كلية الإعلام
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

تقييم الخبراء المتخصصين لمصداقية المحتوى الصحفي التوليدي بواسطة تطبيق Chat Gpt

د. إنجي لطفي عبد العزيز عيسىٰ
مدرس بكلية الآداب قسم إعلام جامعة حلوان

مقدمة:

شهدت السنوات القليلة الماضية تنافسية الشركات التكنولوجية فيما بينها على تطوير أدواتها وتطبيقاتها للذكاء الاصطناعي وخاصة تطبيقات روبوت المحادثة مثل: تطبيق شات جي بي تي وغيرها من التطبيقات المنافسة والتي فرضت نفسها بمختلف المجالات والطرق على العمل الإعلامي والذي يتمثل في إنتاج محتوى يتعلق بالصور والفيديوهات والمقالات ووضع تصورات لأفكار وموضوعات ومشاهد درامية وقصص بمختلف الفئات من الجمهور والاستعانة بكتابة عناوين جاذبة أو للاختصار وكذلك الترجمة بعدة لغات مختلفة وإعداد وتجهيز وإنتاج محتوى حول قضية أو موضوع محدد بل وصل الأمر إلى كتابة مسرحيات وقصائد وقصص أيضًا.

ففي عصر التطور التكنولوجي المتسارع، أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي جزءًا لا يتجزأ من مختلف المجالات، بما في ذلك صناعة الإعلام والصحافة تحديدًا، شهدت عمليات إنتاج المحتوى الصحفي تطورات كبيرة مع استخدام التطبيقات التوليدية مثل: ChatGPT لإنتاج نصوص صحفية. فقد لاقى تطبيق الشات جي بي تي اهتمًامًا واسعًا من جانب المستخدمين وذلك في ظل المستحدثات والتطورات التكنولوجية التي تحدث في بيئة الإعلام الرقمي وخاصة في أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

وبالرغم من المزايا والإيجابيات المتحققة والناتجة عن استخدام وتوظيف تطبيق الشات جي بي تي CHATGPT في العمل الإعلامي بشكل عام والصحفي بشكل خاص بما فيه من تعزيز جودة وكفاءة التغطية الإعلامية وتوفير الوقت والجهد والسرعة إلا أنه لن يتفوق على العنصر البشري في كتابة الأعمال الإبداعية والمحتوى الإبداعي الذي يعتمد على المشاعر والانفعالات، كما أن الانتشار الواسع لتقنيات التوليد المعدلة بالذكاء الاصطناعي يثير تساؤلات حول مدى مصداقية وجودة المحتوى الصحفي الناتج.

ومثلما يتسم التطبيق بالعديد من المزايا التي سبق الإشارة إليها، فهناك عدة سلبيات ومخاوف وتحديات تقف أمام تطبيق الشات جي بي تي والتي تتمثل في احتمالية إنتاج محتوى يتسم بالتحيز في الأراء وليس الحقائق، عدم الدقة وعدم الشفافية، وعدم الاستخدام المسئول والأخلاقي مما يؤدي إلى إنتاج العديد من القصص والموضوعات المزيفة بل والحصول على المعلومات الخاطئة، ولذلك يجب الانتباه والحذر عند الاستعانة بتطبيق شات جي بي تي واستخدامه وتوظيفه في العمل الإعلامي أو الصحفي على أن يتم استخدامه تحت إشراف العنصر البشري وتفعيل آليات التحقق الذاتي من قبل المستخدمين سواء من الصحفيين أو الخبراء لتحليل وتقييم مصداقية المحتوى المولد والإبلاغ عن أي انحرافات منعًا لحدوث أخطاء في المعلومات الناتجة عنه مما يؤدي إلى مشاكل قانونية، وفي هذا الإطار، تسعى الدراسة الحالية إلى محاولة لوضع آليات تقييم مصداقية المحتوى الصحفي المولد عن تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي من وجهة نظر الخبراء المتخصصين.

مشكلة الدراسة:

في إطار متابعة الباحثة للتطورات والمستجدات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي وتطبيقات Chat Gpt على مستوى الكتابة والإنتاج والمحتوى الإبداعي في مجالات العمل الإعلامي والتي تمثلت في أتمتة المهام التي تتطلب وقتًا ومجهودًا والسرعة في إنجاز المهام الروتينية، فمن وقت لأخر تظهر تطبيقات وأدوات جديدة للذكاء الاصطناعي تساهم في تطوير المحتوى فقد ظهرت تطبيقات روبوت المحادثة مثل: الشات جي بي تي وجوجل يارد وغيرها من التطبيقات المتعلقة بروبوت المحادثة.

وفي ظل تطور تطبيقات روبوتات المحادثة من وقت لأخر خاصة مع تنافسية واهتمام شركات التكنولوجيا العالمية فيما بينهم مثل: شركة OPEN AI والتي أطلقت إصدار (CHATGPT) وشركة جوجل التي أطلقت إصدار (GEMENAI) وشركة أنتروبك» المدعومة من جوجل وأمازون عن السلسلة الثالثة (كلود 3 أوبوس)، فقد تتسابق الشركات فيما بينها على تقديم تطبيقات وخدمات متطورة سواء متعلقة بالنص أو الصورة أو كلاهما وذلك من أجل الوصول إلى ملايين المستخدمين ليس فقط في مجالات الحقل الإعلامي وإنما أيضًا في المجال التعليمي والأكاديمي بل وفي مختلف التخصصات والمجالات.

وبالرغم من المزايا المتحققة من استخدام تطبيقات المحادثة من التلخيص والبحث عن المعلومات ووضع أفكار ومقترحات للموضوعات مختلفة والرد على الإجابات والتساؤلات، وللحصول على خلفيات تاريخية ومعلوماتية في مختلف المجالات وتعزيز الكفاءة المعلوماتية وغيرها من مجالات الاستفادة الإ أنه ستظل هناك إشكالية تواجه المحتوى التوليدي المصنوع بواسطة تلك التطبيقات السابق الإشارة إليها وغيرها فقد تتمثل تلك التحديات -على سبيل المثال وليس الحصر- إلى أي مدى يتسم المحتوى بالمصداقية والدقة والشفافية والحيادية.

أيضًا بعض تلك التحديات التي تواجه التطبيق تتعلق بالشفافية ومدى دقة المعلومات وكذلك التحديات المتعلقة بالاستخدام الأخلاقي والقانوني والتشريعات وأيضًا تأثيره على مهارات العنصر البشري خاصة فيما يتعلق بإنتاج محتوى إبداعي.

وبوجود تطبيق Chat Gpt يتمكن الصحفيون من إنشاء محتوى بشكل أسرع، مما يفتح آفاقًا

جديدة ويوفر فرصًا للابتكار والتطور ومع ذلك، فإن هذا التطور التكنولوجي يثير تساؤلات هامة حول مدى مصداقية وجودة المحتوى الصحفي الناتج، خاصة مع الاعتماد المتزايد على الخوارزميات في عملية الإنتاج الصحفي.

ومن هنا رأت الباحثة ضرورة التعرف على تقييم الخبراء المتخصصين لمدى تحقق القدر الكافي من المصداقية عند استخدام وتوظيف تطبيقChat Gpt في غرف الأخبار داخل المؤسسات الصحفية، وهل يتسم بالحيادية وعدم التحيز في المعلومات الناتجة وفقًا للمعطيات المقدمة، وهل يلتزم بحقوق النشر والملكية الفكرية ونسب المعلومات الناتجة إلى مصادرها الأصلية؟

وتحاول هذه الدراسة رصد تقييم تأثير تطبيق ChatGpt على إنتاج المحتوى الصحفي التوليدي ومدى موثوقيته وجودته، وستقدم الدراسة نقاط قوة وضعف في هذه التقنية، وما المقترحات والآليات التي يمكن استخدامها لقياس الجودة والمصداقية في المحتوى الصحفي الناتج والمصنوع بواسطة التطبيق، تلك الآليات التي تمكن الصحفيين والمؤسسات الصحفية من اتخاذ قرارات أفضل بشأن استخدامها في عملياتهم اليومية من أجل إنتاج محتوى صحفي مهني بدون تحيز أو تشويه أو معلومات خاطئة.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية:

(1) نظرًا للاعتماد المتزايد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى مما أدى إلى تزايد الطلب على آليات لتقييم جودة هذا المحتوى ومصداقيته.

(2) ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي ويُعد تطبيق Chat Gpt من أحدث التطبيقات والمستجدات في التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، ولذلك يجب أن تتطور الآليات الخاصة بتقييم مصداقية المحتوى أيضًا لتواكب هذا التطور.

(3) يساهم البحث في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقييم المحتوى الصحفي.

ترجع أهمية هذه الدراسة من الناحية التطبيقية:

(1) تعد الدراسة الحالية نافذة بحثية لتعريف القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية بمجالات الاستفادة والمزايا من استخدام تطبيقChat Gpt في العمل الصحفي لتحسين جودة وكفاءة العمل مع الالتزام بمعايير المصداقية وإجراءات قياسية جديدة في إنتاج الأخبار.

(2) توجيه الأنظار إلى القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية بضرورة تدريب الصحفيين على تقييم واختبار تطبيق ChatGPT في صناعة وإنتاج محتوى توليدي والقدرة على التأكد من دقة وموثوقية المحتوى المنشور، مما يعزز ثقة الجمهور في المؤسسات الصحفية.

(3) تقدم الدراسة دليلاً إرشاديًا لوضع الآليات والضوابط والسياسات التي تضمن شفافية ومصداقية المحتوى الصحفي المولد بواسطة تطبيقChat Gpt وضمان عدم انحيازه.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي :

(1) رصد وتوصيف مدى استخدام الخبراء المتخصصين عينة الدراسة لتطبيق شات جي بي تي في عملهم .

(2) رصد وتوصيف طبيعة المحتوى الأكثر استخدامًا بواسطة تطبيق الشات جي بي تي من وجهة نظر الخبراء المتخصصين عينة الدراسة.

(3) رصد وتوصيف وتحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو إدخال تطبيق شات جي بي تي في واستخدامه في العمل الصحفي.

(4) رصد وتوصيف وتفسير إيجابيات وسلبيات استخدام تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة.

(5) رصد وتوصيف وتفسير التحديات التي تواجه مستخدمي شات جي بي تي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة.

(6) رصد وتوصيف وتحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو مصداقية المحتوى المصنوع بواسطة تطبيق شات جي بي تي.

(7) رصد وتحليل المقترحات أو الآليات المستخدمة لقياس مدى المصداقية وعدم الانحياز تجاه المحتوى المصنوع بواسطة تطبيق شات جي بي تي من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة.

(8) رصد وتحليل وتفسير اكتشاف عينة الدراسة لأخطاء من عدمه في المحتوى المولد بواسطة تطبيق شات جي بي تي.

(9) رصد وتحليل مقترحات عينة الدراسة بشأن مجالات الاستفادة من تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي.

(10) الكشف عن الرؤى المستقبلية لتطوير تطبيق شات جي بي تي واستخدامه في العمل الصحفي من منظور عينة الدراسة.

الدراسات السابقة:

أجرت الباحثة مسحًا علميًا في إطار الموضوعات التي دارت حول كيفية استخدام وتوظيف تطبيق الشات جي بي تي في العمل الإعلامي، وقد أسفر المسح عن وجود عدد من الدراسات السابقة التي تناولت المزايا وكيفية تطبيقه في العمل الإعلامي، ودراسات أخرى بشأن العيوب والمخاطر والتحديات الأخلاقية والقانونية، ويمكن عرضها من خلال عدد من المتغيرات على النحو التالي:

- **المحور الأول: استخدام تطبيق الشات جي بي تي في العمل الإعلامي:**

خلصت الدراسات التي تندرج تحت هذا المتغير إلى عدد من النتائج:

جاءت دراسة **yue,2024** للتأكيد على قدرة ChatGPTفي اكتشاف الأخبار المزيفة ولكنها أشارت إلى وجود بعض القيود واقترحت استراتيجيات لتعزيز قدرته في الكشف عن الأخبار المزيفة بإدخال معلومات إضافية مثل: سياق الحدث ومصدر الخبر وتاريخ الموقع الإلكتروني وتقديم تعليقات من

خبراء أو محللين مستقلين حول صحة الخبر وتقييمه واستخدام البيانات الإحصائية أو الأدلة العلمية لدعم أو نفي المعلومات المقدمة في الخبر. أما دراسة (**khalid,2024**) فأكدت على أن مقاطع الفيديو المصنوعة بواسطة Chat Gpt قد حظت تلك بحدوث تفاعل مقارنة بأنواع المحتوى الأخر من نفس قنوات اليوتيوب، كما أن المحتوى المرتبط بـ شات أدى إلى حدوث طفرة في المشتركين الجدد في القناة مقارنة بأنواع المحتوى الآخر، فيما أشارت نتائج دراسة (**وفاء السيد،2024**) إلى استعداد المؤسسات الصحفية والتعليمية الأكاديمية لاستخدام تطبيق CHATGPT ووصلت درجة الاستعداد إلى الدرجة المتوسطة. وتوصلت دراسة (**Sarvraj,2023**) إلى أن الشات جي بي تي يقوم بكتابة عبارات رئيسية وإعداد مسودة أولية عند تزويد التطبيق بالمعلومات والقدرة على اقتراح عناوين وتنسيق الأخطاء اللغوية وتصحيحها أخطاء النص وحل المشكلات والحصول على الردود والإجابات. فيما أظهرت دراسة(**Caneda,2023**) أنه يمكن استخدام ChatGPT في مهام الكتابة وتحليل البيانات وتنظيم المعلومات وملخصات وتوليف الرسوم البيانية، وترجمة المحتوى وتكييفه للغات مختلفة وتوليف أسئلة المقابلات والاستطلاعات الرأي، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك تحديات تتعلق بدقة الأداة والمخاطر المحتملة مثل: تضمين معلومات خاطئة. واتفقت نتائج دراسة (john, 2023) على اعتبار تطبيق شات جي بي تي يساهم في تعزيز جودة المنتج الإعلامي وزيادة كفاءة التغطية الإعلامية للأحداث، ويمكن أن يساعد الصحفيين على كتابة المقالات والأخبار، خاصة التي تعتمد على الآراء وليس الحقائق، لكنه لا يقوم بالعمل منفردًا حيث مايزال يحتاج إلى نوع من التدخل البشري قبل وبعد تحرير النصوص. وكذلك نتائج دراسة (هشام سعد، 2023) والتي أكدت قدرة ChatGPT على الكتابة الإبداعية في عدة تخصصات كتابة المسرحيات وصياغة أفكار إبداعية، وقدرته في الإجابة على كثير من الأسئلة بسرعة متناهية وبطريقة تفاعلية، وتدقيق الحقائق والمواد الإعلامية والتأكد من صحة الأخبار والمقالات والموضوعات من خلال توفير معلومات دقيقة وتجنب الأخبار المزيفة والمضللة ونشر المعلومات الخاطئة.

