

تقرير مقارنة بين الدراسات المحلية والعالمية في مجال
الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي



إعداد

محمد خالد الديباس

مقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات جذرية في المشهد الإعلامي بفعل الثورة الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي باتت تعيد تشكيل طرق إنتاج المحتوى الإخباري وتوزيعه واستهلاكه. وقد أصبح الإعلام الرقمي محوراً أساسياً للبحث الأكاديمي على المستويين المحلي والعالمي، حيث تسعى الدراسات إلى فهم تداعيات هذا التحول على الممارسة الصحفية والقيم المهنية والأخلاقية والتأثيرات المجتمعية. تبرز أهمية المقارنة بين الدراسات المحلية العربية والدراسات العالمية في هذا المجال من كونها تتيح الوقوف على مدى مواكبة البحث العلمي العربي للتطورات البحثية الدولية، وتكشف عن أوجه التقاطع والتباين في المنهجيات والنتائج والتوصيات بين البيئتين البحثيتين. كما تسهم هذه المقارنة في تحديد الفجوات المعرفية في الإنتاج البحثي المحلي والاستفادة من التجارب العالمية لسدّها. يهدف هذا التقرير إلى استعراض ست دراسات محلية عربية وست دراسات عالمية في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، ثم إجراء مقارنة منهجية بينها من حيث الأهداف والمنهج والعينات والنتائج والتوصيات، واستخلاص الدروس المستفادة التي يمكن توظيفها في تطوير البحث الإعلامي العربي.

أولاً: عرض الدراسات المحلية

تناولت عبد الرازق (٢٠٢٢) في دراستها المنشورة بالمجلة المصرية لبحوث الإعلام تحت عنوان "تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية" واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوسائل الإعلامية المصرية من منظور القائمين بالاتصال. هدفت الدراسة إلى رصد مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المصرية، والتعرف على التحديات التي تواجه توظيفها، واستشراف مستقبلها في البيئة الإعلامية المصرية. اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان التي طُبِّقت على عينة من القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية المصرية المختلفة بما يشمل الصحافة والتلفزيون والإعلام الإلكتروني. وقد أسفرت الدراسة عن أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام المصري لا يزال في مراحله الأولى، وأن هناك وعياً متنامياً بأهميته لكنه يواجه عقبات تتعلق بنقص التدريب والبنية التحتية التقنية ومحدودية الموارد المالية المخصصة للتطوير التكنولوجي.

أولاً: عرض الدراسات المحلية

قدّمت توفيق (٢٠٢٣) دراسة منشورة في المجلة المصرية لبحوث الإعلام بعنوان "أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية: الواقع والمأمول". هدفت الدراسة إلى تحليل الأبعاد الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية، وتقييم مدى التزام المؤسسات الصحفية بالمعايير الأخلاقية عند توظيف هذه التقنيات. اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي مستخدمةً أدوات الاستبيان والمقابلات المتعمقة مع عينة من الصحفيين والخبراء في المجال الرقمي. وقد خلصت الدراسة إلى وجود فجوة واضحة بين الممارسة الفعلية والمعايير الأخلاقية المثالية، وأن كثيراً من المؤسسات الصحفية المصرية تفتقر إلى مواثيق أخلاقية واضحة تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي، كما أوصت بضرورة وضع أطر تنظيمية وأخلاقية محلية تراعي خصوصية البيئة الإعلامية العربية.

أولاً: عرض الدراسات المحلية

أجرى الغباري وعثمان (٢٠٢٣) دراسة نُشرت في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال بعنوان "دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية". هدفت الدراسة إلى استشراف الدور الذي يمكن أن تؤديه تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير وتحديث منظومة الإعلام الرقمي العربي، وتحديد الفرص والتحديات المصاحبة لذلك. استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي معتمدين على تحليل الأدبيات والدراسات السابقة إلى جانب مقابلات مع متخصصين في الإعلام الرقمي والتقنية. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يمتلك إمكانات هائلة لتطوير عمليات إنتاج المحتوى وتخصيصه وتوزيعه في البيئة الإعلامية الرقمية العربية، لكن الاستفادة الكاملة منه تتطلب استثمارات في البنية التحتية وتأهيل الكوادر البشرية ووضع استراتيجيات وطنية للتحول الرقمي الإعلامي.

