Journal of Scientific Research in Arts
ISSN 2356-8321 (Print)
ISSN 2356-833X (Online)
https://jssa.journals.ekb.eg/?lang=en

Artificial intelligence technology on the Arab Women's Organization website, "A study on the communicator".

Esraa Ali EL-Sayed El-Bahnaswy

media - Arts-zagaig

es22al@gmail.com

https://jssa.journals.ekb.eg/article246920.html

Abstract:

Introduction to the Study:

Artificial intelligence is the language of the modern digital age, and in some fields it is its most advanced and widely used tool. Institutions with a mass nature in general, and media outlets in particular, resort to using these technologies to facilitate the communication process between them and their audiences

Methodological Framework:

which is what this research paper sought to achieve, which explains how to employ The Arab Women Organization for Artificial Intelligence Technology website...The research paper targeted a case study of the Arab Women Organization's website by conducting an interview with (4 respondents who are the website's communicators, responsible for managing the content and publishing it on the organization's website) and evaluating it in terms of its use of artificial intelligence technology and how it contributes to the communicator's performance of the task

Main Results of the Study:

The research paper concluded the following:

1- The Arab Women Organization website uses digital technology applications to a large extent (more than 80%), with 100% excellent implementation, from the point of view of those communicating with the website.

2- Modern digital technology techniques facilitate the work of the person contacting them by 100%, and in an excellent manner of implementation, from the point of view of those contacting the site.

***Keywords**: Arab Women Organization, artificial intelligence ,communicator, digital technology, the spread of innovations.*

"تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية"

" دراســة على القائم بالاتصال "

د/ إسراء علي السيد
ماجستير آداب تخصص إعلام كلية آداب- جامعة الزقازيق
es22al@gmail.com

ملخص البحث:

مدخل:

الذكاء الاصطناعي هو لغة العصر الرقمي الحديث، وفي بعض المجالات هو أداتها الأكثر تطورا واستخداما، وتلجئ المؤسسات ذات الطبيعة الجماهيرية بوجه عام، والإعلامية بوجه خاص استخدام تلك التقنيات لتسهيل العملية التواصلية بينها وبين جمهورها... وهو ما سعت التوصل إليه هذه الورقة البحثية التي توضح كيفية توظيف موقع منظمة المرأة العربية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي...

الإطار المنهجي:

فاستهدفت الورقة البحثية دراسة حالة لموقع منظمة المرأة العربية بإجراء مقابلة متعمقة على (٤ مبعوثين هم القائمون بالاتصال بالموقع، المسؤولين عن إدارة المحتوى ونشره على موقع المنظمة) وتقيمها من حيث توظيفها لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وكيفية مساهمته في أداء القائم بالاتصال لمهامه، مستندة إلى مدخل انتشار المستحدثات لرودجرز.

أهم ما توصلت إليه الورقة البحثية:

١- يستخدم موقع منظمة المرأة العربية تطبيقات التكنولوجيا الرقمية بدرجة كبيرة أكثر من (٨٠ %)، بنسبة ١٠٠ % بصورة تنفيذ ممتازة، من وجهة نظر القائمين بالاتصال بالموقع.

٢- تقنيات التكنولوجيا الرقمية الحديثة تعمل على تسهيل عمل القائم بالاتصال بها بنسبة (١٠٠ %، وبصورة تنفيذ ممتازة)، من وجهة نظر القائمين بالاتصال بالموقع.

٣- يستخدم موقع منظمة المرأة العربية تقنيات البث المباشر على الموقع أو صفحة الفيسبوك أوالإنستجرام، عند استخدامها تقوم بنشر المحتوى المقدم بصورة أكبر وقدر أعلى من التفاعلية والمشاركة مما يؤدي إلى معرفة القائم بالاتصال المسؤول من تحديد رجع الصدى لذلك بشكل فوري من التعليقات أو عدد المشاهدات ومشاركاتها، ويكون لديه بذلك معلومات أدق عن طبيعة جمهوره المتخصص وما يهتم به فيقدمه بصور مختلفة على الموقع، وتعد تقنية البث المباشر إحدى التقنيات الدالة على الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية.

٤- حقق موقع منظمة المرأة العربية نسبة توظيف لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بنسبة إجمالية (٦٣ %)، وبصورة تنفيذ جيدة جدا.

٥- توظيف تقنية البث الرقمي والمتمثلة في استخدام تطبيق الزووم كمثالا عليها في المشاركة بين جمهورها في نقل حي للمؤتمرات عن طريق إتاحة الرابط على مواقع التواصل الاجتماعي لكافة المشتركين، وهذا يعد تفاعلا كبيرا حيث التعليقات المباشرة، أو معالجة مشاكل صوتية أو الإجابة على التساؤلات المتكررة في نهاية المؤتمر، بالإضافة إلى دوراته وفاعليته وورش العمل التي تستخدم نفس التقنية.

الكلمات الدالة: (منظمة المرأة العربية، الذكاء الاصطناعي، القائم بالاتصال، التكنولوجيا الرقمية، انتشار المستحدثات، دراسة حالة).

مقدمة:

يشهد العالم ثورة تكنولوجية هائلة تتطور يوما بعد يوم بل لحظة تلو الأخرى، حيث أصبح تأثير تكنولوجيا المعلومات والمعتمدة على شتى تقنيات الذكاء الاصطناعي تسيطر وبشكل ملحوظ على كافة الوسائل الإعلامية المختلفة، ومن المتعارف عليه أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات والحكومات هي جهة إعلامية رقمية متطورة دائما وتتمتع بالآنية والسبق وبسعة الانتشار، وهو ما دعا كافة المواقع الإلكترونية المتعلقة بالمرأة على وجه الخصوص العمل على توظيف بعض من هذه التقنيات التي تتناسب مع طبيعة محتواها، ونحن هنا بصدد استكشاف كيفية التوظيف لهذه التقنيات ونوعية موضوعاتها وماهية هذه التطبيقات، وكيف تسهل وتيسر من أعمال القائم بالاتصال بها.

أولا: مشكلة الدراسة وأهدافها:

تستعرض توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية، ودور القائم بالاتصال في كيفية المساهمة لإنتاج المحتوى المقدم بها، وكيفية التعامل معها، فتتلخص المشكلة البحثية في كيفية توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية من وجهة نظر القائم بالاتصال.

وتهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى معرفة ما يلي:

١- استكشاف توظيف تطبيقات وتقنيا تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية.
٢- رصد مساهمة تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تسهيل عمل القائم بالاتصال بالموقع.
٣- التعرف على ما تدعم به المواقع من تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لتسهيل أعمال القائم بالاتصال.
٤- معرفة القائم بالاتصال بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بموقع منظمة المرأة العربية.
٥- الإيجابيات والسلبيات لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائم بالاتصال.

ثانيا: أهمية الدراسة:

وتستند الورقة في أهميتها إلى أن المواقع الإلكترونية المتخصصة بالمرأة أصبحت ذات دور كبير في نشر الوعي والتوعية بالمرأة وقضاياها المختلفة، ومواكبة هذه المواقع للتطور الهائل في التكنولوجيا الرقمية الحديثة وإدخال بعض التقنيات الحديثة عليها **كتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي فتلقي الضوء على:**

١- إبراز الاستراتيجيات التي يستخدمها موقع منظمة المرأة العربية في توفير تلك التقنيات ومواكبته لتكنولوجيا الرقمية الحديثة.
٢- أبعاد استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في جودة المحتوى وإنتاجه النهائي، للمعالجة الإعلامية لما يقدمه.
٣- قدرة القائم بالاتصال في التعامل مع تلك التقنيات وما يتم توفيره له في خدمة مهامه الاتصالية بالموقع.

