Osman, M. A., Zakaria, N., & Bo, T. (2010, November). Adoption of e-commerce online shopping in Malaysia. In 2010 IEEE 7th International Conference on E-Business Engineering (pp. 140–143). IEEE. ISO 690 .

⁴³ Faqih, K. (2011). Integrating perceived risk and trust with technology acceptance model: An empirical assessment of customers' acceptance of online shopping in Jordan. Research and Innovation in Information Systems (ICRIIS), 2011 International Conference on, IEEE.

⁴⁴ Abu Shanab, E. J. M. Pearson, et al. (2010). Internet banking and customers' acceptance in Jordan: The unified model's perspective. Communications of the Association for Information Systems 26(1): 23.

⁴⁵ Liu, Z. Q. Min, et al. (2009). An Empirical Study on Mobile Banking Adoption: The Role of Trust, IEEE.

⁴⁶ Abu Shanab, E. J. M. Pearson, et al. (2010). Internet banking and customers' acceptance in Jordan: The unified model's perspective. Communications of the Association for Information Systems 26(1): 23.

(⁸) عمر، شرين محمد. (2023). تأثير تقنية الواقع الافتراضي الغامر على إدراك الشباب الجامعي للأخبار الإلكترونية-دراسة شبه تجريبية. بحث منشور بمجلة البحوث الإعلامية، مج 64 ع(3)، ص، ص: 1271-1338.

(⁹) جمال الدين، سمر عبدالحليم. (2023). توظيف الاتصال الحكومي لأساليب الابتكار وانعكاسها على محتوى الرسالة الإعلامية- دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الحكومية الإماراتية. بحث منشور بمجلة البحوث الإعلامية، مج 64 ع(2)، ص:ص 895-977.

(¹⁰) ابوزيد، أسماء. (٢٠٢٢م). الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة. بحث منشور بمجلة الإعلام والدراسات البيئية، مج ١ ع ١ ص: ص ١٥٥: ٢٠٣.

(¹¹) الميثمي، معين صالح يحيى،، عمر، بن عمر. (2022). التحديات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة. بحث بمنشور بوقائع المؤتمر العلمي الدولي الأول لمجلس تحسين جودة التعليم لكليات الإعلان بالتعاون مع جامعة السليمانية، كلية العلام الإنسانية، ص، ص: ٥٤٥-٥٧١



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