وأشارت نتائج دراسة (**Krügel,2023**) إلى أن تطبيق ChatGPT ليس مجرد أداة ترفيهية أو للتسلية وإنما أداة تعليمية لايمكن إهمالها لا في الوقت الحالي أو مستقبلاً، والاستفادة من قدراته ومزاياه ليس فقط متعة للدردشة معه، لكنه يبحث أيضًا عن المعلومات، يجيب على الأسئلة، ويعطي النصيحة، كما أكدت الدراسة على ضرورة محو الأمية الرقمية. بينما قارنت نتائج دراسة (robb,2023) بين جوجل بارد والشات، فيتسم جوجل بمعالجة النصوص والتلخيص، بينما الشات يستخدم في المحادثة وترجمة اللغة والإجابة على الأسئلة، كما توصلت النتائج إلى أن جوجل بارد سيحقق قفزة إلى الأمام نظرًا لقدرته على تضمين نتائج الأحداث الأخيرة. كما توصلت دراسة (شيرين عمر، 2023) إلى أن المعلومات التكنولوجية جاءت في صدارة المعلومات التي يبحث عنها الشباب عند استخدامهم لتطبيق الشات جي بي تي، كما يستخدمونه في الأبحاث المطلوبة ويحصلون على معلومات مفيدة، كما أنه يساعد على تحرير المواد الإخبارية ويحصلون على معلومات مفيدة' كما أن الإجابات التي يحصل عليها تتم بأسلوب عقلاني ومنطقي يتسم بالسهولة والسرعة.

المحور الثاني: أخلاقيات استخدام تطبيق Chat Gpt في الإعلام:

خلصت الدراسات التي تندرج تحت هذا المتغير إلى عدد من النتائج:

توصلت نتائج دراسة **(Hussein, 2024)** أنه يمكن تحسين أداء chatgpt لخروج بنتائج صحيحة وبدون انحياز من خلال زيادة حجم البيانات التي يتم تدريبه عليها وتحسين جودتها ويمكن تحسينه بتصميم المهام والتعليمات البرمجية التي يتلقاها لتطوير فهمه لاحتياجات المستخدمين، بالإضافة إلى ذلك، يمكن تحسين أداء ChatGPT من خلال تطوير تقنيات تحسين الدلالة وقدرته على تقديم توصيات دقيقة وملائمة للمستخدمين. أما دراسة **(Suhib,2024)** والتي أكدت على استخدام المحتوى الناتج عن GPT في الإنتاج الإعلامي لديه القدرة على زيادة تدهور النظام البيئي للمعلومات وتفاقم التحديات الحالية التي تواجهها صناعة الصحافة فقد شهدت مواقع المعلومات المضللة المخصصة لنشر المعلومات المضللة زيادة كبيرة في استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء المحتوى، في حين شهدت غرف الأخبار الرئيسية أيضًا زيادة، وإن كان بدرجة أقل. فقد أكدت دراسة **(هند يحيي، 2024)** على ضرورة التزام الصحفيين عند استخدام تطبيق CHAT GPT بتحقيق المسئولية والتوازن وعدم الانحياز والإنصاف عند التعامل مع منصة شات جي بي تي.

وأشارت نتائج دراسة (zagorulko, 2023) إلى أن تطبيق CHATGPT يميل إلى إنشاء محتوى متحيز ويتسم بعدم امتلاك معلومات محدثة وغموض مصادر البيانات والتحيز في الحقائق، كما أن 48 % من النصوص التي تم إنشائها بواسطة شات استوفت معيار توازن الرأي.

واتفقت نفس النتائج، مع دراسة (Kyung,2024) على أن المخاطر الأخلاقية الناتجة عن استخدام تطبيق شات جي بي تي، الافتقار إلى الشفافية والاستقلالية والحكم على القيمة والتحيز، والتدخل والتشويه وعملية صنع القرار وإمكانية التعدي على حقوق النشر وأيضًا دراسة (Chan,2023) والتي أكدت على سوء الاستخدام المتعمد المحتمل للتلاعب خلال تطبيق CHATGPT، والتحيز والضرر المجتمعي الناتج عنه. كذلك انتهت نتائج (Biswas,2023) إلى وجود العديد من التحديات التي تواجه استخدام التطبيق في وسائل الإعلام تتمثل في عدم الدقة أحيانًا، التأثير السلبي على أجور العاملين بوسائل الإعلام مستقبلاً، الافتقار إلى الشفافية، عدم إفساح المجال لوجهات النظر المتباينة تجاه الموضوعات والأحداث، فضلاً عن عدم توفر الإطار القانوني والأخلاقي الحاكم لاستخدام التطبيق في وسائل الإعلام.

ونفس النتائج توصلت لها دراسة (عبد الملك، 2023) والتي انتهت إلى العديد من التحديات المتعلقة باستخدام تطبيق Chat Gpt في وسائل الإعلام، تتمثل في عدم الدقة، التأثير على أجور العاملين، الافتقار إلى الشفافية، وعدم توفر الإطار القانوني الحاكم لتطبيق شات جي بي تي Chat Gpt، ومخاوف أخلاقية وقانونية، وإشكالية الدقة، والتحيز في النصوص. واتفقت معها نتائج دراسة (M. Levine,2023) والتي أكدت خلالها مجموعة البؤر النقاشية على أن مخاطر الشات جي بي تي، تتمثل في الاستغناء عن وظائف العنصر البشري، السرقة الأدبية، توقف الإبداع، تمرير معلومات خاطئة، وصعوبة المعلومات المرتبطة بالصحة والطب. فيما توصلت دراسة (Shidiq,2023) إلى أن التحديات التي تواجه تقنية شات تتمثل في الكتابة الإبداعية والروايات والقصص وكل أنواع الكتابة التي تتطلب مهارات العنصر البشري.

باستقراء الدراسات السابقة، يمكن استخلاص العديد من المؤشرات المهمة على النحو التالي:

- **من حيث الأهداف:** أشار مسح الدراسات السابقة التي استعرضتها الباحثة إلى تنوع الأهداف التي ركزت عليها الدراسات، ويمكن تلخيص الأفكار التي ركزت عليها الدراسة فيما يلي:

فقد استهدفت العديد من الدراسات التعرف على طبيعة وكيفية استخدام تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي والمزايا والإيجابيات مثل: دراسات **(Huang)** و**(khalid)** و**(وفاء السيد)** و**(Kohli)** و**(Gutiérrez)** و**(pavic)** و**(هشام سعد)** و**(Krügel)** بينما استهدفت دراسة **(robb)** إجراء المقارنة بين تطبيقي شات جي بي تي وجوجل بارد فيما استهدفت دراسة **(شيرين عمر)** تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

على عكس الدراسات التي استهدفت العديد من التحديات والمخاطر الأخلاقية التي تتعلق باستخدام تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي والتي تتمثل في الافتقار إلى الشفافية والاستقلالية والحكم على القيمة والتحيز، والتدخل والتشويه وعملية صنع القرار وتحديات الكتابة الإبداعية **(kyong)** و**(Biswas)** و**(عبد الملك)** و**(Levine)** و**(Shidiq)** و**(Chan)**.

فيما استهدفت دراستي **(Suhib)** و**(zagorulko)** و**(Ali Hussein)** اختبار تطبيق شات جي بي تي في إنتاج معلومات مضللة ويميل إلى إنشاء محتوى متحيز ويتسم بعدم امتلاك معلومات محدثة وغموض مصادر البيانات والتحيز في الحقائق بينما استهدفت دراسة **(هند يحيي)** رصد أخلاقيات استخدام تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي.

- **من حيث منهج الدراسة:** أشار مسح الدرسات السابقة إلى تنوع المناهج الإعلامية في الدراسات العربية والأجنبية مابين المنهج المسحي والوصفي والاستكشافي والتجريبي، فقد اعتمدت معظم الدرسات العربية والأجنبية على المنهج الوصفي التحليلي باستثناء دراسات كل من **(وفاء السيد)** و**(شيرين عمر)** و**(Gutiérrez)** لاعتمادهم على المنهج الاستكشافي التجريبي.

- **من حيث عينة الدراسة:** توصل مسح الدراسات السابقة العربية والأجنبية إلى تنوع عينة الدراسات العربية والأجنبية وجاءت مابين الخبراء المتخصصين والجمهور من الشباب وطلاب الجامعات الأكاديمية والصحفيين. فقد طبقت معظم الدراسات السابقة على عينة تحليل المضمون المصنوع بواسطة الشات جي بي تي لتقييم دقته بينما طبقت دراسة **(Gutiérrez)** على عينة من الخبراء المتخصصين أما دراسة **(شيرين عمر)** فقد طبقت على الجمهور من الشباب.

- **من حيث أداة جمع البيانات:** أشار مسح الدراسات السابقة العربية والأجنبية إلى تعددية وتنوع واختلاف أدوات جمع البيانات المستخدمة والتي جاءت مابين الاستمارة الميدانية ودليل المقابلات المتعمقة وأداة تحليل المضمون، فقد استخدمت دراستي **(Krugle)** و**(وفاء السيد)** استمارة الاستبيان (استقصاء) بينما اعتمدت دراسات **(hung)** و**(khalid)** و**(هشام سعد)** و**(paviv)** و**(Robb)** على استخدام أداة تحليل المضمون، فيما اعتمدت دراسة **(شيرين عمر)** على استخدام مجموعة البؤر النقاشية أما **(Gutiérrez)** فاعتمد على المقابلات المفتوحة.

- **من حيث الإطار النظري:** تنوع الإطار النظري المستخدم في الدراسات السابقة العربية والأجنبية مابين نظرية انتشار المبتكرات المستحدثة والقبول الموحد للتكنولوجيا والمسئولية الاجتماعية.

- **من حيث النتائج:** اتفقت جميع نتائج الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية أو كلاهما على أن تطبيق Chat Gpt يتسم بالعديد من المزايا التي تساعد في تسهيل وإنجاز المهام الصحفية الإ

أنه بالرغم من المزايا التي يحققها تطبيق Chat Gpt لكنه يواجه تحديات تتعلق بالدقة وعدم الانحياز والشفافية والإطار القانوني والأخلاقي المسئول وتحديات أيضًا تتعلق بالكتابة الإبداعية ومستقبل العاملين بالإعلام.

- **وقد لاحظت الباحثة أن** الدراسات الأجنبية ركزت على استخدام CHATGPT في تعزيز جودة المنتج الإعلامي وزيادة كفاءة تغطية الأحداث، وكتابة المقالات والأخبار.

- أشارت بعض الدراسات العربية والأجنبية إلى استعداد المؤسسات الصحفية والتعليمية الأكاديمية لاستخدام تطبيق CHATGPT بدرجة متوسطة.

- أشارت معظم الدراسات الأجنبية إلى وجود تحديات تواجه تطبيق Chat Gpt تتعلق بالتحقق من المصداقية والشفافية وعدم الانحياز في المحتوى المصنوع بواسطة التطبيق وكذلك تحديات تتعلق بالتأثير على مستقبل العاملين بالإعلام.

- قلة الدراسات العربية التي تناولت أخلاقيات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي في المقابل ركزت على الإيجابيات والمزايا المتحققة من المحتوى المصنوع بواسطة التطبيق.

- اتفقت بعض الدراسات العربية والأجنبية على أن تطبيق ChatGPT يتميز بالعديد من الإيجابيات التي تسهم في إنجاز المهام الصحفية، مثل: كتابة المقالات، إعداد المسودات الأولية، اقتراح العناوين، تصحيح الأخطاء اللغوية، توفير الردود، وضع أفكار للموضوعات، تحليل البيانات، ترجمة المحتوى، وتوليف أسئلة المقابلات واستطلاعات الرأي.

- أشارت الدراسات العربية والأجنبية أن هناك تحديات مستمرة في مجالات الكتابة الإبداعية والروايات والتحقيقات الصحفية التي تتطلب مهارات بشرية، حيث لا يستطيع تطبيق شات جي بي تي التفوق على العنصر البشري فيها.

- أشارت الدراسات العربية والأجنبية إلى العديد من المخاطر المحتملة لاستخدام تطبيق ChatGPT، مثل: الافتقار إلى الشفافية والاستقلالية، التحيز، التعدي على حقوق النشر، التأثير السلبي على أجور العاملين في وسائل الإعلام، وغياب الأطر القانونية والأخلاقية المنظمة لاستخدامه.

- أوصت الدراسات العربية والأجنبية بضرورة التزام الصحفيين عند استخدام تطبيق ChatGPT بتحقيق المسئولية، التوازن، الإنصاف، وعدم الانحياز. كما أكدت على أهمية الحفاظ على المهارات البشرية، تدقيق الحقائق، والتأكد من صحة الأخبار والمقالات لتجنب نشر المعلومات المضللة أو الخاطئة.