ثالثا: تساؤلات الدراسة:

تجيب الدراسة عن التساؤل الرئيسي التالي: كيفية توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

وكان أهم تساؤلات الدراسة الميدانية للقائم بالاتصال وهي:

١- ما تطبيقات وتقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها القائم بالاتصال بموقع منظمة المرأة العربية؟
٢- ما الموضوعات التي يرى القائم بالاتصال بالموقع التي يتم استخدام تطبيقات وتقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بها؟
٣- ما مدى تسهيلها لأعمال القائم بالاتصال؟

رابعا: منهجية الدراسة وأدواتها:

١- **نوعية الدراسة ومنهجها:** وهي من الدراسات الوصفية للتعرف على كيفية توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية من وجه نظر القائم بالاتصال، واتبعت منهج دراسة الحالة حيث تقدم بحث متعمق لحالة فردية معينة في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه، كما أن نتائجها لا تطبق على نظائرها، بل هي حالة منفردة بذاتها، مستعينة بنظرية انتشار المستحدثات لرودجرز.
٢- **حدود الدراسة وأدوات جمع بياناتها:** وتم جمع بيانات الدراسة من خلال الاستعانة باستمارة مقابلة متعمقة على القائم بالاتصال محكمة، كأداة لجمع البيانات من عينة قوامها (٤ مبحوثا) وهم مسؤولي المحتوى بالموقع، وذلك في الفترة الزمنية من (٢٠٢٣/١/١) إلى (٢٠٢٣/١/٣١).

نموذج روجرز وشوميكر لانتشار المبتكرات: وصف روجرز وزميله عناصر التدفق للمعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات بالاقتباس من نموذج "ديفيد بيرلو" كما يلي [١]:

- المصدر: المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي.
- الرسالة: الابتكار الجديد.
- الوسيلة: قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي.
- المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي
- الأثر: تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

ورى كل من روجرز وشوما كر(١٩٧٣) أن من بين الطرق التي تلجأ إليها وسائل الإعلام الجماهيري لإقناع الجمهور بأفكار معينة هي نشر الابتكارات والتعرف على الجديد، وسهولة الإقناع بالأفكار الجديدة خاصة إذا كانت هذه الابتكارات الجديدة تستند على أسس علمية دقيقة، وتزيد مصداقية هذا النموذج أكثر لدى الطبقة المثقفة والمتعلمة، وذلك لميل هذه الفئة من الناس إلى كل ما هو علمي أو منطقي.

وبنى هذا النموذج على أن هناك أربع خطوات واضحة في عملية نشر الابتكار [٢]:

١- **المعرفة:** يتعرض الفرد لإدراك بوجود الابتكار، وتعرف على طريقة تبني هذا الابتكار، بمعنى أن البنية الإد اركية للفرد تتحصل على معلومة واضحة حول طبيعة الابتكار وكيفية التعامل معه.

٢- **الإقناع:** وهي مرحلة متقدمة ناتجة عن تشبع الفرد بالمعلومات، بحيث يصل به الأمر إلى تكوين اتجاه معين إزاء هذا الابتكار.
٣- **القرار:** يقوم الفرد نتيجة تلقيه لتلك المعلومات حول الابتكار الجديد لاتخاذ موقف معين إما تبني الابتكار أو رفضه.
٤- **التصديق:** يلجأ إليها الفرد في البحث عن المؤيدات التي تعزز موقفه وتقوي قراره نحو تبني الابتكار وزود بنيته بمجموعة من الأدلة المنطقية المؤيدة لقراره.

علاقة الدراسة الحالية بنظرية انتشار المستحدثات لروجرز: وفي ضوء ما وصفة روجرز وشوميكر عن تدفق المعلومات مرورا بالمراحل الخمس لتبني الأفكار والمستحدثات فنجده يتواكب مع الغرض الرئيسي للدراسة وتوضيحا:

١- **المصدر:** المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي (ومصدرنا هنا القائمون على منظمة المرأة العربية).
٢- **الرسالة:** الابتكار الجديد (وهو ما يقدمه موقع المنظمة مستخدما لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي).
٣- **الوسيلة:** قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي (ويكمن في موقع المنظمة ووسائله الاجتماعية التواصلية).
٤- **المستقبل:** أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي (جمهورها من فئات المرأة العربية)
٥- **الأثر:** تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك وفي الدراسة (عن طريق التأثير في ضوء التكنولوجيا لاستخدامه مرات عديدة في المستقبل).

مصطلحات الدراسة: (المفاهيم الإجرائية):

أ- **موقع منظمة المرأة العربية:** ويشار به في الورقة البحثية على أنه الموقع المختص المنبعث من منظمة المرأة العربية، ويعد الجهة الإعلامية المسؤولة عن نشر كل ما تقدمه المنظمة من أنشطة مختلفة.

ب- **القائم بالاتصال:** ويقصد بهم العاملين على إتاحة المحتوي على موقع المنظمة من مسؤول التحرير بالموقع، ومصممه التقني، ومشرف الموقع.

ج- تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي: ويقصد به هنا التقنيات والتطبيقات المتطورة التي يستعين بها الموقع في تطوير محتواه لإيصال رسالته الإعلامية إلى مستخدميه، والمدعمة بتقنيات التعلم الآلي في سرعة انتشارها واتساعها وإتاحة التعليقات والدردشة الآلية، والبث الرقمي المتقدم من التواصل المرئي كتقنيات الزووم وغيرها.

د- المواقع الإلكترونية المتخصصة بالمرأة: وهي تلك المواقع الإلكترونية ذات المحتوى المختص بشؤون المرأة سواء أكانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، وتقدم تفاعلا بين جمهور مستخدميها والقائمين بشؤون الاتصال في الموقع، بالإضافة إلى تقديمها كافة مميزات المواقع الإلكترونية بصفة عامة وتهتم بالمرأة بصفة خاصة.

خامسا: الإطار النظري للدراسة:

أولا: مفهوم المواقع الالكترونية:

باتت التقنيات الرقمية الرئة التي يتنفس من خلالها المجتمع ولذلك أصبحت موجودة في كل مكان، كما أن الجميع أصبح في حاجة لخدمات تكنولوجيا المعلومات وبالتالي أضحى لها تأثير عميق في البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وتعددت التعريفات التي تناولت مفهوم المواقع الإلكترونية، إلا أن تلك التعريفات تشترك في سمات أساسية محددة تتمثل باستثمار التقنيات الحديثة وما تمتلكه من إمكانية التخزين والاسترجاع والعرض لشرائح واسعة من المستخدمين وفي هذا الصدد عرف **(Waugh, 2002)**[3] المواقع الالكترونية بأنها مجموعة من الأدوات الإلكترونية والتي لها القدرة على جمع وتخزين و استرجاع وتحويل وعرض البيانات المكانية لجزء من سطح الأرض".

أنواع المواقع الإلكترونية:

وتقسم المواقع الإلكترونية بشكل عام إلى نوعين رئيسيين وهما (المواقع المعلوماتية والمواقع المجتمعية) كما يمكن الجمع بينهما في مواقع الجامعات والمدارس ومواقع التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية والمؤسسات بكافة أنواعها، حيث توفر هذه المواقع المحتوى والمعلومات للزائر لكنها تعتمد في نجاحها وعملها واستمرارها على الزوار وتفاعلهم بوصفهم عنصرا أساسيا [٤].

الموقع الإلكتروني المتخصص: يمكننا القول أن الموقع الإلكتروني المتخصص هو تلك المساحة المخصصة على شبكة الإنترنت، وتتضمن محتوى معرفيا متعدد الوسائط (نصوص، صور، رسومات، مواد سمعية أو بصرية، متحركة أو ثابتة) مستخدم كافة البرمجيات التكنولوجية المستحدثة باستمرار، والذي يتخصص في مضمون معين كالرياضة والسياحة والسياسة والطفل والقضايا الاجتماعية... وغيرها، كما يتمتع بكافة الميزات التي تتميز وتنفرد بها المواقع الإلكترونية من سهولة الوصول وجودة المحتوى، ووضوح عنوانه، وجودة التنظيم والتصميم، ويتمتع بسهولة التعامل من قبل زائريه.

منظمة المرأة العربية: هي منظمة حكومية تعمل في إطار جامعة الدول العربية، وقد تم إنشاؤها في نوفمبر تشرين الثاني عام ٢٠٠٠م استجابة لدعوة من السيدة سوزان مبارك وبتنظيم مشترك مع المجلس القومي المصري، ومؤسسة الحريري بلبنان وجامعة الدول العربية و١٩ دولة عربية، قد وقعا اتفاقية الإنشاء وذلك إدراك للمكانة التي تتمتع بها المرأة العربية صانعة الأجيال ومربيتها، ورغبة في تعزيز التعاون بين تلك الدول في مجال تطوير وضع المرأة العربية والارتقاء به، ويكون مقرها هو مقر الجامعة العربية وله الحق في إنشاء مكتبها في كافة الدول الأعضاء، ويعد هدفها الرئيسي هو تنمية الوعي بقضايا المرأة العربية في جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية والإعلامية دعم التعاون المشترك وتبادل الخبرات في مجال نهوض المرأة، بالإضافة إلى إدماج قضاياها ضمن أولويات خطط وسياسات التنمية الشاملة [٥]

ثانيا: الذكاء الاصطناعى:

يعد الذكاء الاصطناعي من الموضوعات المهمة التي جذبت اهتمام العديد من العلماء والباحثين، حيث شهد هذا الميدان تطورات مستمرة حققت أثارا مهمة في مستقبل البشرية على جميع الأصعدة العملية والاجتماعية والصحية.