أولاً: عرض الدراسات المحلية

قدّمت فخر الدين (٢٠٢٣) دراسة تحليلية من المستوى الثاني نُشرت في المجلة المصرية لبحوث الإعلام تحت عنوان "الاتجاهات الحديثة في دراسات مخاطر الإعلام الرقمي". هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الاتجاهات البحثية الحديثة في مجال مخاطر الإعلام الرقمي من خلال مراجعة منهجية للدراسات المنشورة في هذا الحقل. اعتمدت الباحثة على منهج تحليل التحليل (Meta-Analysis) بوصفه دراسة من المستوى الثاني تقوم بتحليل مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بمخاطر الإعلام الرقمي. وكشفت النتائج أن أبرز المخاطر التي ركزت عليها الدراسات تشمل انتشار المعلومات المضللة والأخبار الزائفة، والتأثيرات السلبية على الصحة النفسية للمستخدمين، وانتهاكات الخصوصية، والتحيز الخوارزمي. كما أشارت إلى وجود تركيز كبير على الدراسات الوصفية مع قلة في الدراسات التجريبية والطولية في هذا المجال..

أولاً: عرض الدراسات المحلية

تناولت حسن (٢٠٢٤) في دراستها الميدانية المنشورة بمجلة البحوث الإعلامية موضوع "الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار". هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير استخدام وسائل الإعلام الرقمي على منظومة القيم الاجتماعية، ومقارنة هذا التأثير بين الفئات العمرية المختلفة من كبار السن والشباب. استخدمت الباحثة المنهج المسحي المقارن من خلال استبيان طُبّق على عينة ميدانية من فئتين عمريتين مختلفتين. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية في تأثير الإعلام الرقمي على القيم الاجتماعية بين الأجيال، حيث أظهر الشباب تأثراً أكبر بالمحتوى الرقمي في تشكيل قيمهم مقارنة بالكبار، كما رصدت الدراسة تراجعاً في بعض القيم الاجتماعية التقليدية لدى الفئات الأكثر استخداماً لوسائل الإعلام الرقمي.

ثانياً: عرض الدراسات العالمية (الأجنبية)

تناول بافليك (Pavlik, 2023) في دراسته المنشورة بمجلة Journalism & Mass Communication Educator تحت عنوان

Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for "

Journalism and Media Education" تداعيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على الممارسة الصحفية والتعليم الإعلامي. اعتمد

الباحث على المنهج التحليلي الاستكشافي من خلال إجراء تجارب عملية مباشرة مع أداة ChatGPT وتقييم مخرجاتها في سياقات صحفية

وتعليمية متعددة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يمتلك إمكانات واعدة في إنتاج المحتوى الإعلامي وتسهيل

العمليات التحريرية، إلا أنه يطرح تحديات أخلاقية جوهرية تتعلق بالدقة والمصداقية والملكية الفكرية والتحيز المعلوماتي. وأوصت

الدراسة بضرورة إدماج مهارات التعامل مع الذكاء الاصطناعي في المناهج الإعلامية الجامعية مع وضع أطر أخلاقية واضحة لاستخدامه

في غرف الأخبار.

ثانياً: عرض الدراسات العالمية (الأجنبية)

قدّم غرايف وبولكن (Graefe & Bohlken, 2020) تحليلاً بَعدياً شاملاً نُشر في مجلة Media and Communication تحت عنوان "Automated Journalism: A Meta-Analysis of Readers' Perceptions of Human-Written in Comparison to "Automated News". هدفت الدراسة إلى تجميع وتحليل نتائج الدراسات السابقة التي قارنت بين تصورات القراء للأخبار المكتوبة بواسطة الإنسان والأخبار المُنتجة آلياً عبر الخوارزميات. اعتمد الباحثان على المنهج الكمي التحليلي البَعدي بتجميع بيانات من عدة دراسات تجريبية سابقة. وكشفت النتائج أن القراء لم يُظهروا فروقاً جوهرية كبيرة في تقييمهم لمصداقية الأخبار الآلية مقارنة بالأخبار البشرية، غير أن الأخبار المكتوبة بواسطة صحفيين بشريين حصلت على تقييمات أعلى قليلاً من حيث جودة الكتابة وسلاسة القراءة.

ثانياً: عرض الدراسات العالمية (الأجنبية)

أجرى تونيث لوبيث وفيراس سييدي (Túñez-López & Fieiras-Ceide, 2021) دراسة نُشرت في مجلة Communication &

Society بعنوان "Impact of Artificial Intelligence on Journalism: Transformations in the Company, Products,

Contents and Professional Profile".