- أغفلت جميع الدراسات السابقة، سواء العربية أو الأجنبية، الآليات التي تساعد مستخدمي تطبيق ChatGPT على قياس مصداقية المحتوى الصحفي المُنتج بواسطة التطبيق.

- غاب عن جميع الدراسات السابقة، سواء العربية أو الأجنبية ضرورة عمل الدليل الإرشادي الذي يضع الضوابط والمحددات لاستخدام تطبيق شات جي بي تي في المؤسسات الصحفية لضمان جودة المحتوى ودقته وضمان عدم انحيازه.

أوجه الاستفادة من الدراسة الحالية:

(1) من خلال قراءة النتائج والتوصيات المختلفة، تم التعرف على ما تم تناوله وما لم يتم تناوله في البحوث السابقة حتى تستطيع الدراسة الحالية معالجتها وأن تضيف جديدًا وماتثيره الدراسات

السابقة من تساؤلات مستقبلية بشأن وضع آليات ووسائل لقياس مصداقية المحتوى المصنوع بواسطة تطبيق Chat Gpt وضمان عدم انحيازه ودقته مما يساهم في بناء التراكم العلمي.

(2) استفادت الباحثة من مراجعة وتحليل الدراسات السابقة في موضوع البحث الحالي في الإحساس بمشكلة البحث.

(3) ساهمت الدراسات السابقة في صياغة الأهداف والتساؤلات للبحث الحالي وساعدت الباحثة في معرفة مدى حاجة الموضوع إلى التأكد من تحقق أهداف أخرى والتأكد من عدم تكرارها مع هذه الدراسات.

(4) ساعدت الدراسات السابقة في تحديد العينة المناسبة للبحث الحالي وتوصلت الباحثة إلى أن العينة العمدية على الجمهور ستكون أفضل.

(6) مقارنة نتائج البحث الحالي بنتائج الدراسات السابقة والتأكد من عدم تكرارها مع هذه الدراسات.

الإطار المعرفي للدراسة:

الشات جي بي تي CHATGPT:

تعريف تطبيق شات جي بي تي: برنامج يمكنه إجراء محادثات تفاعلية مع المستخدمين بذكاء يحاكي ذكاء الإنسان. تم تصميمه ليعمل بشكل مستقل دون تدخل بشري، حيث يجيب على الأسئلة المطروحة عليه ويقدم الإجابات بطريقة تبدو كأنها صادرة عن شخص حقيقي. يعتمد التطبيق على معالجة اللغة الطبيعية وفهمها، والبحث في قاعدة معرفية متاحة للروبوت لتوفير إجابات. كما يتميز بقدرته على التفاعل وتقديم إجابات أكثر دقة مع زيادة تفاعله مع المستخدمين**(عبير إبراهيم، 2021)**.

وفي عام 2022، أصدرت شركة OpenAI تطبيق ChatGPT، وهو روبوت دردشة عبر الإنترنت يتيح للمستخدمين التفاعل مع نموذج لغة GPT-3. يمكن للمستخدمين طرح الأسئلة والتحدث مع الروبوت عن طريق الكتابة في حقل نصي مشابه لبرامج المراسلة الفورية، حيث يستجيب التطبيق ويمكن للمستخدمين بعد ذلك الرد على ChatGPT أو إعادة إنشاء الرد السابق أو «الإعجاب» بالرد وإبداء الرأي.

ويستخدم ChatGPT تقنيات التعلم الآلي لتحسين أدائه باستمرار من خلال التعلم من البيانات المتاحة على الإنترنت. وقد نشرت صحيفة The Guardian مقالاً كتبه GPT-3، وهو النموذج الأساسي الذي يدعم ChatGPT. بالإضافة إلى ذلك، هناك أنظمة ذكاء اصطناعي توليدية أخرى متاحة للجمهور وتعتبر بدائل أو منافسة للتطبيق **(Steve,2022)**.

وفي 14 مارس 2023، قامت شركة OpenAI بإصدار GPT-4وهو نسخة محسنة من البرنامج، ووعدت بقدرات تفكير أفضل. وقد حظيت هذه التحديثات باهتمام كبير من الباحثين بفضل التحسينات الكبيرة في أداء البرنامج مقارنة بالإصدار السابق **(Stephen,2024)**.

دور GPT Chatbot في إنتاج المحتوى الإعلامي:

يتمتع تطبيق GPT Chatbot بقدرة على إحداث ثورة في إنتاج محتوى الوسائط من خلال أتمتة المهام وتخصيص المحتوى وتحسين الكفاءة. يمكن لـ GPT Chatbot مساعدة المؤسسات الإعلامية في إنشاء محتوى أكثر جاذبية وملاءمة ويمكن للجمهور استخدامه لإنشاء مجموعة متنوعة من المحتويات الإبداعية مثل: المقالات، منشورات المدونات، النصوص، القصائد، وحتى الأغاني **((Amina,2022.**

وتشمل استخدامات ChatGPT في العمل الصحفي القدرة على الكتابة الجيدة باللغة العربية، جمع المعلومات، وتوليد الأفكار الجديدة. كما يمكنه ترجمة النصوص المسموعة أو المكتوبة، ولكن يجب على الصحفي مراجعة النصوص وتدقيقها قبل النشر.

وتنصح شبكة الصحفيين الدوليين بعدم الاعتماد الكلي على روبوت الدردشة في إنتاج المحتوى الصحفي، بل استخدام المزايا المناسبة فقط والتأكد من صحة المعلومات من مصادر متعددة قبل النشر**(أسماء قنديل،2023)** خاصة إن اعتماد GPT Chatbot في إنتاج محتوى الوسائط له جوانب إيجابية وسلبية، فعلى الجانب الإيجابي، يعزز الكفاءة والإنتاجية من خلال توليد الأفكار، توفير الإلهام، والمساعدة في صياغة المحتوى**(Biyang,2024)**.

سلبيات تطبيق الشات جي بي تي CHATGPT:

إن استخدام المحتوى الناتج عن GPT في الإنتاج الإعلامي لديه القدرة على زيادة تدهور النظام البيئي للمعلومات وتفاقم التحديات الحالية التي تواجهها صناعة الصحافة. فقد شهدت مواقع المعلومات المضللة المخصصة لنشر المعلومات المضللة زيادة كبيرة في استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء المحتوى **((Suhib,2024.**

ويثير هذا الارتفاع في المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي مخاوف بشأن مستقبل الصحافة واحتمال فقدان وظائف الصحفيين، حيث تتولى روبوتات الدردشة المدعمة بالذكاء الاصطناعي أدوار التحرير والكتابة الأساسية، علاوة على ذلك، يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي التوليدية مثل ChatGPT أن تعيد إنتاج التحيزات في المحتوى المولد بواسطة التطبيق.

إن الخوارزميات المستخدمة لتنظيم المحتوى قد تسلط الضوء على وجهات نظر معينة أو تستبعد أخرى بناءً على التحيزات الموجودة في بيانات التدريب الخاصة بها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الإشراف على المحتوى أن تفرض رقابة مفرطة على كلمات أو تعبيرات معينة، مما يؤثر سلبًا على حرية التعبير**(terry,2024)**.

ويتطلب استخدام تطبيق ChatGPT الالتزام بمعايير الصحافة من خلال المزيد من التحقق والمعالجة والمراجعة من قبل صحفيين محترفين قبل نشر المحتوى في وسائل الإعلام. بالرغم من قدرات ChatGPT في توليد ومعالجة المعلومات، إلا أنه يعاني من عيوب مثل عدم توافر أحدث المعلومات وتوليد محتوى متحيز حاليًا، لا يمكن لـ ChatGPT استبدال ملف صحفي بشري، ولكنه ما زال قد يكون مفيدًا لوسائل الإعلام المحترفة كمصدر إضافي للمعلومات، أو للمساعدة في الترجمة أو الأسلوب أو النحو، أو لتصحيح النصوص وتوليد عناوين للروايات الصحفية**(Bogost,2022)**.

تحديات تطبيق الشات جي بي تي:

إن التحديات التي تواجه تطبيق الشات جي بي تي عديدة ومتنوعة مثل: النمطية والتكرار في المحتوى المصنوع بواسطته نظرًا لتغذيته المسبقة بالمعلومات والمعطيات، إشكالية الدقة في مخرجاته، احتمالية تحيز النصوص الناتجة عن التطبيق، إشكالية التحقق من الدقة في المعلومات، المجالات الأخلاقية المتصلة بإنتاج المحتوى بحثًا وتأليفًا، والمجالات القانونية المتعلقة بانتهاك حقوق النشر(**سيف السويدي،2023**) .

وكذلك تشمل التحديات التي تواجه تطبيق الشات جي بي تي، التحديات والمخاوف بشأن تقليص الوظائف والاستغناء عن العنصر البشري في صناعة الصحافة(**Mhlanga,2023**) ، وأيضًا التحديات المتعلقة عند استخدام GPT Chatbot في إنتاج محتوى يتسم بالتحيزات وعدم القدرة على تقديم إجابات دقيقة وكاملة للاستفسارات المعقدة(**Chien,2023**) .

الاستخدام المسئول والأخلاقي ومجالات الاستفادة من تطبيقChat Gpt :

هناك العديد من الأساليب لتحقيق الاستخدام المسئول والأخلاقي لتطبيق شات جي بي تي، مثل: المراقبة المناسبة وآليات التحقق من الحقائق والمشاركة البشرية في عملية إنتاج المحتوى، وهذا أمر بالغ الأهمية فحين يوفر الذكاء الاصطناعي التوليدي فرصًا لتحقيق الكفاءة والتحسين في تسويق المحتوى، فمن الضروري تحقيق التوازن بين الاستفادة من مزايا التطبيق والعمل على تخفيف المخاطر التي تؤثر على جودة المحتوى(**Alserhan,2023**) . ويعد التنفيذ المسؤول والمراقبة المستمرة وفهم القيود المفروضة على تقنية الشات جي بي تي أمرًا حيويًا لتجنب المخاطر المحتملة وضمان إنتاج محتوى وسائط موثوق وعالي الجودة **Mondal,2023**)) .

مجالات الاستفادة من تطبيق شات جي بي تي:

تطبيق ChatGPT يمكن أن يستفيد منه في العديد من المجالات، بما في ذلك العمل الصحفي، ومن بين الاستخدامات المحتملة:

(1) إنشاء نصوص بناءً على المطالبات المكتوبة(**محمد البادي، 2023**) .

(2) المساعدة في الحصول على عناوين جذابة تتناسب مع المحتوى.

(3) تلخيص النصوص الطويلة.

(4) يساعد في وضع واقتراح عدة أفكار.

(5) إنشاء مسودة أولى للأفكار والموضوعات**Zagorulko,2023**)) .

(6) البحث عن المعلومات.

(7) الإجابة على الأسئلة واستخدامه في الرد على الرسائل مما يعد مفيدا لخدمة العملاء والتسويق.

(8) تحليل النصوص والعبارات.

(9) يمكن استخدامه كروبوت دردشة للتفاعل مع المستخدمين في مجالات متنوعة، مما يساعد على إنجاز المهام بسرعة، كما يسمح له بالتصحيح ويقوم بإنجاز المهام المطلوبة منه بسرعة(**وفاء السيد، 2024**) .

(10) على الرغم من أن ChatGPT لا يستطيع استبدال الصحفيين، إلا أنه يمكن أن يكون مفيدًا لهم كمصدر إضافي للمعلومات، أو للمساعدة في الترجمة، أو التحسين اللغوي وتوليد عناوين للمقالات الصحفية **(Bogost,2022)**.

تساؤلات الدراسة:

في إطار الأهداف السابقة تسعى الدراسة إلى الإجابة على عدد من التساؤلات الآتية:

(1) ما مدى استخدام الخبراء المتخصصين من عينة الدراسة لتطبيق شات جي بي تي في عملهم؟

(2) ما طبيعة المحتوى الأكثر استخدامًا بواسطة تطبيق Chat Gpt من وجهة نظر الخبراء المتخصصين عينة الدراسة؟

(3) ما اتجاهات الخبراء المتخصصين عينة الدراسة نحو إدخال تطبيق شات جي بي تي في واستخدامه في العمل الصحفي؟

(4) ما إيجابيات وسلبيات استخدام تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي من وجهة نظر الخبراء المتخصصين عينة الدراسة؟

(5) كيف ترى عينة الدراسة التحديات التي تواجه مستخدمي Chat Gpt في العمل الصحفي؟

(6) ما اتجاهات عينة الدراسة نحو مصداقية المحتوى الصحفي المصنوع بواسطة تطبيق Chat Gpt؟

(7) ما هي المقترحات أو الآليات التي يقترحها الخبراء عينة الدراسة لقياس مدى المصداقية وعدم الانحياز في المحتوى الناتج عن استخدام تطبيق ChatGPT؟

(8) هل واجهت عينة الدراسة معلومات خاطئة عند استخدام تطبيق ChatGPT في عملهم؟

(9) ما مقترحات الخبراء حول كيفية الاستفادة من تطبيق Chat GPT في العمل الصحفي؟

(10) ما توقعات عينة الدراسة بشأن مستقبل تطوير تطبيق ChatGPT واستخدامه في مجال الصحافة؟

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية إلى حقل الدراسات الوصفية لرصد وتفسير وتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بظاهرة معينة. كما أنها تُصنَّف ضمن الدراسات الاستكشافية، باعتبار تطبيق Chat Gpt من الظواهر الحديثة. وتعمل الدراسة على رصد كل مايتعلق به واستشكاف مزاياه وسلبياته ومدى تحقق المصداقية من عدمه فيما يتعلق بإنتاج المحتوى الصحفي التوليدي المصنوع بواسطته.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسح في شّقه الكيفي والذى يهتم بوصف الوقائع والحقائق الجارية وتوثيقها، وجمع البيانات عن الظاهرة التى تتم دراستها لمعرفة العلاقة بين متغيراتها، بهدف مسح رؤى وتصورات الخبراء المتخصصين حول مصداقية المحتوى الصحفي الذي يتم إنتاجه بواسطة تطبيق الـCHAT GPT، وكذلك المنهج الاستكشافي.