ويعرف الذكاء الاصطناعي بأنه تطوير أجهزة ونظم حاسوبية وتقنيات البرمجة المطورة، والتي تتسم بثلاث سمات رئيسية وهي: التعرف الذكي intelligent recognihion، والتواصل الذكي intelligent communication، والمحاكاة الذكية intelligent simulation، كما أنها قادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان؛ مثل: التعلم والمعرفة واستخدام المعلومات أو الإدراك للتواصل لاستنتاجات [٦]، كما ترى منظمة الأمم المتحدة أن مصطلح الذكاء الاصطناعي مفهوم شامل لمجموعة تطبيقات تؤدي مهام كثيرة ومعقدة كانت تتطلب في السابق تدخلات بشرية وزمنا أطول لإنجازها، فيما تعرفة منظمة اليونسكو على أنه جعل الآلات تعمل أشياء تفوق قدرات البشر، وتحاكي العقل البشري في القدرات والمهارات المختلفة [٧].

الذكاء الاصطناعي في الاصطلاح: من الصعب الوصول إلى تعريف جامع مانع محدد ومقبول على نطاق واسع للذكاء الاصطناعي (AI) حيث تم استخدام المصطلح مع العديد من المعاني المختلفة، لأنه يشمل مجموعة واسعة ومتباينة من التقنيات بداية من تقنيات التعلم الآلي مثل الشبكات العصبية للاستنتاج القائم على النموذج وصولا إلى البيانات الضخمة[٨]، كما تميت صياغة المصطلح لأول مرة عن طريق مكارثي وزملائه عام ١٩٥٥ باعتباره علم هندسة إنشاء الآلات الذكية، وقد شكلت أفكاره إلى حد كبير مسار الذكاء الاصطناعي السائد لعقود حول القدرة على حل المشاكل الصعبة وأداء الآلة للأعمال التي يؤديها الإنسان.

أنواع الذكاء الاصطناعي ومراحل تطوره:

كان يهدف في الى تقليد الذكاء البشري وفهم قدرته على الإدراك ومعالجة المعلومات واتخاذ القرارات، من خلال أنظمة الحاسوب وبرامجه، لكن الأمر تطور بعد ذلك وتجاوز طموح العلماء فكرة المحاكاة، إلى إنتاج وبرمجة ذكاء اصطناعي يضاهي ذكاء البشر في كل المجالات ويتفوق عليه، فطمحوا إلى تصميم آلات وبرمجيات تستقل ذاتيا في جمع المعلومات عن طريق التفاعل مع العالم المادي المحيط بها، والإدراك الكامل لما فيه من نصوص مكتوبة؛ سواء كانت في المجلات أو الكتب أو في شبكة الإنترنت، والقدرة على فهم وتوصيف المرئيات المعروضة في وسائل الإعلام بجميع أشكالها، مما يتيح لهذه الآلات القدرة على التعلم الذاتي، وتطوير ذاتها بعيدا عن تحكم الإنسان، ومن ثم الاستقلالية الكاملة في التصرفات واتخاذ القرارات [٩]، فبات الأمر يتعلق بالتفكير في تصميم آلات وروبوتات كأنها كائنات جديدة ستشاركنا العيش على هذا الكوكب، الأمر الذي لا يمكن معه أن نعتبر الذكاء الاصطناعي كله على درجة واحدة من حيث قوة مشاريعه وتفوق أبحاثه وتطبيقاته، **ومن أجل ذلك قسم العلماء الذكاء الاصطناعي بحسب قوته وخطورته إلى ثلاثة أنواع:**

- **النوع الأول الذكاء الاصطناعي المحدود أو الضعيف Weak AI:** ويعرف أيضا باسم ذكاء الاصطناعي الضيق أو الذكاء الاصطناعي الضعيف، وهو نوع من الذكاء الاصطناعي الذي يركز على مهمة ضيقة واحدة، وهو يمتلك مجموعة محددة من القدرات المنتشرة بصورة يومية بالاعتماد على استخدام معالجة اللغة الطبيعية Processing Natural Language (NLP)ومنها على سبيل المثال ، تأمل في المساعد الافتراضي Google Assistant ، أو المترجم Google Translate، أو تطبيق سيري Siri لشركة أبل ، وتقنياتChatbots لتصميم برنامج لمحاكاة المحادثة مع البشر، عبر فهم الكلام والنص في اللغة الطبيعية، يتم برمجتها للتفاعل مع البشر بطريقة شخصية وطبيعية(١٠).
- **النوع الثاني: الذكاء الاصطناعي العام أو القوي Strong AI:** الذكاء الاصطناعي العام أو القوي مصطلح يستخدم لوصف عملية تطوير الذكاء الاصطناعي إلى الدرجة التي تكون فيها الآلة مساوية ووظيفيا للانسان(١١)، فهو ذكاء اصطناعي يهدف إلى تصميم آلات وبرمجيات لا تحتاج إلى مثل هذه الغرشادات الواضحة والقواعد المفروضة في أدوات الذكاء الاصطناعي المحدود، بل يمكنها العمل بالاستناد إلى رؤى تكتسبها بذاتها من البيانات والخبرات والتجارب، بحيث تكون قادرة على الاستقلال في جميع المعلومات وتحليلها، وتحقيق تراكم خبرات من المواقف التي تكتسبها، يؤهلها لاتخاذ قرارات ذاتية ومستقلة عن الإنسان(١٢) .
- **النوع الثالث: الذكاء الاصطناعي الفائق (Super AI):** وهو أخطرها على الإطلاق، وقد تزايدت بحوث العلماء في هذا الاتجاه بعد التقدم العلمي الهائل في مجال الهندسة الوراثية والثورة التكنولوجية التي حدثت في مجالي التكنولوجيا الحيوية والتكنولوجيا النانوية، (النانوتكنولوجي) حيث يعمل العلماء منذ سنوات على إجراء هندسة عكسية ومسح شامل للمخ البشري باستخدام بلايين الماساحات أو النانويات متناهية الصغر التي تستطيع أن تتجول داخل الشعيرات الدموية لتمسح المخ البشري من الداخل من أجل فك شفرة المخ وفهم الدماغ البشري وطريقة عمله بما يحويه من خلايا عصبية، مثلما فعلوا في مشروع الجينوم البشري، ويتوقع بعض علماء الذكاء الاصطناعي أن باستطاعتهم في السنوات القادمه تحديد مئات المناطق داخل المخ البشري التي من الممكن أن يزرع بها شرائح نانوية متناهية الصغر، ووسائط غير بيولوجية تعمل بصورة خارقة تفوق عمل الخلايا العصبية الطبيعية البيولوجية الموجوده داخل المخ البشري(١٣) .

أهداف الذكاء الاصطناعي وتتلخص فيما يلي:

- الوصول إلى أنماط معالجة العمليات العقلية العليا التي تتم داخل العقل الإنساني.
- تسهيل استخدام وتعظيم فوائد الحاسوب من خلال قدرته على حل المشكلات.
- تطوير البرامج بحيث تستطيع أن تتعلم من التجارب حتى تتمكن من حل المشكلات.
- فهم طبيعة الذكاء الإنساني لعمل برامج حاسوب قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء.

خصائص الذكاء الاصطناعي الخمسة وهي(١٤):

١- **التمثيل الرمزي للمعلومة:** حيث تتعامل هذه البرامج مع رموز تعبر عن المعلومات المتوفرة، وهو تمثيل يقرئ من شكل تمثل الإنسان لمعلوماته في حياته اليومية.

٢- **البحث التجريبي:** إن الذكاء الاصطناعي هدفه إيجاد حلول لمشاكل من خلال أسلوب البحث التجريبي، وهذا الأسلوب يحتاج إلى توافر سعة تخزين كبيرة في الحاسب كما تعتبر سرعة الحاسب من العوامل المهمة لغرض الاحتمالات الكثيرة ودراستها.