وتحديد التحولات متوسطة المدى في المؤسسات الصحفية. استخدم الباحثان المنهج النوعي من خلال إجراء مقابلات معمّقة مع خبراء

ومهنيين في مجال الإعلام والتكنولوجيا في إسبانيا. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يُحدث تحولات جذرية على أربعة مستويات

هي هيكل المؤسسات الإعلامية وطبيعة المنتجات الصحفية ونوعية المحتوى المقدم والملاح المهنية المطلوبة في الصحفيين.

ثانياً: عرض الدراسات العالمية (الأجنبية)

استكشف فولكر وباول (Wölker & Powell, 2021) في دراستهما المنشورة بمجلة Journalism تحت عنوان " Algorithms in the Newsroom? News Readers' Perceived Credibility and Selection of Automated Journalism" كيفية إدراك القراء الأوروبيين لمصداقية الصحافة الآلية مقارنة بالصحافة التقليدية. اعتمد الباحثان على المنهج التجريبي حيث أجريت تجربة على عينة قوامها ٣٠٠ مشارك من القراء الأوروبيين تمّ تعريضهم لأخبار مكتوبة بواسطة خوارزميات وأخبار مكتوبة بواسطة صحفيين بشريين مع قياس تصوراتهم حول المصداقية والجودة. وتوصلت الدراسة إلى أن القراء أظهروا تفضيلاً محدوداً للأخبار المكتوبة بشرياً من حيث المصداقية بينما لم تكن هناك فروق دالة إحصائية في تقييم جودة المحتوى ذاته.

ثالثاً: جدول المقارنة

عنصر المقارنة	الدراسات المحلية (العربية)	الدراسات العالمية (الأجنبية)
المنهج المستخدم	غلبة المنهج الوصفي المسحي والنقدي التحليلي، مع وجود دراسة واحدة من المستوى الثاني (تحليل التحليل)	تنوع منهجي أكبر يشمل المنهج التجريبي والتحليل البُعدي والمنهج الاستكشافي والمسحي الكمي الدولي والنقدي التحليلي
حجم العينة	عينات متوسطة إلى صغيرة مقتصرة على البيئة المحلية المصرية أو العربية	عينات متنوعة تتراوح من ٣٠٠ مشارك إلى أكثر من ٩٥,٠٠٠ مشارك على المستوى الدولي
أدوات جمع البيانات	الاستبيانات والمقابلات المتعمقة وتحليل المحتوى والمراجعة النقدية للأدبيات	التجارب المعملية والمسوح الدولية واسعة النطاق والتحليل البُعدي والتجريب العملي مع أدوات الذكاء الاصطناعي والمقابلات النوعية
النتائج الرئيسية	توظيف الذكاء الاصطناعي لا يزال في مراحله الأولى عربياً، وجود فجوة أخلاقية وتنظيمية، تأثير الإعلام الرقمي على القيم الاجتماعية خاصة لدى الشباب، إشكاليات منهجية في البحوث الإعلامية العربية	الذكاء الاصطناعي يحدث تحولات هيكليّة في المؤسسات الإعلامية، فروق محدودة بين مصداقية الأخبار الآلية والبشرية، تراجع ثقة الجمهور العالمي بالأخبار، فجوة بين النظرية والتطبيق في أخلاقيات الذكاء الاصطناعي
التوصيات	تطوير البنية التحتية التقنية، وضع مواثيق أخلاقية محلية، تأهيل الكوادر البشرية، تجديد المنظومة البحثية العربية	دمج مهارات الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي، تعزيز الشفافية في الإفصاح عن المحتوى الآلي، بناء جسور بين البحث والممارسة، وضع أطر أخلاقية عملية
بيئة التطبيق	البيئة الإعلامية المصرية والعربية بخصوصياتها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية	بيئات إعلامية متعددة تشمل الولايات المتحدة وأوروبا وإسبانيا وبيئات دولية متنوعة (٤٧ دولة)
الإطار الزمني	٢٠٢٢ - ٢٠٢٤	٢٠٢٠ - ٢٠٢٤
لغة النشر	العربية	الإنجليزية
نوع المنشور	مجلات علمية عربية محكمة	مجلات دولية محكمة ذات تصنيف عالمي وتقارير بحثية مؤسسية