مجتمع الدراسة:

يضم مجتمع الدراسة الخبراء المهتمين بمجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، والذين يعملون في مجال الإعلام منذ سنوات طويلة ومن ذوي الخبرات والكفاءات المهنية. يشمل هذا المجتمع على الخبراء في مجالات تكنولوجيا الإعلام، وعلوم الذكاء الاصطناعي، وذلك نظرًا لإلمامهم الكافي بمعلومات عن التقنية وكيفية استخدامها من منظور مهني وأخلاقي ولضمان إعطاء العينة الإجابات الكافية والشاملة والاعتماد عليها واستخلاص النتائج.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية تضم 18 خبيرًا متخصصًا في مجالات الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي وقد ارتأت الباحثة ضرورة توفر مجموعة من الشروط في الخبراء المختارين لضمان تمثيل متنوع لآراء وتجارب مختلفة حول استخدام التكنولوجيا في الصحافة، مع الأخذ في الاعتبار خبراتهم وكفاءاتهم، فقد تم اختيار العينة بعناية لضمان تمثيل شامل للخبرات والتجارب المتنوعة، **وجاءت أسباب وحيثيات اختيارهم لعدد من الاعتبارات على النحو الآتي:**

(1) نظرًا لتميزهم بالتخصص والخبرة في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي.

(2) للتأكيد على التمثيل المتنوع للخبراء من حيث العمر، التخصص، وسنوات الخبرة.

(3) العمل على التوازن بين الخبرات والتخصصات المختلفة بين أفراد العينة، مما يساهم في توسيع نطاق التحليل والتفسير.

حدود الدراسة:

الحدود البشرية:

تم تطبيق الدراسة على عينة من الخبراء المتخصصين في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، مع التركيز على تقييم وتفسير النتائج من قبل هذه العينة.

الحدود الزمنية:

أجريت الدراسة في الفترة من إبريل إلى يونيو 2024 ، اختارت الباحثة هذه الفترة نظرًا لأنها شهدت تنافسًا بين شركات الذكاء الاصطناعي في الإعلان عن تطبيقات جديدة ومنافسة لإنتاج وصناعة المحتوى التوليدي في العمل الصحفي باستخدام روبوتات الدردشة، بما في ذلك تطبيق شات جي بي تي CHATGPT محل الدراسة الحالية.

الحدود المكانية:

تم تطبيق الدراسة داخل جمهورية مصر العربية.

(*) أسماء العينة المطبق عليها دليل المقابلات المتعمقة:

- أبانوب عماد/ خبير متخصص في الإعلام الرقمي.
- أحمد الشيخ/ خبير متخصص في الإعلام الرقمي.
- أحمد عصمت/ مدرب وخبير متخصص في الإعلام الرقمي.
- أيمن عدلي/ رئيس لجنة التدريب والتثقيف بنقابة الإعلاميين.

- خالد البرماوي/ خبير متخصص في الإعلام الرقمي.
- زياد عبد التواب/ مساعد أمين عام مجلس الوزراء لنظم المعلومات والتحول الرقمي.
- رضوى عبد اللطيف/ محاضر في الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي.
- محمد الهواري/ خبير متخصص في الإعلام الرقمي.
- محمد فتحي/ خبير متخصص في الإعلام الرقمي.
- معتز نادي/ صحفي ومنتج محتوى ومدرب متخصص في الإعلام الرقمي.
- هيثم الصاوي/ خبير متخصص في الإعلام الرقمي ومؤسس منصة TEN MOJO سابقًا.
- ياسر عبد العزيز/ باحث في شئون الإعلام.
- راي المليجي/ خبير التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي.
- عبد الجواد أبو كب/ رئيس مجلس أمناء مؤسسة الإعلام والتحول الرقمي.
- عصام الجوهري/ مستشار التحول الرقمي وخبير الذكاء الاصطناعي.
- أحمد طارق/ خبير تكنولوجيا المعلومات.
- أشرف مفيد/ رئيس قطاع الذكاء الاصطناعي باتحاد إذاعات وتلفزيونات منظمة دول التعاون الإسلامي
- شحاتة السيد/ الرئيس المؤسس لمجموعة (OSH) للتكنولوجيا وصناعات الذكاء الاصطناعي.

توصيف العينة الميدانية:

جدول رقم (1) يوضح توصيف العينة الميدانية

النوع	العدد	النسبة
ذكر	17	94.44%
أنثى	1	5.55%
المجموع	**18**	**100%**
الفئة العمرية	**العدد**	**النسبة**
20إلى 30 سنة	5	27.77%
30 إلى 40 سنة	4	22.22%
40 فأكثر	9	50%
المجموع	**18**	**100%**
سنوات الخبرة	**العدد**	**النسبة**
5- 10 سنوات	2	11.11%
10 – 15 سنة	2	11.11%
15-20 سنة	8	44.44%
20 فأكثر	6	33.33%
المجموع	18	100%

أداة جمع البيانات:

بعد مراجعة الدراسات السابقة وتحديد المشكلة البحثية، تمكنت الباحثة من تحديد أدوات جمع البيانات التي ستسهم بشكل مباشر في تحقيق أهداف الدراسة، وقد تمثلت فيما يلي :

المقابلة: اعتمدت الدراسة على استخدام أداة المقابلات المفتوحة لاستطلاع آراء الخبراء المتخصصين في مجالات الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي للتعرف على اتجاهات وتقييمات الخبراء بشأن مصداقية المحتوى التوليدي الصحفي الذي يتم إنتاجه بواسطة تطبيق شات جي بي تي، بالإضافة إلى مناقشة مزاياه وسلبياته ومخاطره وتحدياته، كما سعت الدراسة إلى الحصول على رؤية استشرافية نحو تطوير هذا التطبيق.

إجراءات الصدق والثبات:

قبل تطبيقها، تم عرض دليل المقابلة المتعمقة للتحليل والتقييم من قبل خبراء ذوي خبرة أكاديمية في مجال الإعلام فقد استهدف التحليل التأكد من قدرة الأداة على قياس وتوفير المعلومات المطلوبة، واختبار صدقها وملائمتها وضمان تغطيتها لجوانب وأهداف الدراسة بشكل كافٍ. بناءً على ملاحظات الخبراء، تم إعادة صياغة وتعديل بعض الأسئلة، وإضافة بعضها الآخر لتحسين جودة الأداة وضمان صدقها.

وقد ساهمت الجهود المبذولة بشكل كبير في تحسين مستوى الصدق في موضوع الدراسة، وضمان استخلاص النتائج بطريقة سليمة ومنتظمة. ونتيجة لذلك، تم تحقيق متطلبات الصدق المرجوة في هذه الدراسة عند تطبيقها على خبراء الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي.

نتائج الدراسة:

نتائج المقابلات المقننة مع الخبراء المتخصصين:

- فيما يتعلق بمدى استخدام الخبراء المتخصصين عينة الدراسة لتطبيق الشات جي بي تي من عدمه في عملهم، فتوصلت المقابلات مع الخبراء المتخصصين إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون تطبيق الشات جي بي تي بدرجة إلى حد ما، أما **(معتز نادي)** و**(أحمد طارق)** و**(محمد فتحي)** و**(رامي المليجي)** يستخدمون التطبيق إلى حد كبير، بينما كانت إجابة **(أحمد عصمت)** و**(شحاتة السيد)** غير مهتمين باستخدام التطبيق.

- بالنسبة لطبيعة المحتوى الأكثر استخدامًا بواسطة تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، أظهرت نتائج المقابلات مع الخبراء المتخصصين اختلافًا وتنوعًا في الإجابات بشأن طبيعة المحتوى الأكثر استخدامًا بواسطة تطبيق ChatGPT في العمل الصحفي، فأجاب كل من **(عصام الجوهري)** و**(أشرف مفيد)** و**(محمد الهواري)** و**(رضوى عبد اللطيف)** و**(أيمن عدلي)** و**(خالد البرماوي)** بأن المحتوى التكنولوجي هو الأكثر استخدامًا ضمن المحتويات الناتجة من تطبيق ChatGPT في الواقع الصحفي. هذا يتماشى مع نتائج دراسة أجرتها **(شيرين عمر، 2023)** حيث أوضحت أن المعلومات التكنولوجية تأتي في صدارة المعلومات المطلوبة عند استخدام الشباب لتطبيق ChatGPTحيث أوضحت أن المعلومات التكنولوجية تأتي في صدارة المعلومات المطلوبة عند استخدام الشباب لتطبيق ChatGPT ويستخدمونه في الأبحاث المطلوبة ويحصلون على معلومات مفيدة.

ووفقًا لما أشار إليه **(محمد فتحي)** و**(رامي المليجي)** فإن المعلومات التاريخية هي الأكثر استخدامًا، بينما **(ياسر عبد العزيز)** و**(معتز نادي)** و**(أبانوب عماد)** يعتقدون أن المعلومات الرياضية تعد الأكثر استخدامًا في تطبيق ChatGPT ، فيما يعتقد **(زياد عبد التواب)** أن المعلومات الترفيهية هي الأكثر استخدامًا.

أما **(عبد الجواد أبو كب)** فيعتقد أن المعلومات الاقتصادية هي الأكثر استخدامًا بينما **(أحمد طارق)** و**(شحاتة السيد)** فجاءت إجابتهما أن المحتوى التكنولوجي والتاريخي والرياضي والترفيهي الأكثر استخدامًا وذلك في حالة استخدام chatgpt 4 pro وذلك بناء على تدريب البيانات والخوارزميات والقدرة على دمج معلومات ومواد من قواعد البيانات المدرب عليها مسبقًا أو عبر محركات البحث، بينما أجاب **(أحمدعصمت)** عكس النتائج السابقة فإنه لايوجد إحصاء دقيق بشأن المحتوى الأكثر استخدامًا، وترى الباحثة أن المحتوى المستخدم في تطبيق الـCHAT GPT يختلف باختلاف اهتمامات الأشخاص وطبيعة احتياجات المستخدمين وطبيعة عملهم وخلفياتهم وثقافاتهم وكذلك طبيعة استخداماتهم.

- وفيما يتعلق باتجاهات الخبراء المتخصصين نحو إدخال استخدام تطبيق الشات جي في العمل الصحفي، توصلت نتائج المقابلات مع الخبراء المتخصصين إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يوافقون على إدخال واستخدام تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي وتتماشى هذه النتائج مع دراسة أجرتها **(وفاء السيد، 2024)** التي أشارت إلى استعداد المؤسسات الصحفية لدخول واستخدام وتوظيف تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي.

ومن جانب آخر، رفض (**محمد الهواري)** استخدام تطبيق ChatGPT في العمل الصحفي، بينما كانت اتجاهات **(عصام الجوهري)** و**(أيمن عدلي)** و**(محمد فتحي)** و**(هيثم الصاوي)** محايدة تجاه استخدام تطبيق الشات جي بي تي في مجال العمل الصحفي.

وتفسر الباحثة تأييد غالبية عينة الدراسة لاستخدام تطبيق CHATGPT في العمل الصحفي يعود إلى الفوائد التي يقدمها التطبيق من تسهيل وإنجاز المهام وأتمتة العمليات التقليدية الروتينية والتأكيد على أهمية عدم الاعتماد عليه بالشكل الكامل بل بشكل متزن مع الحرص على مراجعة وتدقيق وتحديث البيانات والمعلومات المقدمة للتطبيق، كما يجب أن يتم استخدام التطبيق بشكل أخلاقي ومسؤول، الالتزام بالقوانين والدقة وتحقيق معايير الشفافية والمصداقية، وضمان عدم التحيز في النتائج أو الإجابات المصنوعة.

- أما بالنسبة للإيجابيات المتحققة من استخدام تطبيق شات جي بي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، اتفقت أكثر من نصف العينة من الخبراء المتخصصين وفقًا لنتائج المقابلات أن الرد على التساؤلات، إنشاء عناوين جاذبة، تحسين صياغة المحتوى، وطرح أفكار جديدة من الإيجابيات المتعددة التي يحققها استخدام تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي، بينما يري كل من **(أيمن عدلي)** و**(أحمد عصمت)** أن إعداد خلفيات شاملة للموضوعات والقدرة على الاحتفاظ بالأسئلة الهامة والمفيدة للاستفادة منها في المستقبل من الإيجابيات التي يحققها استخدام تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي.

أما **(عصام الجوهري)** و**(أشرف مفيد)** و**(شحاتة السيد)** يرون أن الرد على التساؤلات، الاحتفاظ بالأسئلة والإجابات، تحسين صياغة المحتوى، يساعد الصحفيين على كتابة المقالات والأخبار، إنشاء عناوين جذابة، عمل خلفيات للموضوعات أو قضايا، طرح أفكار جديدة، وتوفير الوقت والجهد من الإيجابيات التي يحققها تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي.

وتؤكد الدراسة التي أجريت من قبل **(Kohli, 2023)** أن تطبيق شات جي بي تي يقوم بكتابة عبارات رئيسية والقدرة على اقتراح عناوين والحصول على الردود، كذلك نتائج دراسة **(Gutiérrez,2023)** أن استخدام ChatGPT يمكن أن يكون ملائمًا لمهام الكتابة وتحليل البيانات وتنظيم المعلومات، فضلاً عن إمكانية استخدامه في إنشاء ملخصات ورسوم بيانية، ويمكن أيضًا أن يساعد في ترجمة المحتوى وتكييفه للغات مختلفة، بالإضافة إلى توليف أسئلة المقابلات والاستطلاعات الرأي.