٣- **احتضان المعرفة**: أي أن برامج الذكاء الاصطناعي يجب أن تمتلك في بنائها قاعدة كبيرة من المعرفة تحتوي على الربط بين الحالات والنتائج.
٤- **البيانات غير المؤكدة أو غير المكتملة:** يجب على البرامج التي تصمم في مجال الذكاء الاصطناعي أن تتمكن من إعطاء حلول إذا كانت البيانات غير مؤكدة أو غير مكتملة، كما يجب أن تكون قادرة على إعطاء الحلول المقبولة وألا تصبح قاصرة.
٥- **القدرة على التعلم:** وتعتبرإحدى مميزات السلوك الذكي سواء أكان التعلم في البشر يتم عن طريق الملاحظة أو الاستفادة من أخطاء الماضي فبرامج الذكاء الاصطناعي يجب أن تعتمد على استراتيجيات لتعلم الآلة.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

ويقصد بها التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية، وأنماط عملها في تحرير المحتوى عبر صياغته آلياً عن طريق خوارزميات تعمل دون تدخل بشري، عبر مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية سواء في مجال الصحافة أو البث التليفزيوني والرقمي، وسيقتصر الاختبار في هذه الدراسة على اعتماد المواقع الإلكترونية على برمجيات تنتج محتوى إخباريا يستند على المعلومات التي يتم تجميعها آلياً، ثم يتم تحويل البيانات إلى نصوص إخبارية سردية بعد البرمجة الأولية ونشرها مباشرة، **وأبرز تلك التطبيقات:**

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** مع توسع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وازدهارها بمعدل متزايد على مر السنين، أصبح الذكاء الاصطناعي عبر الخوارزميات المستخدمة للتوصية بمحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي موضع اهتمام تدقيق متزايد، حيث تستخدم المنصات مثل Facebookو Twitterو YouTube التعلم الآلي لاقتراح محتوى وسائط معينة والتوصية بإعلانات تعمل على تحسين تفاعل المستخدم، وأعربت منظمات المجتمع المدني الأمريكية والباحثين عن مخاوفهم من أن تساعد هذه الخوارزميات في نشر المعلومات المضللة، ونشر الدعاية الرقمية.(١٥)
- **برامج الدردشة الآلية Chat bot**: تعد خيارا شائعا بشكٍل متزايد للتفاعل مع مستخدمي فيسبوك ماسنجر، كما يتزايد الاعتماد عليها بفضل استخدام الردود الفورية، حيث تتيح chat bot أداة برمجية تتفاعل مع المستخدمين حول موضوع معين أو في مجال معين بطريقة طبيعية للمحادثة باستخدام النص والصوت، ويتم استخدام روبوتات المحادثة في عدة مجالات منها التسويق وخدمة العملاء والدعم الفني بالإضافة إلى التعليم والتدريب(١٦).
- **المنصات الرقمية وتقنية تخصيص المحتوى للأفراد**: تستخدم منصات البث الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي تقنيات متقدمة في بناء المنصات الرقمية بحيث يتم تغيير المحتوى بتغير سلوك المستهلك وطريقة بحثه وعرضه وتاريخ بياناته واهتماماته أيضا ، وعلى سبيل المثال تركز شركة نتفليكس Netflixعلى عرض محتوى مناسب لمشاهديها بناءا لتوصيات على السلوك البحثي على منصتها الرقمية، وتشير Netflix أنها توفر ما يقارب من مليار دولار أمريكي سنويا بفضلً قدرة تقنية الذكاء الاصطناعي على آلية تدفقات المحتوى وتفاعل مع العملاء، يمكن تحويل بيانات الجمهور إلى حملات فعالة للاحتفاظ بالعملاء وتخصيص المحتوى لإنشاء علاقة شخصية أكثر مع المشاهدين.(١٧)

آليات توظيف الذكاء الاصطناعى فى إنتاج المحتوى الإعلامى :

يحمل الذكاء الاصطناعي الكثير من التطوير في صناعة الإعلام من حيث إنتاج المحتوى وثراء المعلومات، حيث يمكن استخدامه لإنتاج كم كبير من التقارير والقصص الإخبارية، مقارنة بما تنتجه المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء، وذلك من خلال تحويل البيانات والأرقام إلى نصوص وأخبار وموضوعات، وكذلك تحويل النصوص إلى فيديوهات ورسوم وصور وشرائح تلخص المعلومات المعقدة، وإنتاج قوالب متعددة الأشكال تعالج الخبر الواحد من زوايا مختلفة مثل مختصر القصة الخبرية، بالإضافة إلى ترجمة الفيديوهات والنصوص والمقابلات المباشرة إلى أكثر من لغة، وإنتاجها بوسائط متعددة تناسب المنصات الرقمية وطبيعة جمهورها، والمساعدة في التعرف على المصادر من خلال تقنيات التعرف على الصور ومصدر إنتاجها، ودعم غرف الأخبار بعشرات القصص الخبرية آلياً، ومن هنا تتعدد وظائف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي منها الآتي:[١٨]

١- إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي، كالمعتمدة على البيانات الإحصائية الضخمة.
٢- تتبع الأخبار العاجلة والتنبيه بالمعلومات الجديدة ذات الصلة بموضوعات محددة
٣- إجراء بحث سريع، وربط المعلومات بدقة وكفاءة، وتحويلها إلى أشكال بيانية ورسوم سهلة الفهم.
٤- التصحيح الإملائي بشكل تلقائي، وفق قواعد الصياغة التي تناسب الجمهور المتنوع.
٥- رصد الشائعات، باستخدام خوارزميات تساهم في التعرف علي التزييف وتصحيحها آلياً.

سادسا: الدراسات السابقة:

وتم عرض الدراسات بوحدة الهدف والنتيجة الأساسية لإجراء الدراسة نفسها عن طريق المقارنات والعرض الأفقي للدراسات ومنها:

دراسات المحور الأول: المواقع الإلكترونية المتخصصة بالمرأة:

يستعرض المحور الدراسات التي تهتم بالمواقع الإلكترونية المتعلقة بالمرأة، والتي اتصفت بأنها دراسات وصفية متخذة من المسح منهجا لها، كما تنوعت أدوات جمع بياناتها مابين الاستبيان والمقابلة المتعمقة وصحيفة تحليل المضمون، ولكنها اختلفت في العينات وكانت ما بين التقارب والاختلاف في النتائج وبشئ من التفصيل:

وتناولت دراسة كل من (سمر جمال الدين،٢٠٢٢[١٩] & شيرين كامل،٢٠١٩[٢٠]) العنف في المواقع الإلكترونية النسائية ، فاشتراكتا في عينة عمدية من المواقع الإلكترونية النسائية تمثلت في موقع (المجلس القومي للمرأة - ملكية حكومية) وموقع (المركز المصري لحقوق المرأة - ملكية أهلية)، وأضافت دراسة شيرين موقع (مؤسسة المرأة الجديدة - ملكية أهلية)، وسعيهما في التعرف على دور المواقع الإلكترونية النسائية، في تقديم قضايا المرأة وخاصة العنف ضدها، **واعتمدت دراسة سمر** على النظرية النسوية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على (٤٠٠) مفردة من جمهور المرأة المتابع للمواقع الإلكترونية النسائية، **وتوصلت** إلى قد تنوعت الأسباب التي تؤدي لحدوث العنف الأسري ضد المرأة ما بين العادات والتقاليد المجتمعية التي ما زالت تعزز من فكرة الرجل على المرأة في بعض المناطق والمحافظات على مستوى

الجمهورية بنسبة ٦٩٪، ثم تلاه عدم تكافؤ العلاقات الأسرية بنسبة ٢٥,٤٪، **بينما دراسة شيرين** اعتمدت على نظرية الأطر الإعلامية بصحيفة مضمون، **وتوصلت** إلى أن المجلس القومي للمرأة كان الأكثر اهتماما بطرح موضوعات قضايا العنف ضد المرأة والأكثر استفادة من الإمكانات التفاعلية التي توفرها شبكة الإنترنت، واعتمد على الإطار الأمني مما يشير لأهمية الدور الذي يمكن أن يقوم به في إبراز القضية واقتراح الحلول المناسبة

دراسات المحور الثاني: القائم بالاتصال وتوظيف التكنولوجيا الرقمية:

وهي دراسات وصفية متبعة لمنهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي، ومستخدمة الاستبيان والمقابلة كأدوات رئيسية في جمع بياناتها بينما اختلفت في النتائج ونوضحها كما يلي:

- **في البداية كانت دراسة (نهى غالي ،٢٠٢٠)**[٢١] والتي سعت إلى الوقوف على رؤية القائم بالاتصال بالإعلام الإقليمي المصري للتكنولوجيا الرقمية واتجاهاته نحو توظيفها واستخدام تقنياتها في ممارسته المهنية للعمل الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية التي ينتمي إليها، وطبقت على عينة من القائمين بالاتصال في شبكة الإذاعات والقنوات الإقليمية المصرية، **وجاءت نتائجها** وجود فروق دالة إحصائية بين العاملين من القائم بالاتصال والمستوى التعليمي وطبيعة وظائفهم في استجاباتهم لأسئلة مقاييس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها.
- **تعد الموضوعية والمصداقية من أهم ما يجذب الجمهور للوسائل التي تسعى دائما لتطوير محتواها الرقمي وخاصة تلك المستخدمة لإحدى تقنيات الذكاء الاصطناعي فنجد دراسة (إسماعيل الزعنون، ٢٠٢١)**[٢٢] هدفت إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية، في أقسام الإعلام الرقمي في شبكة الجزيرة الإعلامية ومجموعة إم بي سي الإعلامية حيث بلغ عددهم ٦٢ صحفيا بينهم مخرجين ومصورين وفنيين فيما تمثلت عينة المقابلة المعمقة في المختصين في مجال التقنيات الحديثة للإعلام الرقمي وخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي بلغ قوامها ٥ مفردات، ومستعينة بنظرية انتشار المستحدثات نظرية القائم بالاتصال حارس البوابة، وترتيب الأولويات الأجندة، **وأهم النتائج:** إن أبرز مجالات استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية كانت تتبع الأخبار العاجلة بنسبه ٥٣,٢٪ يليها البحث الآلي بدقة وتزويد الصحفيين بالمعلومات بنسبة ٥٠٪ يليها الترجمة الآلية بنسبة ٤٥,٢٪ وينعكس توظيف الذكاء الاصطناعي من قبل القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية العربية على المصداقية بنسبة ٧٧,٧٪ وينعكس على المهنية الإعلامية بنسبة ٨١,٤٢٪.
- **وهذا ما أيدته دراسة (عمرو عبد الحميد، ٢٠٢٠)**[٢٣] **والتي تناولت** رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصداقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري،على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثون لنموذجين للتغطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة المصرية، أحدهما تمت كتابته عن طريق روبوت بموقع القاهرة ٢٤، والآخر تمت كتابته عن طريق صحفي بشري بموقع اليوم السابع، حيث أوضحت نتائجها أن ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي وردت بموقع القاهرة ٢٤، كالتالي: فئة "الدقة" في الترتيب الأول ويليه فئة الموضوعية،

ثم فصل الحقيقة عن الرأي، وفي الترتيب الرابع العدالة والإنصاف لمختلف وجهات النظر، وفي الترتيب الأخير جودة صياغة الخبر، **اتفقت معهما أيضا دراسة (Yan Fang, Wu,2019)**[24] في أن القصص الإخبارية المكتوبة تلقائيا عبر الذكاء الاصطناعي صنفها الجمهور على أنها أكثر موضوعية ومصداقية وأقل انحيازا سواء على نطاق الرسالة أو الوسيلة.

دراسات المحور الثالث: توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي المختلفة:

ولإظهار مدى الاستفادة من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لمواكبة السرعة الفائقة والتطور المذهل ومواكبة الأحداث، وتوظيف كل ذلك في العمل على محتوى رقمي متطور ومتقدم يتمتع بالموضوعية والمصداقية والخلو من التحيز، فتمتعت تلك التكنولوجيا بتقنيات تميزها عن غيرها من أنواع التكنولوجيا الحديثة ومن أهمها وأبرزها مايلي:

- **ففي دراسة (بسام & عمرو،٢٠٢١)**[٢٥] على عينة (١٠٠) مفردة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية الإماراتية وتوصلت إلى **عدة نتائج منها:** جهل نسبة غير قليلة من الإعلاميين بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي بمؤسساتهم من عدمه، وهو ما يعكس ضعف استخدام تطبيقاته داخل المؤسسات الإعلامية الاماراتية، وعدم تقبلهم لفكرة أن يكون الروبوت رئيسا مباشرا أو زميلا لهم في العمل ووافقت نسبة ضئيلة أن يكون الروبوت مساعدا لهم في أداء مهامهم الوظيفية.
- **بينما اختلفت عنها دراسة (Sylvia,2019)**[26] في تزايد اعتماد الشركات العاملة في قطاع الإعلام على أدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام في توصيات محتوى الجمهور واكتشافه عبر الواقع المعزز وتحسين الرسائل وإدارة المحتوى وانشائه وإحصاءات مشاركة الجمهور والاكمه التشغيلية لكنها تواجه تحديات كبيرة على صعيد التوازن بين الفاعلية والكفاءة والعنصر البشري والذكاء الاصطناعي.
- **اكتشاف الأخبار الزائفة: وهي من أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي ونوضحها من خلال الأدبيات التالية:** فتناولت كلا من **دراسة (شاكر الذيابي، ٢٠٢٢**[٢٧] **& يسرا حسان،٢٠٢١**[٢٨]**)** رؤية واتجاهات النخبة الإعلامية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالأخبار المزيفة بمنصات التواصل الاجتماعي، **ففي دراسة الذيابي** والتي تناولت ٦٥ مفردة من النخبة السعودية في ضوء الخبرة والممارسة الإعلامية والأكاديمية والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار للكثير منهم في العمل الإعلامي اليومي، **وتوصلت إلى:** وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض النخبة الإعلامية السعودية للأخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي وإدراكهم لمساهمة الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة، **وتقاربت معها دراسة يسرا حسان** من حيث النتائج فتوصلت إلى أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد (٢٠٢١- ٢٠٣٠ م) هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة تتمثل في: التطور التكنولوجي، والجمهور، والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي، وبالنسبة للتطور التكنولوجي أكد الخبراء أن التطورات التكنولوجية المتمثلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ووجود كميات ضخمة من المعلومات، واستخدام الحسابات الروبوتية، كلها تمثل تحديات صعبة لاكتشاف الأخبار المزيفة، وفيما

يتعلق بالقائم بالاتصال على ضرورة اعتماد المؤسسات الإعلامية على برامج تدريبية متطورة تمكنه من التحقق من الأخبار الزائفة، لا سيما مع تطور تقنيات التلاعب بالصور، والفيديو، والتزييف العميق، والتي اعتمدت دراسة استشرافية على عينة قوامها ٤٥ خبيرا، بواقع ١٥ لكل من الخبراء الأكاديميين والممارسين في المجال الإعلامي، ومجال المعلومات، وذلك لتطبيق أسلوب دلفي لمعرفة توقعاتهم فيما يتعلق بالظاهرة، ومساراتها المحتملة.