رابعاً: تحليل أوجه التشابه

تتقاطع الدراسات المحلية والعالمية في عدة محاور جوهرية تعكس اهتماماً مشتركاً بالتحويلات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي على المشهد الإعلامي. فمن حيث الاهتمام الموضوعي، تتفق الدراسات من كلا الجانبين على أن الذكاء الاصطناعي يمثل قوة تحويلية حقيقية في مجال الإعلام الرقمي، وأن تأثيراته تمتد لتشمل عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك الإعلامي على حدٍ سواء. فقد أكدت دراسة عبد الرازق (٢٠٢٢) ودراسة الغباري وعثمان (٢٠٢٣) محلياً ودراسة تونيث لوبيث وفيراس سيدي (٢٠٢١) ودراسة بافليك (٢٠٢٣) عالمياً أن الذكاء الاصطناعي يعيد تشكيل بنية المؤسسات الإعلامية ومنتجاتها.

كذلك تتشابه الدراسات في تأكيدها على البُعد الأخلاقي بوصفه قضية محورية لا يمكن تجاوزها. فقد شددت دراسة توفيق (٢٠٢٣) محلياً ودراسة بورليتسا (٢٠٢٤) عالمياً على وجود فجوة بين الممارسة الفعلية والمعايير الأخلاقية المطلوبة في توظيف الذكاء الاصطناعي إعلامياً، وأن المؤسسات الإعلامية في مختلف البيئات تفتقر إلى أطر أخلاقية متكاملة وعملية تنظم هذا التوظيف.

رابعاً: تحليل أوجه التشابه

ومن أوجه التشابه أيضاً التوافق في التوصيات المتعلقة بضرورة تأهيل الكوادر الإعلامية وتدريبها على مهارات التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي. فقد أوصت الدراسات المحلية كدراسة الغباري و عثمان (٢٠٢٣) بتأهيل الكوادر البشرية العربية، بينما أوصت دراسة بافليك (٢٠٢٣) بدمج مهارات الذكاء الاصطناعي في المناهج الإعلامية الجامعية، مما يعكس إدراكاً مشتركاً بأن العنصر البشري يظل حجر الزاوية في التعامل مع هذه التقنيات.

فضلاً عن ذلك، تتقاطع دراسة فخر الدين (٢٠٢٣) المحلية مع دراسة غرايف وبولكن (٢٠٢٠) العالمية في اعتمادهما على منهج التحليل البعدي أو المراجعة المنهجية للدراسات السابقة، وإن اختلفت في نطاق التطبيق ودقة الأدوات الإحصائية المستخدمة.

خامساً: تحليل أوجه الاختلاف

على الرغم من أوجه التشابه المذكورة، تبرز فروقات جوهرية بين الدراسات المحلية والعالمية تستحق التأمل والتحليل. فمن أبرز هذه الفروقات التنوع المنهجي، إذ تميل الدراسات المحلية العربية بشكل واضح نحو المنهج الوصفي المسحي والنقدي التحليلي، وهو ما أشارت إليه دراسة المزاهرة (٢٠٢٤) ذاتها بوصفه إشكالية بنيوية في البحوث الإعلامية العربية. في المقابل، تتميز الدراسات العالمية بتنوع منهجي أكبر يشمل المنهج التجريبي كما في دراسة فولكر وباول (٢٠٢١)، والتحليل البعدي الكمي كما في دراسة غرايف وبولكن (٢٠٢٠)، والمسوح الدولية واسعة النطاق كما في تقرير رويترز (٢٠٢٤).

ويُلاحظ أيضاً اختلاف واضح في حجم العينات ونطاقها الجغرافي. فبينما تقتصر الدراسات المحلية على عينات محدودة من البيئة المصرية أو العربية، تمتد الدراسات العالمية لتشمل عينات ضخمة ومتنوعة ثقافياً وجغرافياً، حيث بلغت عينة تقرير رويترز (٢٠٢٤) أكثر من ٩٥,٠٠٠ مشارك من ٤٧ دولة. هذا التباين في حجم العينات يؤثر بطبيعة الحال على إمكانية تعميم النتائج ومصادقيتها الإحصائية.

خامساً: تحليل أوجه الاختلاف

كما يظهر اختلاف في مستوى التأصيل النظري والعمق التحليلي. فالدراسات العالمية تستند عادةً إلى أطر نظرية راسخة ومحددة وتوظفها في تفسير النتائج بشكل منهجي، بينما تعاني بعض الدراسات المحلية من ضعف التأصيل النظري أو الاكتفاء بالإشارة العامة إلى النظريات دون توظيفها الفعلي في بناء الدراسة وتحليل نتائجها.