بينما **(أحمد طارق)** يرى أنه يسهل الحصول على المعلومة والإفصاح عن مصدر الحصول عليها مرفق ومدعم باللينكات اللي حصل عليها من المصادر وذلك في حال التطبيق المدفوع، وعدم وجود إعلانات مزعجة. فيما يرى **(عبد الجواد أبو كب)** المساعدة في جمع المعلومات، استخدام الأدوات التي تسهل العمل الصحفي دون تدخل مثل: الردود على القراء وتحليل توجيهاتهم وتحويل المعلومات إلى بيانات بشكل جذاب

وترى الباحثة أن تطبيق CHATGPT بالرغم من حداثته إلا أنه يستخدم في إنجاز العديد من المهام التي تتطلب جهدًا ووقتًا ولكن مع ضرورة أن يكون المحتوى التوليدي قد خضع للمراجعة والتدقيق والتأكد من البيانات والمعلومات الناتجة، وعلى سبيل المثال وليس الحصر، تشمل إيجابيات تسهيل العمليات الروتينية مما يوفر الوقت والجهد للصحفيين، وزيادة الإنتاجية فيمكن للصحفيين إنجاز المهام بشكل أسرع وأكثر فعالية، مما يزيد من إنتاجية العمل، بشكل عام، يمثل تطبيق شات جي بي تي فرصة لتحسين عمليات العمل الصحفي وزيادة كفاءتها، مما يجعله خيارًا مغريًا للصحفيين والمؤسسات الصحفية.

- بالنسبة للسلبيات الناتجة عن استخدام تطبيق شات جي بي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، بالمقارنة بجميع نتائج إجابات العينة في السؤال السابق والتي جاءت منقسمة ما بين مؤيدة ومحايدة تجاه إيجابيات تطبيق الشات جي بي تي، باستثناء ثلاثة من الخبراء المتخصصين، فقد أشار**(عبد الجواد أبو كب)** إلى أن سلبيات التطبيق تتسم بإنشاء محتوى متحيز، إمكانية التعدي على حقوق النشر وسرقة التطبيق لمجهود الآخرين مما يهدد بانهيار القيم المهنية والأخلاقية للمهنة، الافتقار إلى الشفافية والاستقلالية، عدم وجود قوانين وتشريعات، وعدم تحقيق المصداقية بالقدر الكافي في المحتوى المنشور. فيما يعتقد(**محمد الهواري)** أن سلبيات استخدام التطبيق في العمل الصحفي تتمثل في عدم تحقيق المصداقية بالقدر الكافي، نقص في توافر المعلومات الحديثة، بالإضافة إلى غياب الجانب الإبداعي البشري في العملية الكتابية والتحريرية وفي تقديم الأفكار، وكذلك **(رامي المليجي)** والذي أقر بوجود سلبيات عند استخدام تطبيق الشات جي بي تي تتمثل في عدم وجود أطر قانونية حاكمة لمسألة استخدامه ومدى مصداقيته.

وتتفق نتيجة دراسة (**Shidiq,2023**) والتي أكدت على التحديات التي تواجه تقنية شات تتمثل في الكتابة الإبداعية والروايات والقصص وكل أنواع الكتابة التي تتطلب مهارات البشر، وكذلك دراسة (**M. Levin,2023**) والتي أكدت مجموعة البؤر النقاشية بها على أن مخاطر الشات جي بي تي،

تتمثل في الاستغناء عن وظائف العنصر البشري، السرقة الأدبية، توقف الإبداع، تمرير معلومات خاطئة، صعوبة المعلومات المرتبطة بالصحة والطب.

وتوصي الباحثة بمواجهة السلبيات المحتملة لاستخدام تطبيق الشات GPT من خلال عدم الاعتماد عليه بشكل كامل. بدلاً من ذلك، يُنصح باستخدامه كأداة أولية للحصول على المعلومات أو البيانات، مع التحقق من صحة هذه المعلومات من خلال مصادر بحثية موثوقة وقواعد بيانات موثوقة وأيضًا تدريب الخوارزميات وزيادة حجم البيانات التي يتم تدريبها عليها، وتحسين جودة البيانات المستخدمة في التدريب. وأكدت دراسة سابقة لـ **(Hussein,2024)** أنه يمكن تحسين أداء تطبيق ChatGPT من خلال تحسين تصميم المهام والتعليمات البرمجية، وتطوير قدرته على تقديم توصيات دقيقة وملائمة للمستخدمين.

- بالنسبة للتحديات التي تواجه مستخدمي الشات GPT في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، أظهرت نتائج المقابلات مع الخبراء المتخصصين من عينة الدراسة أظهرت أن أكثر من نصفهم يرون أن التحدي الأساسي الذي يواجه مستخدمي تطبيق الشات GPT في العمل الصحفي يتمثل في تحقيق المصداقية والامتثال للإطار القانوني.

بينما يرى كل من **(ياسر عبد العزيز) و(زياد عبد التواب) و(معتز نادي) و(خالد البرماوي) و(أحمد عصمت) و(رضوى عبد اللطيف)** أن عدم الانحياز من أكثر التحديات التي يمكن أن تواجه مستخدمي الشات GPT في العمل الصحفي. فيما يشير**(عبد الجواد أبو كب)** إلى غياب المعايير المهنية الحقيقية لتقييم الصحفيين.

وأظهرت دراسات سابقة مثل: دراسة **(عبد الملك، 2023)** أن هناك تحديات متعددة تواجه استخدام تطبيق الشات GPT في العمل الصحفي، مثل: عدم الدقة والتأثير على الأجور وافتقار الشفافية والدقة والمخاوف الأخلاقية والقانونية وكذلك دراسة **(هند يحيي، 2024)** والتي أوصت على ضرورة التزام الصحفيين عند استخدام تطبيق CHAT GPT بتحقيق المسئولية المسئول والتوازن وعدم الانحياز والإنصاف عند التعامل مع منصة شات جي بي تي.

ويرى **(أشرف مفيد)** أن الجهل بالاستخدام الصحيح لتطبيق الشات جي بي تي من أكثر التحديات التي تواجه استخدام تطبيق الشات GPT في العمل الصحفي ويقول إن 90% يستخدمون تطبيق الشات جي بي تي بشكل خاطئ غير دقيق، بينما يعتقد **(محمد الهواري)** أن تحديات استخدام تطبيق الشات GPT في العمل الصحفي تشمل غياب الإبداع والقدرة على إنتاج أعمال إبداعية. هذا الرأي متفق معه دراسة سابقة لـ **(Shidiq,2023)** والتي أكدت على صعوبة استخدام تقنية الشات في الكتابة الإبداعية مثل: الروايات والقصص وجميع أشكال الكتابة التي تتطلب مهارات بشرية.

ويعتقد **(عصام الجوهري)** أن عدم الانحياز، الاستخدام المسئول الأخلاقي، المصداقية وجودة المحتوى، ووضع إطار قانوني وتشريعات يقنن استخدام تطبيق chatgpt من أكثر التحديات عند استخدامه في العمل الصحفي. أما(أحمد طارق) فيرى أن التحديات تتمثل في عدم الانحياز خاصة في الأحداث السياسية فقد طلب من التطبيق تحويل صورته من داخل مكان وفي الخلفية العلم المصري إلى غرفة تكنولوجية حيث قام التطبيق بتغيير العلم المصري إلى الأمريكي وتم اختبار النتائج بأكثر من طريقة إلى أن اعتذر التطبيق عن الخطأ واصفًا بأنه غير مقصود.

وعلى عكس الإجابات السابقة، فيرى **(شحاتة السيد)** التحديات المتعلقة عند استخدام تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي تتمثل في تحديات دوره في تطوير الإبداع عند العنصر البشري ولكن في نفس الوقت ضرورة الحاجة إلى التنظيم في المحتوى الذي يتم إنتاجه، تحديات البيانات المتاحة لتدريب الخوارزميات على إنتاج المحتوى بشكل صحيح ودقيق بدون أخطاء أو تحيز، تحديات تتعلق بمعالجة مشاكل اللغة العربية، تحديات متعلقة بالحدود الآمنة منعًا للاقتباس وانتهاك حقوق الملكية، تحديات إنشاء محتوى مهني بعيد عن التحيز أو التزييف يتعلق بالصور والفيديوهات.

وتوصي الباحثة بعدم الاعتماد المطلق على صحة المعلومات التوليدية من تطبيق الشات GPT مع ضرورة المراجعة والتدقيق لتجنب الأخطاء. هذا ما أشارت إليه دراسة أجراها **(Hussein,2024)** وأكدت على إمكانية تحسين أداء تطبيق CHATGPT لضمان خروج نتائج دقيقة وبدون انحياز، وضرورة تنسيق وتعاون بين شركات التواصل الاجتماعي مع شركات الذكاء الاصطناعي لوضع ضوابط نشر المحتوى، ويمكن تحقيق ذلك من خلال زيادة حجم البيانات التدريبية، تحسين جودتها، تطوير التصميم والتعليمات البرمجية، تطوير تقنيات الدلالة، تحسين قدرته على تقديم توصيات دقيقة وملائمة للمستخدمين.

- وفيما يتعلق باتجاهات مصداقية المحتوى التوليدي أو المصنوع بواسطة تطبيق شات جي بي تي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، أشارت أكثر من نصف العينة من الخبراء المتخصصين إلى أن اتجاهاتهم بشأن مصداقية المحتوى المصنوع بواسطة تطبيق شات جي بي تي جاءت محايدة بينما يؤيد كل من **(أحمد طارق)** و**(عصام الجوهري)** و**(أشرف مفيد)** و**(عبد الجواد أبو كب)** و**(محمد الهواري)** و**(معتز نادي)** المصداقية الناتجة من المحتوى التوليدي فيما اتخذ كل من **(رضوى عبد اللطيف)** و**(شحاته السيد)** اتجاهًا معارضًا أما **(أحمد عصمت)** فجاءت إجابته على حسب الموضوع المراد البحث عنه في تطبيق الشات جي بي تي.

وتفسر الباحثة سبب حيادية اتجاهات أغلب عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين ربما يعود لعدة أسباب: قد يكون التقييم لمصداقية المحتوى المصنوع بواسطة تطبيق CHATGPT أمرًا معقدًا نظرًا لطبيعة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتحديات المتعلقة بتقييم الثقة في المحتوى الذي يتم إنتاجه بشكل آلي، قد يفتقر الخبراء إلى معايير محددة أو إرشادات واضحة لتقييم مصداقية المحتوى المصنوع، أيضًا مستوى الثقة بالتكنولوجيا يؤدي إلى تقديرات مختلفة لمصداقية المحتوى المصنوع بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى اختلاف في آرائهم وجعل إجاباتهم تتباين بين الإيجابية والسلبية والمحايدة.

- وبالنسبة لآليات قياس مدى المصداقية وعدم الانحياز تجاه المضمون المصنوع الناتج عن استخدام الشات من وجهة نظر عينة الدراسة، انتهت المقابلات مع عينة الدراسة إلى تعدد وتنوع واختلاف الآليات والمقترحات بشأن قياس المصداقية لمحتوى الشات جي بي تي، فقد اقترح **(معتز نادي)** و**(محمد الهواري)** و**(هيثم الصاوي)** و**(رضوى عبد اللطيف)** و**(خالد البرماوي)** التحقق من عدة مصادر لأي معلومات ينتجها التطبيق خاصة في أحداث الصراعات أو النزاعات السياسية والاستعانة بالمصادر الأجنبية عند البحث والتأكد من المعلومات من المصادر والتدقيق باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وضرورة إشراك المتابع في كل مايتابعه والتأكيد على أن المحتوى التدقيق واستقبال تعليقات الجمهور وتصويباته في حال الخطأ الناتج.

فيما يقترح **(أحمد طارق)** و**(عبد الجواد أبو كب)** عدم الحصول على معلومات ثابتة بل عليه التغيير في المعطيات والمدخلات من وقت لأخر لاختبار النتائج والمقارنة بين النتائج في كل مرة، أيضًا استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي للكشف عن مصداقية المحتوى، والاشتراك في الشات جي بي تي المدفوع كلما أدى إلى ازدياد مصداقية وحداثة المعلومات والحصول على اللينكات والمصادر. أما **(عصام الجوهري)** يقترح استخدام الخوارزميات موثقة ومعتمدة من جهات البحث العلمي والمنظمات الدولية التي تنفي التحيز وتنتصر للجانب الأخلاقي.

بينما يؤكد **(أشرف مفيد)** على ضرورة التدريب والتأهيل واكتساب المهارات والتدريب على الاستخدام الصحيح والوضوح والدقة في هندسة الأوامر مما يؤدي إلى إدخاله وتزويده بالمعلومات والتفاصيل الصحيحة، التدقيق البشري في مراجعة المعلومات، وبالتالي يتم التقليل من عدم الانحياز. ويحذر **(أبانوب عماد)** من الاعتماد على تطبيق الشات جي بي تي بالشكل الكامل والأساسي دون التحقق والمراجعة باستخدام العنصر البشري، بينما يقترح **(أحمد عصمت)** إدخال آلية نظام الحوكمة في المؤسسات الصحفية، ويقترح **(أحمد الشيخ)** وضع المؤسسات الصحفية آليات تنظيم عمل الذكاء الاصطناعي بشكل عام وتطبيق الشات جي بي تي بشكل خاص.

ويقترح **(محمد فتحي)** خضوع النتائج باستمرار التنوع في الأسئلة للموضوع الواحد ومشاهدة النتائج ما إذا كانت ثابتة أم متغيرة خاصة في الموضوعات الخلافية التي تحمل وجهات نظر مختلفة، أما **(زياد عبد التواب)** و**(رامي المليجي)** يرون الاستعانة به كمصدر أولي وكمساعد شخصي وليس مصدر للمعلومة أو منشئ المحتوى ثم تحليل النتائج وتقييمها والخروج بإبداع شخصي، ويقترح **(ياسر عبد العزيز)** إلزام وإخضاع شركات التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي للمساءلة عن المحتوى الناتج وتدريب الخوارزميات.