- **تقنية التقارير الآلية: كما تعد التقارير المعدة من البيانات الضخمة من أحد أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي والتي تستخدمها المؤسسات الإعلامية فاستعرضت دراسة (Vaclav, Moravec et al,2020)**[29] توصيف تطبيق الخوارزميات لوكالة الأنباء التشيكية CTK وتحويل ملفات البيانات الكبيرة إلى نصوص إخبارية بالاعتمادعلى إنتاج تقارير حول نتائج التداول في بورصة برامج الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري لوكالة الأنباء التشيكية خلال عام ٢٠١٩ واشارت النتائج الى أن الوضع المالي في غرف الأخبار التشيكية يشير الى حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بالصحافة التشيكية كما أن يتوقع الصحفيين ستظل أدوارهم مهمة وإنهم يعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على نحو أفضل، **واتفقت معها دراسة (Code, et al ,2020)**[30] بعنوان تأثير كوفيد ١٩ على التلفزيون في أسبانيا واستخدام الروبوتات المحتويات والمشاهدين والدعم والاستراتيجيات والإنتاج ، واستخدمت الدراسة منهجية مراجعة ببليوغرافيا تأثير كوفيد ١٩ في عملية التواصل وتفسير التقارير الواردة من الوكالات والمؤسسات ذات الصلة بتأثير إغلاق التلفزيون وكشفت نتائج الدراسة إلى زيادة في أعداد الجمهورالمشاهد شاشات التلفزيون التقليدية ومنصات البث المجانية مؤكدةعلى ازدياد العرض والطلب على المحتوى الإعلامي وعمل الروبوتات والترفيه والعرض للجمهور الشباب وزياده طلب على منصات البث حسب الطلب.
- **تقنية البث المباشر: ومن أكثر التقنيات إثارة وجذبا وتشويقا هي تقنيات البث المباشر والرقمي، فتضفي حيوية على مايتم عرضه من محتوى ومن أهم تلك الدراسات التي تناولت لتقنية البث المباشر وكانت الأولى من نوعها في ذلك المضمار (دراسة JL Rojas Torrijos ,2019)**[31] بعنوان التغطيه الرياضية العالمية بواسطة صحيفة واشنطن بوست خلال أولمبياد ريو دي جانيرو ٢٠١٦ وكوريا الجنوبية ٢٠١٨ تقوم الدراسة على دراسة حالة للروبوت المطلق لصحيفة الواشنطن بوست التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في تغطيتها الاخبارية لأولمبياد صيف ٢٠١٦ والتي أقيمت في ريو، أولمبياد شتاء ٢٠١٨ التي أقيمت في كوريا الجنوبية، وقد تم تحليل مضمون ٩٩٩ رسالة إعلامية تم نشرها، **وتوصلت الدراسة إلى** أن استخدام التغطيه الآلية نجحت في البث الفوري للأخبارمع تقديم المعلومات الحية والتحديثات الدورية جداول الاحداث النتائج والميداليات وغيرها من الأحداث للعديد من المنافسات الجارية وكانت أهم المضامين المنتجة من خلال هذا التطبيق البيانات والاحصاءات والمعلومات الاخرى التي تخص المنافسة ولم يكن هناك احتياج للتدخل البشري في إنتاج الأخبار.

دراسات المحور الرابع: الذكاء الاصطناعي وانتشار المستحدثات:

وهي الأقرب لموضوع الدراسة الحالية لكونها استخدمت محور التكنولوجيا وعلاقته بنظرية انتشار المستحدثات، واتفقت في كونهما دراسات وصفية مسحية المنهج مستخدمة الاستبيان كأداة رئيسية في جمع بياناتها فنجد في:

- دراسة **(مجدي الداغر، ٢٠٢١)**[32] هدفت إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في مكافحة الجرائم الإلكترونية، والتعرف على رؤيتهم حول الدور المستقبلي لهذا النمط الجديد في دعم وتعزيز الأمن السيبرانى في مصر، على عينة قوامها (١٠٦) مفردة من النخبة المصرية وطبقت نظرية انتشار المستحدثات باعتماد غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتفسير مستويات تبنيها وتقبلها من قبل النخبة، وذلك في ضوء مدى جاهزية بنية المؤسسات الإعلامية للفكرة الجديدة ، والتحديات المهنية والأخلاقية والأمنية التي تواجه التطبيق الجديد، وتأثيراته على مستقبل العاملين بمهنة الإعلام وعلى إعلام المؤسسات الأمنية في المجتمع المصري، و**أهم النتائج:** إن النخبة الأمنية أكثر اهتماما بمتابعة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها الأمنية على قضايا المجتمع يليها النخبة الإعلامية والأكاديمية، وهو ما يعنى اهتمام النخبة المصرية عامة بكل جديد في مجال تكنولوجيا الاتصال وتقنية المعلومات، كما تتفق النخبة على اعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مختلف الأشكال والفنون الإعلامية عند معالجة الجرائم الإلكترونية، ووفق رؤية النخبة سوف تتصدر المواد الخبرية باعتبارها تقوم على الرصد ومتابعة الوقائع والأحداث من مختلف الأوعية الاتصالية؛ وتعتبر المحاكاة أداة لتحليل، وتصميم الأنظمة المعقدة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي.
- **دراسة (دعاء فتحي سالم ٢٠٢١)**[٣٣]حول فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي الفيسبوك نموذجا، وسعت إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على فاعلية الاستخدام في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي، والوقوف على مجالات الاستخدام، إضافة إلى رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية وأشكال القلق والتوتر من خلال استخدام التقنيات، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية نشر الأفكار المستحدثة وتوظيفها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الإعلام التربوي جامعتي المنصورة ودمياط، **وتوصلت إلى**: إن الطلاب أكدوا على معرفتهم بتقنية الذكاء الاصطناعي المختلفة، وأشار المبحوثين إلى مدى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاء تحليل المشاعر الاجتماعية كنقطة أولى من حيث فاعلية الاستخدام، جاء الإسهام في التخطيط للتأثير على النية السلوكية بشكل أفضل كفائدة متوقع من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي.

سابعا: نتائج الدراسة:

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

المحور الأول: تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر (القائم بالاتصال)

أولا: التطبيقات الأكثر استخداما بموقع منظمة المرأة العربية:

جدول (١) التطبيقات الأكثر استخداما من وجهة نظر القائم بالاتصال

الموقع الإلكتروني	م / التطبيق / الاستخدام		١ Face book	٢ Twitter(X)	٣ Instagram	٤ E-mail	٥ LinkedIn	٦ Outlook	المجموع الكلي	الإجمالي العام ك	الإجمالي العام %	الإجمالي العام ت
منظمة المرأة العربية	دائما	ك	٣	٢	٣	-	-	-	٢٤	٨	٣٣,٤	٢
		%	١٢,٥	٨,٣	١٢,٥	-	-	-				
	أحيانا	ك	-	-	-	٢	٢	١		٥	٢٠,٨	٣
		%	-	-	-	٨,٣	٨,٣	٤,٢				
	نادرا	ك	١	٢	١	٢	٢	٣		١١	٤٥,٨	١
		%	٤,٢	٨,٣	٤,٢	٨,٣	٨,٣	١٢,٥				

ملاحظة: إن عينة الدراسة هي ٤ مفردات بحثية، ولهذا فتحقق في كل من البدائل العدد بأكمله من عينة الدراسة، فسيتم عرض التطبيقات الأكثر استخداما من خلال الاختيار الدائم لأنه الأعلى تكرارات من الإجمالي العام.

١- تطبيق الفيسبوك وجاء بنسبة إجمالية (١٠٠٪) وشاركه ايضا تطبيق الانستجرام، (دائما ٣ مفردات بنسبة ٧٥,٥٪، نادرا مفردة واحدة بنسبة ١٢,٥٪، وبصورة تنفيذ جيدة جدا) ويدل السابق على أن تطبيق الفيسبوك والانستجرام هما الأكثر التطبيقات استخداما على كافة التطبيقات وذلك لكثرة روادهما ومتابعيه في كافة أنحاء العالم، والأكثر انتشاراً وهذا يؤكد الحرص على وجود صفحة تواصل اجتماعي فيسبوك وانستجرام محدثة بانتظام ومتاحة طوال الوقت.

٢- تطبيق إكس وجاء بنسبة إجمالية (١٠٠٪) بواقع ٤ مفردات موقع كما يلي (دائما ٢ مفردة بنسبة٥٠٪، ونادرا كذلك، وبصورة تنفيذ جيدة) .

٣- ثم في المركز الرابع تطبيق الإيميل وكذلك لينكد إن، وجاء بنسبة إجمالية (١٠٠٪) بواقع أربعة لكل تطبيق على حدة (أحيانا ونادرا مفردتين لكلا منهما بنسبة ٥٠٪)

٤- وفي المركز الأخير أيضا جاء تطبيق أوت لوك بنسبة إجمالية (١٠٠٪) موقع المنظمة ٣ مفردات نادرا بنسبة (٣٧,٥٪) وأحيانا بنسبة (١٢,٥٪) مفردة واحدة.