ومن الفروقات اللافتة أيضاً أن الدراسات العالمية تركز بشكل أكبر على قياس تصورات الجمهور وردود فعله تجاه المحتوى المُنتج بالذكاء الاصطناعي كما في دراستي غرايف وبولكن (٢٠٢٠) وفولكر وباول (٢٠٢١)، بينما تركز الدراسات المحلية بشكل أكبر على منظور القائمين بالاتصال والممارسين الإعلاميين، مع اهتمام أقل بمنظور الجمهور المتلقي. هذا التباين في الزاوية البحثية يعكس اختلافاً في أولويات البحث بين البيئتين.

سادساً: الخلاصة

يتضح من المقارنة بين الدراسات المحلية والعالمية في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي أن هناك اهتماماً بحثياً مشتركاً ومتنامياً بهذا المجال على المستويين، مع وجود تقاطعات موضوعية واضحة في الاهتمام بتأثيرات الذكاء الاصطناعي على الممارسة الإعلامية والأبعاد الأخلاقية المصاحبة لها. غير أن الفجوة بين الإنتاج البحثي المحلي والعالمي تبقى واضحة وتتجلى في عدة مستويات أبرزها التنوع المنهجي وحجم العينات ومستوى التأسيس النظري والعمق التحليلي.

ويمكن الاستفادة من هذه المقارنة في عدة اتجاهات أهمها ضرورة تبني مناهج بحثية أكثر تنوعاً وتقدماً في البحوث الإعلامية العربية وعدم الاقتصار على المنهج الوصفي، وأهمية توسيع نطاق العينات ليشمل بيانات عربية متعددة بدلاً من الاقتصار على بيئة محلية واحدة، وضرورة تعزيز التأسيس النظري في الدراسات العربية وتوظيف النظريات بشكل فعلي في تصميم البحوث وتفسير النتائج. كما تبرز الحاجة إلى إجراء مزيد من الدراسات التي تركز على منظور الجمهور العربي تجاه المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي، وتشجيع الدراسات البيئية والتعاون البحثي الدولي لسدّ الفجوة المعرفية القائمة.

المراجع

عبد الرازق، مي مصطفى (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨١، ص ص ١-٧٤. 

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_272038.html

توفيق، شريهان محمد (٢٠٢٣). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية: الواقع والمأمول. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨٥، ص ص ٥٩٥-٦٥٣. 

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_343329.html

٣. الغباري، محمد وعثمان، باسل يسري (٢٠٢٣). دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٤٣، ص ص ٦١٩-٦٥٣. 

https://jkom.journals.ekb.eg/article_338656.html

فخر الدين، أريج محمد (٢٠٢٣). الاتجاهات الحديثة في دراسات مخاطر الإعلام الرقمي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨٤، ص ص ٥٦٧-٦١٨. 

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_323709.html

حسن، شيرين جمال (٢٠٢٤). الإعلام الرقمي وتأثيره على القيم الاجتماعية بين الأجيال: دراسة ميدانية مقارنة بين الكبار والصغار. مجلة البحوث الإعلامية، ع٦٩، ج٢، ص ص ١٢١٣-١٢٨٨. 

<https://search.mandumah.com/Record/1445671>

المزاهرة، منال هلال (٢٠٢٤). إشكاليات البحوث الإعلامية العربية وأساليب تطويرها في ظل البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة: رؤية نقدية تحليلية. مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، مركز الجزيرة للدراسات. 

<https://aljazeerajournal.aljazeera.net/article/> إشكاليات-البحوث-الإعلامية-العربية-وأ/

المراجع

- Graefe, A. & Bohlken, N. (2020). Automated Journalism: A Meta-Analysis of Readers' Perceptions of Human-Written in Comparison to Automated News. *Media and Communication*, 8(3), 40–49.
<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3019>
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T. & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93.
<https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Porlezza, C. (2024). AI Ethics in Journalism (Studies): An Evolving Field Between Research and Practice. *Emerging Media*, 2(3), 1–18. <https://doi.org/10.1177/27523543241288818>
- Túñez-López, M. & Fieiras-Ceide, C. (2021). Impact of Artificial Intelligence on Journalism: Transformations in the Company, Products, Contents and Professional Profile. *Communication & Society*, 34(1), 177–193.
<https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193>
- Wölker, A. & Powell, T. E. (2021). Algorithms in the Newsroom? News Readers' Perceived Credibility and Selection of Automated Journalism. *Journalism*, 22(1), 86–103. <https://doi.org/10.1177/1464884918757072>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