ويقترح **(شحاته السيد)** تعلم هندسة الأوامر الموجهة للذكاء الاصطناعي لاحتراف التعامل مع تطبيق chatgpt، إخضاع النصوص التوليدية بواسطة الصحفي واختبارها من وقت لآخر لملاحظة هل تغيرت النتائج وحتى يسهل لنا التأكد من هذه المعلومات مجمعة بواسطة محركات البحث مباشرة وليس من إبداع النموذج، عدم الاعتماد على تطبيق الشات جي بي تي كمنتج للمحتوى الصحفي ولكن دوره يتمثل فيما يلي: تطوير الأفكار، جمع المعلومات الأولية، إعادة صياغة النصوص وتظبيطها لغويًا، وإنتاج المؤثرات السريعة للأخبار والتقارير لتكون بديلة عن المؤثرات الأرشيفية.

وإجمالاً، جاءت مقترحات عينة الدراسة بشأن آليات تقييم مصداقية المحتوى المصنوع من تطبيق شات جي بي تي تتلخص في التحقق من عدة مصادر خاصة في الموضوعات الصراعية أو السياسية، مع الاستعانة بالمصادر الأجنبية لتحقيق مصداقية أكبر، تطبيق آليات الحوكمة والتنظيم في المؤسسات الصحفية لضمان الاستخدام المسئول، مساءلة شركات التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي عن المحتوى الناتج وتدريب الخوارزميات بشكل مستمر، إشراك المتابعين وتصحيح الأخطاء، التنويع في الأسئلة وتحليل النتائج باستمرار لمراقبة ثبات المحتوى ومدى تغيره.

وتفسر الباحثة اقتراح العينة لمجموعة متنوعة من الآليات لتقييم مصداقية المحتوى نظرًا للضرورة الملحة لضمان جودة المحتوى المصنوع باستخدام تطبيق الشات جي بي تي، خاصة في ظل التحديات التي تواجه التمييز بين المعلومات الحقيقية والزائفة. تأتي هذه الاقتراحات تعبيرًا عن ضرورة مواكبة

التطور التكنولوجي وتطوير آليات التقييم لضمان تحديثها وتعزيز فعاليتها في مجال تقييم جودة المحتوى الذي يتم إنتاجه بواسطة تلك التطبيقات. كما يبرز دور اعتماد المحتوى على تلك التطبيقات في تطورات الإنتاج، مما يؤكد على ضرورة توفير آليات فعالة لتقييم مصداقيته وجودته في سياق التطور التكنولوجي المستمر.

- بالنسبة لتجربة الخبراء المتخصصين في استخدام تطبيق الشات جي بي تي من عدمه في عملهم، أكدت جميع عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين على تجربتهم لهذا التطبيق كونه ظاهرة جديدة، ولذلك كانت تجربتهم استكشافية لفهم كيفية استخدامه ومعرفة قدرته على القيام بالمهام ودقة النتائج، بالإضافة إلى فوائده والذين اتفقوا في إجابتهم وجاءت تتمثل في السرعة في الأداء، إكمال المهام، تلخيص المعلومات والبحث، لكنهم في نفس الوقت، أكدوا على أهمية التحقق من المحتوى المولد عن طريق مراجعته من قواعد البيانات والمصادر الموثوقة، سواء كانت عربية أو أجنبية، بالإضافة إلى ذلك، لفتوا الانتباه إلى قدرة تطبيق الشات جي بي تي على إنتاج أشكال إعلامية متنوعة وتقديم مقترحات إبداعية لعناصر بصرية ورسوم بيانية في مختلف المجالات والمواد الخاصة بالجرافيك والمؤثرات وصنع أغلفة كتب وإصلاح صور قديمة وصنع صور موضوعية.

- وفيما يتعلق بحصول الخبراء المتخصصين على معلومات وإجابات خاطئة من عدمه في عملهم لتطبيق الشات GPT، أكدت جميع عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين على حصولهم على معلومات وإجابات خاطئة ناتجة من المحتوى التوليدي الصحفي باستثناء كل من **(عبد الجواد أبو كب)** و**(أبانوب عماد)** و**(معتز نادي)** كانت إجابتهم بأنهم لم يحصلوا على أي أخطاء في المحتوى التوليدي وذلك لدقة وتحديد الكلمات والمصطلحات بدقة.

- بالنسبة لنماذج أو أمثلة على الأخطاء التي تعرض لها الخبراء المتخصصين لتطبيق الشات GPT في عملهم، أكدت جميع عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين على حصولهم على أخطاء في المحتوى التوليدي الناتج من استخدامهم لتطبيق الشات جي بي تي، فقد حصل (**خالد البرماوي**) و(**أحمد عصمت**) على أخطاء تتعلق بالمعلومات العامة والتاريخية ومعلومات حول حرب أكتوبر بينما حصل **(أيمن عدلي)** على إجابات خاطئة بشأن معلومات تتعلق بأحداث فض الاعتصام، أما (**رضوى عبد اللطيف**) فحصلت على معلومات خاطئة تتعلق بمعلومات عن التعريف بأشخاص وتواريخ وأحداث عامة.

فيما واجه **(محمد فتحي)** صعوبة في الحصول على معلومات صحيحة حول موضوع عن فيروس كورونا، أما **(أشرف مفيد)** فسأل تطبيق الشات جي بي تي للحصول على معلومات عنه فكانت الإجابات الناتجة عن التطبيق خاطئة حيث ذكر الشات جي بي تي بأنه من أولياء الله الصالحين وله ضريح في الفيوم بينما حصل كل من **(زياد عبد التواب)** و**(عصام الجوهري)** على معلومات وإجابات خاطئة ولا يستطيع تنفيذ التكليفات حيث تتعلق المعلومات الخاطئة بمعلومات عن موضوعات تكنولوجية.

وقد تعرض **(أحمد الشيخ)** لترجمة غير صحيحة من الإنجليزية إلى العربية ولم يستطع التطبيق تنفيذ التكليف بالشكل الصحيح، فيما واجه **(هيثم الصاوي)** خطأ في المعلومات بشأن المرشحين الفائزين بجوائز الأوسكار، أما **(شحاتة السيد)** فتعرض لعدم الاستجابة للأوامر لأنها غير

المكتملة وغير المتوافقة مع هندسة الأوامر المدرب عليها مسبقًا، وجود خلل في محتوى المنشئ حيث يميل إلى الخيال وليس الموضوعية مثال: قصة عن «الأزمة الاقتصادية في السودان» فكانت إجابته غير متوافقة معلوماتيًا وسرديًا مع الوضع الحقيقي (التحيز).

أما **(ياسر عبد العزيز)** فحصل على معلومات خاطئة عندما طلب من التطبيق كتابة أخبار ومقالات صحفية عن أحداث أوكرانيا وغزة والتي ظهر فيها التحيز والمعلومات الخاطئة وأحداث غزة التي اتخذ فيها التطبيق رأي خلافيوكذلك **(محمد الهواري)** حصل على خطأ في المعلومات عند سؤال التطبيق عن عدد المؤسسات الإخبارية في مصر بينما حصل **(رامي المليجي)** على معلومات خاطئة عند سؤال التطبيق عن موضوع الهلوسة، أما **(أحمد طارق)** حصل على معلومات خاطئة فيما يتعلق بأسئلة امتحان ويوصي بعدم الحصول على إجابات من أول مرة بل لابد من الجدال والمحاولات الكثيرة في الحصول على نتائج دقيقة وواضحة ولا داعي للسؤال باللغة الفصحى وتدريبه الجيد على البيانات والمعلومات.

واتفقت إجابة مقابلات الخبراء المتخصصين مع نتائج دراسة zagorulko,2023 والتي أكدت على أن تطبيق CHATGPT يميل إلى إنشاء محتوى متحيز ويتسم بعدم امتلاك معلومات محدثة وغموض مصادر البيانات والتحيز في الحقائق، وكذلك دراسة Kyong,2023)) والتي أشارت إلى أن المخاطر الأخلاقية الناتجة عن استخدام التطبيق تتمثل في الافتقار إلى الشفافية والاستقلالية والحكم على القيمة والتحيز.

وترى الباحثة أنه بالرغم من تعدد واختلاف الأمثلة ونماذج الأخطاء التي حدثت خلال استخدام التطبيق من جانب الخبراء المتخصصين في مختلف الموضوعات إلا أنهم اتفقوا على أن التطبيق يتسم بعدم الدقة والتحيز في المحتوى التوليدي الناتج عنه مما يشير إلى عدم الدقة وحدوث خطأ في المعلومات، وبالتالي لابد من تحديث التطبيق بالمعلومات والمستجدات والمراجعة من جانب الشركات التكنولوجية المالكة للتطبيق، وتوصي الباحثة بعدم الاستخدام الكامل أو الاعتماد عليه بشكل كلي على أن يتم استخدامه بشكل جزئي مع مراعاة التدقيق والاستخدام الحذر والقانوني والأخلاقي حتى لايكون الناتج التوليدي يشمل على أخطاء أو تحيزات.

- فيما يتعلق بكيفية الاستفادة من تطبيق الشات GPT في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، انتهت نتائج المقابلات مع الخبراء المتخصصين إلى اختلاف المقترحات بشأن كيفية الاستفادة من تطبيق الشات GPT في العمل الصحفي، فقد اتفقت أكثر من نصف العينة على مقترح استخدام التطبيق كمصدر أولي في البحث والإعداد للموضوعات الصحفية مع التحقق من دقتها وتقديم العناصر البصرية الملائمة.

فيما أوصى كل من **(ياسر عبد العزيز)** و**(هيثم الصاوي)** و**(رضوى عبد اللطيف)** بضرورة إصدار دليل تشريعي لمواكبة التطورات التكنولوجية وتحديد ضوابط لاستخدام Chat GPT، إلزام الشركات المتعلقة بالتكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في إعلان معايير الشفافية والإفصاح عن قواعد ومصادر البيانات، والتعاون بين المؤسسات الصحفية وشركات التكنولوجيا لوضع أخلاقيات لكيفية استخدامه في الإطار الأخلاقي القانوني.

بينما اقترح كل من **(معتز نادي)** و**(أبانوب عماد)** الاستفادة من التطبيق في ترجمة وتلخيص الموضوعات والعناوين الطويلة ولكن دون الاعتماد عليه كمصدر أساسي فيما اقترح **(رامي المليجي)** الاستفادة من التطبيق كمساعد شخصي في المراجعة والتدقيق اللغوي وتعديل الصياغة واقتراح الأفكار والعمل على تطبيق style book معد مسبقًا.

أما **(أيمن عدلي)** فاقترح استخدام التطبيق في تحليل البيانات الضخمة والحصول على قواعد المعلومات، وتتفق معهم نتائج دراسة **(هشام سعد، 2023)** والتي أكدت على قدرة التطبيق في الإجابة على كثير من الأسئلة بسرعة متناهية وبطريقة تفاعلية، وتدقيق الحقائق والمواد الإعلامية والتأكد من صحة الأخبار والمقالات والموضوعات من خلال توفير معلومات دقيقة وتجنب الأخبار المزيفة والمضللة ونشر المعلومات الخاطئة.

فيما اقترح **(عبد الجواد أبو كب)** التحليلات للأرقام والمواد الصعبة، وتحويل المعلومات إلى بيانات بشكل جذاب، التقنيات المتعلقة بالصور والتصميم والجرافيك، المساعدة في جمع المعلومات في حدود، استخدام الأدوات التي تسهل العمل الصحفي دون تدخل مثل الردود على القراء، تحليل توجهاتهم، قياس انتشار المحتوى، وتسويق المحتوى وغيرها من أدوات المساعدة. أما **(أشرف مفيد)** صناعة المحتوى الصحفي الجاذب، التدريب، والمراجعة البشرية بينما **(عصام الجوهري)** اقترح قولبة الموضوعات وكتابة الديبجات وكتابة مقدمات للموضوعات والقضايا المختلفة.

بينما اقترح **(شحاتة السيد(** جمع المعلومات الأولية، إعادة صياغة النصوص البسيطة، الترجمة السريعة العاجلة، صياغة المؤثرات لتصبح بديلة عن الصور الأرشيفية، والتعامل مع البيانات المعقدة وسهولة تحليلها أما **(أحمد طارق)** فقد اقترح صناعة محتوى صحفي متميز، حكم واقتباسات وأمثال بالذكاء الاصطناعي، اختصار المعلومة، إدخال أقسام للذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، وتوضيح أن المحتوى الصحفي المصنوع بواسطة الذكاء الاصطناعي منعا للتزييف أو الاقتباس أو حقوق الملكية الفكرية.

وتوصي الباحثة في هذا الإطار بضرورة اهتمام المؤسسات الصحفية بتدريب الصحفيين على استخدام تطبيق الشات GPT والاستفادة منه في إنجاز المهام التي تتطلب وقتًا وجهدًا والاستعانة به وذلك من خلال خلق صيغة تعاونية مشتركة بين المؤسسات الصحفية وشركات التكنولوجيا المالكة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وضرورة صياغة دليلًا يشمل على عددًا من البنود المتعلقة بالاستخدام المهني الصحيح لتطبيق الشات جي بي تي متضمنًا المعلومات والبيانات المدققة والتي تكون قد خضعت للمراجعة والتحديث والتدقيق.

- بالنسبة للرؤى المستقبلية بشأن تطوير تطبيق شات GPT وتوظيفه في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة، انتهت المقابلات إلى استشراف أكثر من نصف خبراء الدراسة نحو أن التطبيق سيلعب دورًا مكملاً للعنصر البشري في أتمتة المهام الروتينية والتي تتطلب جهدًا ووقتًا طويلاً.