٥- جاء موقع منظمة المرأة العربية بالاختيار نادرا (١١ تكرارا، وبنسبة ٤٥,٨٪، ولم يحظى بصورة تنفيذ لأنها للإختيار موافق) فثلاثة لتطبيق أوت لوك وبنسبة (٧٥٪) للموقع وتكراران لكل من الايميل ولينكد إن وإكس بنسبة (٥٠٪) من مبحوثي الموقع لكلً منهم على حده ثم الفيسبوك وانستجرام بتكرارا واحدا وبنسبة (٢٥٪) لكلً منهم على حده، بينما أتى الاختياردائما في الترتيب الثاني ب٨ تكرارات وبنسبة (٣٣,٤٪) إجمالية حيث الفيسبوك وانستجرام ب٣ تكرارات وبنسبة (٧٥٪) لكل منهما على حده، وتويتر بتكراران وبنسبة (٥٠٪) من نسبة مبحوثي الاتصال (٤ مبحوثين)، وحل الاختيار احيانا في

الترتيب الثالث بـ٥ تكرارات وبنسبة (٢٠,٨٪) حيث كان لينكد إن والإيميل بتكرارن بنسبة (٥٠٪) لكل منهما على حده، وتكرارا واحدا بنسبة (٢٥٪) لأوت لوك، ومن المؤشرات السابقة يتضح أن جمهور مستخدمي موقع المنظمة هو جمهورا محدد أكثر وأكثر تخصصا ولهذا نجد ندرة استخدام جمهورهم لتطبيقات بعينها إلا أنهم يستخدمون دائما الفيسبوك والانستجرام وتويترواتفقت نتائج الدراسة من حيث أهمية الفيسبوك بالنسبة لرفع وعي المرأة، ومشاركتها الحقيقية في الحياة، وأن المواقع لهذه الأسباب المتعددة سعت إلى الاستفادة من صفحات الفيسبوك لها ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى لتجد مساحة تشاركية بينها وبين جمهورها المتخصص(المرأة)، **مع دراسة (Zeine,2019)**[34] عن دور الفيسبوك في رفع وعي وتشكيل هوية واستقلالية المرأة الموريتانية، وكشفت النتائج أنه يعد منصة لتمكنها وذلك من خلال مناقشة مختلف القضايا والمشاكل التي يواجهونها في حياتهم اليومية.

ثانيا: تقنيات الذكاء الاصطناعي بموقع منظمة المرأة العربية

جدول (٢) تقنيات الذكاء الاصطناعي بالموقع (وجهة نظر القائم بالاتصال)

م	التقنيات التكنولوجية	منظمة المرأة العربية		
		ك	%	ت
١	الدردشة	١	٥,٩	٦
٢	التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها	٢	١١,٨	٤
٣	الترجمة الآلية إلى لغات أخرى	٢	١١,٨	٤م
٤	تخصيص الأخبار	٣	١٧,٦	٣
٥	التحقق من الشائعات والأخبار المزيفة والتأكد منها	-	-	-
٦	تقليل الجهد المتوقع من جانب إدارة الموقع لكافة عمليات المحتوى المعروض من تحرير ونشر وتدقيق	-	-	-
٧	الاستعانة بالمؤثرات الحيوية والواقعية مما يضفي مزيد من الحيوية على المحتوى المعروض	١	٥,٩	٦م
٨	استخدام تقنيات البث المباشر	٤	٢٣,٥	١
٩	تطبيقات البث الرقمي على سبيل المثال تطبيق الزووم	٤	٣٢,٥	١م
	الإجمالى*	١٧	١٠٠	-

١- من بيانات الجدول السابق تعددت التقنيات التكنولوجية التي تستخدمها المواقع الإلكترونية المتخصصة عينة الدراسة، فجاءت تطبيقات (البث الرقمي على سبيل المثال لا الحصر تطبيق الزووم، واستخدام تقنيات البث المباشر) فكانت عينة الاتصال الخاصة بمنظمة المرأة العربية كاملة الإجابة على ذلك الاختيار بواقع أربعة مبحوثين بنسبة (٢٣,٥٪) وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة التقييم التي أثبتت أن موقع منظمة المرأة العربية يستخدم تطبيق الزووم في المؤتمرات واللقاءات عن بعد، فتستخدم تلك التقنية بنشر رابط الدخول على صفحة التواصل الاجتماعي، لإتاحة دخول كافة المشتركين بصفحة الفيسبوك من جمهور الصفحة.

٢- أما الترتيب الثالث فكان من نصيب (تخصيص الأخبار) بنسبة عامة (١١٧,٦٪) وهي تعد من أهم التقنيات وتتضح تلك التقنية في النشرات البريدية وهو ما يتيحه موقع منظمة المرأة العربية وهي إدخال بعض المعلومات عن مستخدم لها وبعض خصائصه وعند توارد الأخبار والموضوعات تذهب مباشرة

إلى متلقي الخدمة سواء أكان ذو اهتمامات اقتصادية أو رياضية أو اجتماعية، عن طريق برامج على أجهزة الحاسب تستخدم خصائص الذكاء الاصطناعي.

٣- وفي الترتيب الرابع كان التعامل مع البيانات الضخمة الترجمة الآلية وتحليلها بتكراران وبنسبة (١١,٨٪) لكلا منهما على حدة ما يثبت إتاحة الموقع بلغات أخرى ليتناسب مع تطور العصر الحديث، فيتيح صفحة موقع بلغات أخرى لأن الجمهور المتلقي لموقع المنظمة متنوع وفي عدة بلدان مختلفة، بالإضافة إلى أنه منبثق من جامعة الدول العربية التي تخاطب كل العالم، واتفقت نتائج الترجمة الآلية وهي تعد من إحدى تقنيات الذكاء الاصطناعي وذلك من خلال تطبيقات الترجمة الآلية، فكلا الموقعين يستخدمان التقنية ولكن بشكل مختلف، فموقع المنظمة لديه صفحات بلغات أخرى وهو ما اتفق مع دراسة(Hoyle,E.,RAntelo,A, 2019)[35] في دراستها لحالة البرامج التي يبثها التلفزيون (جلوبو) الأمريكي وأوضحت النتائج أن هناك تطبيقات عدة للذكاء الاصطناعي ويتم استخدامها دون معرفة المستخدم بأنها تقنيات للذكاء الاصطناعي، وتشمل هذه التطبيقات الترجمة الآلية وإنشاء تعليق الصور، وإن تقنيات التعلم العميق الذي يستخدمه (جلوبو) لها فوائد سواء كانت على الإنتاجية أو الطرق الجديدة لإنشاء المحتوى لتحسين الإنتاجية في بيئة البث.

٤- وأتى كلا من (الدردشة والاستعانة بالمؤثرات الحيوية والواقعية) بالترتيب السادس والأخير فوجدت الدردشة الآلية وهي الرسالة التي يجيب بها على الماسنجر الخاص بالموقعين في صفحات الفيسبوك، أو إتاحة طرق المساعدة عن طريق عرض المشكلات أو الاستفسارات أو عن طريق إتاحة أو الرد على بعض التعليقات، فهي رسائل محددة وذات نمطا واحدا، وعن الاستعانة بالمؤثرات الحيوية وهي تستخدم في عرض بعض الفيديوهات بمنظمة المرأة العربية، أما عن آراء القائمين بالاتصال فيقصدون هنا الدردشة الآلية في بدايتها وليست باستخدام روبوت ولهذا فلم يحظ بتأثيرا كبيرا.

ثالثا: الموضوعات التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي (القائم بالاتصال)

جدول (٣) الموضوعات المعتمدة على تقنيات التكنولوجيا الرقمية بموقعي الدراسة

م	الموضوعات	منظمة المرأة العربية		
		ك	%	ت
١	الموضوعات السياسية	٤	١٣	١
٢	الموضوعات القانونية	٤	١٣	١م
٣	الموضوعات الاقتصادية	٤	١٣	١م
٤	الموضوعات الصحية	٤	١٣	١م
٥	الموضوعات الاجتماعية	٤	١٣	١م
٦	الموضوعات الرياضية	٣	٩	٨
٧	الموضوعات التعليمية والثقافية	٤	١٣	١م
٨	المبتكرات والاختراعات	٤	١٣	١م
	الإجمالى*	٣١	١٠٠	-

١- من بيانات الجدول السابق جاءت كافة الموضوعات من وجهة نظر القائمين بالاتصال (بواقع ٤ تكرارات، ونسبة وصورة تنفيذ كاملة ممتازة) لكلً منها على حده، وبنسبة (١٣٪) لكل فئة، ويعزى ذلك إلى طبيعة الموقع وبالأخص طبيعة موضوعاته المختصة بالمرأة وأولوياتها وقدرة القائمين على المحتوى بتوظيف التقنيات التكنولوجية بتلك الموضوعات، ثم الموضوعات الرياضية ٣ تكرارات.

٢- وإجمالا جاء موقع منظمة المرأة العربية أولا (بإجمالي تكرارات ٣١ تكرارا، بنسبة إجمالية ٧٧,٥٪، وبصورة تنفيذ جيدة جدا) مما يدل على أن القائم بالاتصال على المحتوى المقدم يرون أن كافة الموضوعات توظفها تقنيات التكنولوجيا الرقمية .