فيما استشرف**(شحاتة السيد)**الرؤى المستقبلية على مستويين الفرد والمجتمع، فالبنسبة لمستوى الفرد: لايمكن الاستبدال خاصة في قطاع الصحافة ولكن سيساهم بشكل مباشر في تحسين قدرات الصحفيين في زيادة الحث الإبداعي والابتكاري لدى الصحفيين في تسهيل عمل مهام العاملين في مجال الصحافة في القطاعات في سرعة جمع المعلومات، سرعة التدقيق النصي، سرعة التعامل مع البيانات الضخمة، تحسين جودة المؤثرات البصرية، وإعادة بناء الثقة بين الصحف والجمهور.

وعلى المستوى المؤسسي: سيساهم الذكاء في صياغة سياسة تحريرية واضحة تتوافق مع متطلبات الجمهور من حيث المحتوى والتوجه والأسلوب ونوعية الوسائط، سيساهم بشكل مباشر في خفض التكاليف التشغيلية للمؤسسة من حيث إصلاح أنظمة النشر الإلكتروني والرقمي وإصلاح المشكلات البرمجية الطارئة، المساهمة في تحسين جودة المنتجات وتحسين التواصل بين المؤسسة والجمهور، قياس توجهات الجمهور وتفاعله مع المحتوى، والاستهداف المباشر للجمهور بالمحتوى المخصص الذي يلبي احتياجاته وطموحاته.

فيما استشرف **(أحمد طارق)** أن يلعب التطبيق دورًا مُكمِّلًا ومساعدًا إلى جانب العنصر البشري لكن في نفس الوقت سيتم اختفاء 140 مليون وظيفة ويحل محلها وظائف أخرى جديدة واختلاف فرص العمل ومن الوارد تقليل العمالة أو الاستغناء عن العنصر البشري لتوفير الموارد المالية. يأتي هذا في سياق يتماشى مع دراسة **(Krügel,2023)** والتي أكدت أن تطبيق ChatGPT ليس مجرد أداة ترفيهية أوللتسلية ولايمكن إهمالها لا في الوقت الحالي أو مستقبلاً.

وعلى النقيض، استشرف كل من **(هيثم الصاوي)** و**(محمد فتحي)** و**(خالد البرماوي)** و**(ياسرعبد العزيز)** سيناريو أخر يتعلق باختفاء بعض الوظائف واحتمالية استبدال التطبيق بالعنصر البشري لتوفير الموارد المالية، ويتفق السيناريو الثاني مع نتائج دراسة(**Biswas,2023**) على حدوث تأثير سلبي على أجور العاملين بوسائل الإعلام مستقبلاً، وكذلك دراسة **(M. Levine,2023)** التي أكدت على أن مخاطر الشات جي بي تي وتتمثل في الاستغناء عن وظائف العنصر البشري.

وتؤيد الباحثة المسار الأول المتعلق بأن يكون التطبيق مكملاً للعنصر البشري وذلك لأنه مهما بلغت التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي من تطورات وتقدم يساعد على إنجاز المهام والسرعة إلا أنه لايمكن الاستغناء عن العنصر البشري ولايمكن أن تحل الآلة محل العنصر البشري خاصة وأنه لايمكن للمحتوى الإبداعي والذي يعتمد على المشاعر والانفعالات أن يتفوق فيه التطبيق على العنصر البشري، فالعمل الصحفي إبداعي في المقام الأول - فعلى سبيل المثال وليس الحصر- لايمكن للذكاء الاصطناعي أو تطبيق Chat Gpt أن يقوم بعمل مغامرة صحفية أو تحقيق استقصائي.

خاتمة الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تقييم خبراء مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي لمصداقية المحتوى الصحفي المُولّد من تطبيق الشات جي بي تي، اعتمدت على المنهجين الوصفي والاستكشافي، واستخدمت دليل المقابلة المتعمقة كأداة لجمع البيانات حيث تم تطبيقها على عينة عمدية تضم 18 خبيرًا في مجال الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، **وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، جاء أهمها كالتالي:**

(1) أكدت أكثر من نصف عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين استخدامهم إلى حد ما لتطبيق ChatGPT، وذلك لأنه يُعد من التطبيقات التكنولوجية الحديثة التي لا تزال قيد الاكتشاف، وتُظل المعلومات غير محدثة، وتُصاحبه عيوب وأخطاء، بالرغم من بعض المزايا والإيجابيات التي يقدمها.

(2) أشارت أكثر من نصف عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين إلى أن المحتوى التكنولوجي هو الأكثر استخدامًا ضمن المحتويات المصنوعة التوليدية الناتجة عن تطبيق CHAT GPT في العمل الصحفي وفقًا للمعطيات المقدمة للتطبيق.

(3) وافقت معظم أفراد عينة الدراسة على استخدام تطبيق CHAT GPT في العمل الصحفي، نظرًا للتسهيلات والاستدامة التي يوفرها التطبيق في إنجاز المهام وتلقين العمليات التقليدية الروتينية، التي غالبًا ما تتطلب جهدًا ووقتًا كبيرين. ومع ذلك، يتطلب الأمر عدم الاعتماد بشكل كامل على التطبيق، مع الحرص على مراجعة وتدقيق وتحديث البيانات والمعلومات المدخلة للتطبيق، لضمان الدقة والموثوقية.

(4) أشارت أكثر من نصف عينة الدراسة إلى الإيجابيات التي تحققت من خلال استخدام تطبيق CHATGPT في الواقع الصحفي، مثل: القدرة على الرد على التساؤلات، إنشاء عناوين جاذبة، تحسين صياغة المحتوى، بالإضافة إلى طرح أفكار جديدة.

(5) جاءت أكثر السلبيات المتحققة من استخدام تطبيق CHATGPT في العمل الصحفي تتمثل في عدم تحقيق المصداقية بالقدر الكافي، عدم امتلاك معلومات محدثة ومدققة، وغياب الإبداع الإنساني في الكتابة والتحرير وتقديم الأفكار وفقًا لإجابات معظم عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين.

(6) أجمعت غالبية عينة الدراسة على أن تحديات استخدام تطبيق CHATGPT في مجال الصحافة تشمل التحقق من المصداقية، ضرورة وجود إطار قانوني وتشريعات تنظم استخدامه، فضلاً عن ضرورة عدم التحيز في المعلومات التي يولدها التطبيق.

(7) جاءت اتجاهات أكثر من نصف العينة من الخبراء المتخصصين محايدة بشأن مصداقية المحتوى المصنوع التوليدي بواسطة تطبيقCHATGPT ويُعد التطبيق أمرًا معقدًا نظرًا لطبيعة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتحديات المتعلقة بتقييم الثقة في المحتوى الذي يتم إنتاجه بشكل آلي، وغياب المعايير أو الإرشادات لتقييم مصداقية المحتوى المصنوع بواسطة التطبيق.

(8) اختلفت مقترحات عينة الدراسة بشأن آليات قياس مصداقية وعدم انحياز المضمون التوليدي الناتج عن تطبيقCHATGPT وجاءت المقترحات تتمثل في التحقق من عدة مصادر والاستعانة بالمصادر الأجنبية، استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي للتأكد من من صحة وعدم انحياز المحتوى، إشراك المتابعين في تقديم التعليقات والتصحيحات في المحتوى المصنوع، تطبيق آليات الحوكمة والتنظيم في المؤسسات الصحفية لضمان الاستخدام المسؤول، مساءلة شركات التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي عن المحتوى الناتج، تدريب الخوارزميات بشكل مستمر لتحسين أداء التطبيقات، **والتنويع في الأسئلة واختبار النتائج.**

(9) خاضت جميع عينة الدراسة تجربة عملية على تطبيق CHATGPT في عملهم اليومي أو لاستخدامهم الشخصي، باعتباره من الظواهر المستحدثة فيما يتعلق بجديد تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبالتالي التجربة جاءت من باب الاستكشاف لطبيعة التطبيق وكيفية استخدامه ومدى الدقة في المعلومات الناتجة عنه بالإضافة إلى المزايا التي يتسم بها السرعة وإنجاز المهام والتلخيص والبحث ولكن اتفقت جميع عينة الدراسة على ضرورة التدقيق في المحتوى التوليدي على أن يتم مراجعته من قواعد البيانات والمصادر سواء العربية أو الأجنبية الموثوق فيها.

(10) أكدت جميع عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين على حدوث خطأ في المحتوى التوليدي الناتج عن تطبيق CHATGPT مما يشير إلى عدم الدقة واحتمالية حدوث خطأ وبالتالي لابد من تحديثه بالمعلومات والمستجدات، تدريب الخوارزميات، المراجعة من جانب المستخدمين بناءً على تراكم خبراتهم الحياتية والمعرفية، وجاءت الأمثلة على الأخطاء في معلومات المحتوى التوليدي مثل: خطأ في المعلومات العامة والتاريخية وحرب أكتوبر وفيروس كورونا وفض الاعتصام والتعريف بالأشخاص والتواريخ والأحداث العامة والانحياز في أحداث الصراع بين روسيا وأوكرانيا.

(11) أوضحت معظم عينة الدراسة أن أكثر مجالات الاستفادة من تطبيقCHATGPT في مجال العمل الصحفي جاءت متمثلة في الاعتماد على التطبيق كمادة أولية في البحث والإعداد والتجهيز لخلفيات القضايا والموضوعات الصحفية بشكل ملخص ومنظم مع ضرورة التحقق من دقتها واقتراح العناصر البصرية لتلك الموضوعات، تدريب الصحفيين على كيفية استخدام التطبيق من خلال الشرح بأمثلة ونماذج وتحسين النتائج بتدريب الخوارزميات، وضرورة التعاون بين المؤسسات الصحفية وشركات التكنولوجيا المالكة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بوضع دليلًا تشريعيًا ويشمل على ضوابط لاستخدام التطبيق وإلزام الشركات التكنولوجية بالشفافية في الكشف عن مصادر قواعد البيانات والمعلومات المخزنة على التطبيق.

(12) استشرفت أكثر من نصف عينة الدراسة من الخبراء المتخصصين أن تطبيق Chat Gpt في المستقبل سيلعب دورًا مكملاً مع العنصر البشري بشأن استخدامه في العمل الصحفي خاصة في إنجاز المهام التي تتطلب جهدًا وتستغرق وقتًا ولكن لن يلغيه أو يحل محل العنصر البشري وذلك لأنه لايمكن للمحتوى الإبداعي والذي يعتمد على المشاعر والانفعالات أن يتفوق فيه التطبيق على العنصر البشري، فالعمل الصحفي إبداعي في المقام الأول - فعلى سبيل المثال وليس الحصر- لايمكن للذكاء الاصطناعي أو تطبيق Chat Gpt أن يقوم بعمل مغامرة صحفية أو تحقيق استقصائي.

توصيات الدراسة:

في هذا السياق، تقترح الباحثة عمل دليلاً إرشاديًا تشريعيًا يضع الضوابط والسياسات والمحددات لاستخدامات تطبيق الشات جي بي تي في العمل الصحفي ويحقق المصداقية وعدم الانحياز في المحتوى المولد عنه على أن يضم عددًا من البنود والأكواد الآتية:

(1) التعاون بين المؤسسات الصحفية ووزارة الاتصالات والشركات التكنولوجية والاستعانة بكبار الخبراء المتخصصين من داخل مصر وخارجها لوضع آليات ومعايير موحدة متطورة لتقييم جودة ومصداقية المحتوى الصحفي المولد بواسطة تطبيق الشات جي بي تي، وتشمل المعايير الموحدة على الآتي:

- معيار المصداقية: تقييم مدى مصداقية المصدر الذي يتم استناده إليه في توليد المحتوى، ويمكن ذلك عبر التحقق من سجل المصدر وسمعته في تقديم معلومات دقيقة وموثوقة.

- معيار الدقة: التحقق من صحة ودقة المعلومات المقدمة في المحتوى، والتأكد من عدم وجود أخطاء أو معلومات غير صحيحة.

- معيار الشفافية: تقييم مدى وضوح المصدر وعملية توليد المحتوى، ومدى إفصاحه عن طرق التجميع والمعالجة والتحليل.

- معيار الحيادية: التحقق من عدم وجود تحيز في المحتوى، وضمان تقديم معلومات متوازنة دون تحيز لأي جهة أو أشخاص أو أطراف.

- معيار التنوع والشمولية: التأكد من تمثيل وتضمين مختلف وجهات النظر والمصادر في المحتوى لضمان الشمولية والتوازن.

- معيار المتابعة: إجراء عمليات التحقق والتدقيق المستمرة للمحتوى لضمان مطابقته للمعايير الصحفية والأخلاقية.

(2) عقد جلسات نقاشية مكثفة بين المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام والهيئة الوطنية للصحافة ونقابة الصحفيين والشركات التكنولوجية وخبراء متخصصين في مجالات الذكاء الاصطناعي وخبراء التشريعات الإعلامية للوصول إلى مسودة أولية تحكم عمل استخدام تطبيقات CHAT GPT وكل التطبيقات التي على غراره دون حدوث ضرر أو تحيز أو أخطاء.

(3) مطالبة شركات التكنولوجيا بتطبيق معايير الشفافية والإفصاح عن أسماء وهوية مصادر وقواعد البيانات والمعلومات المخزنة عليها المعلومات الداخلية وذلك من خلال وضع إطار تنظيمي لضمان الشفافية في عملية تطوير واستخدام تطبيق الشات جي بي تي.

(4) تشكيل وحدة للذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية تشمل على فريق عمل من مختلف التخصصات على أن تضم الوحدة فريق تقني للمراجعة والتحقق من المعلومات الناتجة أو المصنوعة بواسطة تطبيق الشات جي بي تي أو غيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي وفريق يتولى صناعة المحتوى بواسطة التطبيق.

(5) استعانة المؤسسات الصحفية بخبراء متخصصين للعمل على مراجعة وتحديث المعلومات الناتجة من التطبيق لتحليل وتقييم مصداقية المحتوى المولد من تطبيق CHAT GPT وتدريب الخوارزميات وتغذيتها بالمعلومات الجديدة وتخضع للمراجعة والتحديث تجنبًا لحدوث أي أخطاء في المعلومات المصنوعة ولضمان دقتها ومصداقيتها.

(6) تدريب الخوارزميات على المحايدة وعدم الانحياز من خلال إدخال المعلومات الصحيحة والتي تكون قد خضعت للمراجعة والتدقيق والتحديث من كافة الأطراف المعنية، خاصة في الأحداث السياسية المتعلقة بالحروب والصراعات والأزمات سواء على المستويين العربي والدولي.

(7) إنشاء منصات للتفاعل المستمر مع الجمهور للحصول على تعليقاته وتقييمه حول جودة ومصداقية المحتوى الصحفي المصنوع من تطبيق الشات جي بي تي.

(8) تنظيم زيارات بين المؤسسات الصحفية المصرية مع نظيرتها الدولية لتبادل الخبرات والتعرف على مجالات الاستفادة من تطبيق Chat Gpt في العمل الصحفي والاستفادة منه في كشف المحتوى المزيف.

(9) ضرورة تدريب العاملين بكافة المؤسسات الصحفية على كيفية استخدام وتوظيف تطبيقCHAT GPT وكيفية الاستفادة منه في إنجاز وأتمتة المهام التي تستغرق وقتًا وجهدًا، وكذلك الاستفادة منه في التحقق والكشف عن الأخبار الكاذبة والمضللة.

(10) التدريب على مايعرف بـ «فن هندسة الأوامر» حتى تكون المعلومات الناتجة عن التطبيق صحيحة ودقيقة وواضحة بدون أخطاء أو تحيزات.

(11) التأكيد على عدم الاعتماد الكامل على تطبيق CHAT GPT في العمل الصحفي بل الاستعانة به كمادة أولية قابلة للمراجعة والتقييم اعتمادًا على المهارات البشرية واستخدام أدوات وتطبيقات تساعد على التحقق والتقصي.

(12) التأكيد على أن العمل الصحفي عمل إبداعي من صنع الإنسان البشري مهما بلغت تطورات وإيجابيات ومزايا تطبيق CHAT GPT وغيره من التطبيقات.

(13) الاتفاق على عمل أكواد وترميز للأخبار والمعلومات الصحيحة حتى يتم تمييزها عن الأخبار المزيفة أو الخاطئة أو المضللة.

(14) إيمانًا بالربط بين الواقع العملي التطبيقي والأبحاث والدراسات العلمية وعدم انفصالهما عن بعضهما البعض، التأكيد على ضرورة الأخذ بالنتائج والاستفادة من التوصيات التي توصلت لها أحدث الدراسات الإعلامية في التعرف على آليات ووسائل قياس مصداقية المحتوى الصحفي المصنوع بواسطة تطبيق Chat Gpt أو غيره من التطبيقات المنافسة، وضمان نزاهة وشفافية وحيادية ودقة المحتوى التوليدي المصنوع بواسطة تلك التطبيقات.

ما تثيره الدراسة المستقبلية:

(1) إجراء دراسات مقارنة بين تطبيقات الدردشة المنافسة وتقييم المحتوى التوليدي المصنوع الناتج عنهم من حيث معايير الدقة والشفافية وعدم الانحياز والمحتوى الأخلاقي المسئول والتأكد من حقوق النشر والاستناد والاقتباس.

(2) إجراء دراسات للتعرف على أدوار القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية عند استخدام تطبيق ChatGpt داخل غرف الأخبار.

(3) إجراء المزيد من الدراسات المتعلقة بأخلاقيات وتشريعات استخدام تطبيقات الكتابة والروبوت والمحادثة في العمل الصحفي أو الإعلامي.

(4) إجـراء دراسـات للتعـرف علـى مسـتقبل الصحافـة الورقيـة فـي ظـل تزايـد وانتشـار تكنولوجيـا تطبيقـات الدردشـة مثـل: ChatGpt وغيرهـا مـن التطبيقـات التـي أطلقتهـا الشـركات المنافسـة فـي مجـال تكنولوجيـا الـذكاء الاصطنـاعي.

(5) إجـراء دراسـات لقيـاس مـدى جـودة المحتـوى المولـد المصنـوع مـن تطبيـق شـات جـي بـي تـي وتقييـم مـدى تأثيـره علـى فهـم الجمهـور وثقتهـم فـي المعلومـات.

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية

أسـماء قنديل.(2023).خبـراء يقدمـون نصائـح مهمـة لاسـتخدام ChatGpt في العمـل الصحفـي، **شـبكة الصحفيـين الدوليـين**، متـاح علـى الرابـط التالـي: https://2u.pw/BInM0VBy

عبيـر إبراهيـم.(2021). العوامـل المـؤثرة فـي تبنـي اسـتخدام روبـوت المحادثـة Chatbots وأنظمـة الـذكاء الاصطنـاعي، وعلاقتهـا بإدارة العلاقـات مـع العميـل، **المجلـة المصريـة لبحـوث الـرأي العـام**، جامعـة القاهرة، كليـة الإعلام، 20(3)، ص ص 533- 577، متـاح علـى: https://search.mandumah.com/Record/1180949

عبـد الملـك ردمـان، عمـر بـن عمـر، خالـد عبـدالله أحمد.(2023).أوجـه اسـتخدامات تطبيـق شـات جـي بـي تـي فـي المجـال الإعلامي: دراسـة استكشـافية، **مجلـة بحـوث العلاقـات العامـة الشـرق الأوسـط**، الجمعيـة المصريـة للعلاقـات العامـة، (47).

سـيف السـويدي.(2023). ماجـد بـن محمـد الجهنـي، نمـوذج الـذكاء الاصطنـاعي ChatGPT وحـوار افتـراضي حـول «البنـاء الشـخصي وتطويـر الـذات»، **دار الأصالـة للنشـر والتوزيـع وخدمـات الترجمـة والطباعـة**، اسـطنبول، ص25.

شـيرين محمـد. (2023). تقبـل الشـباب المصـري لاسـتخدام تقنيـة كأحـد تطبيقـات الـذكاء الاصطنـاعي- دراسـة ميدانيـة، **مجلـة البحـوث الإعلاميـة**، جامعـة الأزهـر، كليـة الإعـلام، (1)66، 74-9.

محمـد البـادي.(2023). الأخبـار والاتجاهـات الحديثـة، أكبـر محـرك بحـث صيني يسـتعد لطـرح منافـس لبرنامـج الـذكاء الاصطنـاعي الأمريكي»شـات جـي بـي تـي»: **مجلـة الجمعيـة المصريـة لنظـم المعلومـات وتكنولوجيـا الحاسـبات**، الجمعيـة المصريـة لنظـم المعلومـات وتكنولوجيـا الحاسـبات (ESISACT)، ع32، 48.

وفـاء السـيد.(2024). فاعليـة اسـتخدام التقنيـات الحديثـة الـذكاء الاصطنـاعي، الميتافيـرس، الشـات جـي بـي تـي في مجالي التعليـم وصناعـة الصحافـة فـي مصـر: دراسـة تطبيقيـة فـي ضـوء النظريـة الموحـدة لقبـول واسـتخدام التكنولوجيـا ومدخـل انتشـار الأفـكار المسـتحدثة، **المجلـة المصريـة لبحـوث الـرأي العـام**، جامعـة القاهـرة، كليـة الإعـلام، 23(1).

هنـد يحيي.(2024).أخلاقيـات اسـتخدام تطبيقـات ومنصـات ChatGPT فـى صناعـة المحتـوى الصحفـي، مجلـة البحـوث والدراسـات الإعلاميـة، أكاديميـة الشـروق، **المعهـد الدولـي العالـي للإعـلام بالشـروق**،(27)، 109-9.

هشـام سـعد.(2023). صياغـة المحتـوى الإبـداعي بالإعـلام التربـوي باسـتخدام تقنيـة الـذكاء الاصطنـاعي ChatGPT: استكشـاف الفـرص والتحديـات، **مجلـة بحـوث التربيـة النوعيـة**، جامعـة المنصـورة، كليـة التربيـة النوعيـة، (75)، 140-55.

ثانيًا: الأجنبية

Almarzouqi, A., Aburayya, A., & Salloum, S. A. (2022). Determinants of intention to use medical smartwatch-based dual-stage SEM-ANN analysis. **Informatics in Medicine Unlocked**, 28, 100859.

Ali Hussein Al Naffakh, H., Dheyaa Radhi, A., A Hakim, B., Fuqdan, A. I., & Al-Attar, B.(2024). Exploring chatgpt's performance in news recommendation: A multi-faceted analysis. **In BIO Web of Conferences** (Vol. 97, p. 00121). EDP Sciences.

Alserhan, S., Alqahtani, T. M., Yahaya, N., Al-Rahmi, W. M., & Abuhassna, H. (2023). Personal learning environments: Modeling students' self-regulation enhancement through a learning management system platform. **IEEE** Access, 11, 5464-5482.

Bdoor, S. Y., & Habes, M. (2024). Use Chat GPT in Media Content Production Digital Newsrooms Perspective. In Artificial Intelligence in Education: The Power and Dangers of ChatGPT in the Classroom. Cham: **Springer** Nature Switzerland.

Biswas, S., Dobaria, D., & Cohen, H. L. (2023). Focus: Big Data: ChatGPT and the Future of Journal Reviews: A Feasibility Study. **The Yale Journal of Biology and Medicine**, 96(3), 415.

Bogost, Ian. (2022). ChatGPT is dumber than you think. **The Atlantic**, 7.

Chan, A. (2023). GPT-3 and InstructGPT: technological dystopianism, utopianism, and "Contextual" perspectives in AI ethics and industry. **AI and Ethics**, 3(1), 53-64.

Chien, S. Y., & Hwang, G. J. (2023). A research proposal for an AI chatbot as virtual patient agent to improve nursing students' clinical inquiry skills. **ICAIE**, 2023(2023), 13.

Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. **Profesional de la información/ Information Professional**, 32(5).

Guo, B., Zhang, X., Wang, Z., Jiang, M., Nie, J., Ding, Y., ... & Wu, Y. (2023). How close is chatgpt to human experts? comparison corpus, evaluation, and detection. **arXiv preprint arXiv**: 2301.07597.

Huang, Y., Shu, K., Yu, P. S., & Sun, L. (2024, May). From Creation to Clarification: ChatGPT's Journey Through the Fake News Quagmire. **In Companion Proceedings of the ACM on Web Conference.** 2024 (pp. 513-516).

Hussain, K., Khan, M. L., & Malik, A. (2024). Exploring audience engagement with ChatGPT-related content on YouTube: Implications for content creators and AI tool developers. **Digital Business**, 4(1), 100071.

Kohli, S. S. (2023). Using CHAT GPT to write scientific manuscripts: Frame of reference. **Journal of Contemporary Orthodontics**, 7(1), 1-2.

Krügel, S., Ostermaier, A., & Uhl, M. (2023). The moral authority of ChatGPT. **arXiv preprint arXiv**: 2301.07098.

Lee, Y. K., Lee, Y. K., Zhang, A., Choi, E., & Glass, L. (2024). Large language models produce responses perceived to be empathic. **arXiv preprint arXiv**: 2403.18148.

Levine, D. M., Tuwani, R., Kompa, B., Varma, A., Finlayson, S. G., Mehrotra, A., & Beam, A. (2023). The diagnostic and triage accuracy of the GPT-3 artificial intelligence model. **MedRxiv**.

Mhlanga, D. (2023). The value of open AI and chat GPT for the current learning environments and the potential future uses. Available at **SSRN** 4439267.

Mollman, Steve. (2022). ChatGPT gained 1 million users in under a week. Here's why the AI chatbot is primed to disrupt search as we know it. Yahoo! **Finance**, 9.

Mondal, S., Das, S., & Vrana, V. G. (2023). How to bell the cat? A theoretical review of generative artificial intelligence towards digital disruption in all walks of life. **Technologies**, 11(2), 44.

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.

Rice, S., Crouse, S. R., Winter, S. R., & Rice, C. (2024). The advantages and limitations of using ChatGPT to enhance technological research. **Technology in Society**, 76, 102426.

Robb, D. (2023). Chat GPT vs Google Bard: Generative AI comparison. **EWeek.**

Shidiq, M. (2023, May). The use of artificial intelligence-based chat-gpt and its challenges for the world of education; from the viewpoint of the development of creative writing skills. **In Proceeding of international conference on education, society and humanity** (Vol. 1, No. 1, pp. 353-357).

Zagorulko, D. I. (2023). ChatGPT in newsrooms: Adherence of AI-generated content to journalism standards and prospects for its implementation in digital media. **Vcheni zapysky TNU imeni VI Vernadskoho.**

(*) أسماء السادة المحكمين لدليل المقابلات المتعمقة:

- أ.د آمال كمال/ عميد كلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر.
- أ.د عادل عبد الغفار/ عميد الأكاديمية الدولية لعلوم الهندسة وعلوم الإعلام.
- أ.د دينا فاروق أبو زيد/ رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس.
- أ.د رباب هاشم/ أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الآداب قسم الإعلام جامعة حلوان.
- أ.د نائلة عمارة/ عميد كلية الإعلام والاتصال جامعة فاروس.
- أ.د نشوى عقل/ أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.م.د وليد الهادي/ أستاذ مساعد بكلية الآداب جامعة حلوان ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة 6 أكتوبر سابقًا.