المحور الثاني: التسهيلات المقدمة لتسهيل عمل القائم بالاتصال بالموقع

أولا: التسهيلات المقدمة من موقع المنظمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بها:

جدول (٤) التسهيلات المقدمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بها

الموقع الإلكتروني	م		١	٢	٣	٤	٥	المجموع الكلي	الإجمالي العام		
	التسهيلات المقدمة الاستخدام		يوفر الموقع الذي أعمل به التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل	العاملون بالموقع على أتم الاستعداد بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين المتعلقة بالمحتوى	توفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالذكاء الاصطناعي في العمل بالموقع	مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها أيسر في الاستخدام	توافر الإمكانات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالموقع		ك	%	ت
منظمة المرأة العربية	موافق	ك	٢	٣	١	١		٧	٣٥	٢
		%	١٠	١٥	٥	٥	-			
	محايد	ك	٢	١	٣	٣	٤	٢٠	٦٥	١
		%	١٠	٥	١٥	١٥	٢٠			
	معارض	ك	-	-	-	-	-		-	-
		%	-	-	-	-	-			

ملاحظة: إن عينة الدراسة هي ٤ مفردات بحثية، ولهذا فتحقق في كل من البدائل العدد بأكمله من عينة الدراسة فسيتم عرض التسهيلات المقدمة من خلال الاختيار الموافق الأعلى تكرارات من الإجمالي العام.

١- جاء في المركز الأول العاملون بالموقع على أتم الاستعداد بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين المتعلقة بالمحتوى بنسبة إجمالية (١٠٠٪) فنجد موقع المنظمة بثلاثة مبحوثين وبنسبة (٧٥٪) ومفردة واحدة محايد بنسبة (٢٥٪)، وكان الاتجاه إيجابيا(الموافق والمحايد) بأن إدارات المواقع تسعى إلى توفير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقنيات التكنولوجيا الرقمية وهي التسهيلات التي تقدمها المواقع، مما يساعد القائمون بالاتصال في كونهم على أتم الاستعداد لاستخدام التقنيات في تطوير المحتوى، وهو ما اتفق مع مؤشرات دراسة (محمود عبد اللطيف،٢٠٢١)[٣٦] وتناولت تأثير استخدام الروبوت على وظائف الصحفيين الحاليين من أجل تحسين جودة العمل، مستندة على فروض نظرية انتشار المبتكرات لردوجز، والتي استنتجت أن الصحفيين في الصحف المصرية من قبل القائمين بالاتصال على وعي كبير بأدوات تطبيقات الذكاء الاصطناعي والدراسة الحالية.

٢- وفي المركز الثاني يوفر الموقع الذي أعمل به التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل بنسبة إجمالية (١٠٠٪) مفردتين لكلٍ من موافق ومحايد بنسبة (٥٠٪) لكلٍ منهما على حده، في الاتجاه الإيجابي

لموافق ومحايد، مما يدل على أن القائمين بالاتصال يقرون أن مواقعهم توفر لهم التقنيات الحديثة التي تساعدهم للتيسير في عملهم، بالإضافة إلى مساعدتهم على مواكبة التكنولوجيا الحديثة.

٣- ثم في المركز الثالث كلا من (مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها أيسر في الاستخدام، توفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالذكاء الاصطناعي في العمل بالموقع) وجاء بنسبة إجمالية (١٠٠٪) بواقع ٤ مفردات لكل تسهيل على حدة، فكان موافق مفردة واحدة بنسبة (٢٥٪) و٣ مفردات بنسبة (٧٥٪)، فهناك من يرى أن مرونة التقنيات تعد من التسهيلات التي يقدمها الموقع، بينما الآخرين يرون أنها متوسطة الاستخدام فهناك من يرى أنها لا تتمتع بالمرونة الكافية لذلك.

٤- وفي المركز الرابع توافر الإمكانات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالموقع بنسبة إجمالية (١٠٠٪) ب ٤ مفردات لمحايد بنسبة (١٠٠٪) من الموقع ذاته، يغلب عليهم الاتجاه المحايد ما بين توفيرها وعدمها بطريقة متوسطة.

٥- وأتى الاتجاه المعارض دون أي تكرارا.

٦- وجاء موقع منظمة المرأة العربية حيث كان الاختيارالمحايد ب ١٣تكرارا وبنسبة (٦٥٪) أربعة تكرارات، وبصورة تنفيذ أيضا جيدة جدا، كاملة توافر الإمكانات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالموقع وبنسبة (٢٠٪) للموقع وثلاثة تكرارات لكلٍ من مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يجعلها أيسر في الاستخدام، وتوفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالذكاء الاصطناعي في العمل بالموقع بنسبة (١٥٪) من مبحوثي الموقع، ثم يوفر الموقع الذي أعمل به التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل بتكراران وبنسبة (١٠٪)، وأخيرا العاملون بالموقع على أتم الاستعداد بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين المتعلقة بالمحتوى بتكرارا واحدا وبنسبة (٥٪)، بينما الاتجاه موافق ب ٧ تكرارات ونسبة عامة (٣٥٪)، حيث العاملون بالموقع على أتم الاستعداد بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين المتعلقة بالمحتوى، بثلاثة تكرارات وبنسبة (١٥٪)، وتلاه يوفر الموقع الذي أعمل به التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل بتكراران وبنسبة (١٠٪)، وتوفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالذكاء الاصطناعي في العمل بالموقع، ومرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها أيسر في الاستخدام بتكرار واحد وبنسبة (٥٪).

٧- وترى الباحثة: أن التسهيلات التي يقدمها الموقع كانت في الاتجاه الموافق بنسبة (٥٠٪) من الاتجاه العام للقائمين بالاتصال بالمواقع، وصورة تنفيذ جيدة، وهي نسبة متناسبة مع قدرة تيسير التسهيلات فالموارد المالية على سبيل المثال، وفرتها المواقع بنسب متوسطة وكذلك مرونة استخدام الذكاء الاصطناعي وتقنياته، فإنه يجب على إدارات المواقع العمل على تسهيل العمل أكثر من ذلك حتى يتم الاستفادة القصوى من تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

ثانيا: تقنيات الذكاء الاصطناعي وتسهيلها لمهام القائم بالاتصال بموقع المنظمة:

جدول (٥) تسهيل مهام القائم بالاتصال بالمنظمة

م	تسهيل مهام القائم بالاتصال	منظمة المرأة العربية		
		ك	%	ت
١	دائما	٤	١٠٠	١
٢	إلى حد ما	-	-	-
٣	لا	-	-	-
	الإجمالى	٤	١٠٠	-

١- وأشارت بيانات الجدول السابق أن (دائما) جاءت بالترتيب الأول من حيث تسهيل التقنيات لمهام القائم بالاتصال بالمواقع المتخصصة عينة الدراسة، حيث جاءت وجهة نظر المبحوثين القائمين بالاتصال (بنسبة ١٠٠٪، وبصورة تنفيذ ممتازة)

٢- بينما (إلى حد ما، لا) فلم تحصلا على أي نسب من المبحوثين مما يدل على أن الموقع يعمل على استخدام التقنيات التكنولوجيا الرقمية الحديثة، لتسهيل أعمال القائم بالاتصال المسؤول على نشر المحتوى المقدم على الإنترنت.

٣- وبإلقاء الضوء على موقع منظمة المرأة العربية فاحتل المركز الأول في الترتيب حيث جاءت آراء المبحوثين جميعا (بنسبة ١٠٠٪، بواقع ٤ مبحوثين عينة القائم بالاتصال بالموقع، وبصورة تنفيذ ممتازة) بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل على تسهيل عمل القائم بالاتصال من حيث نشر المحتوى المقدم على الموقع وصفحاتها المختلفة، مما يدل على أهمية تقنيات التكنولوجيا فتقنية كتقنية البث المباشر على الموقع أو صفحة الفيسبوك أوالإنستجرام، عند استخدامها تقوم بنشر المحتوى المقدم بصورة أكبروقدرأعلى من التفاعلية والمشاركة مما يؤدي إلى معرفة القائم بالاتصال المسؤول من تحديد رجع الصدى لذلك بشكل فوري من التعليقات أو عدد المشاهدات ومشاركاتها، ويكون لديه بذلك معلومات أدق عن طبيعة جمهوره المتخصص وما يهتم به فيقدمه بصور مختلفة على الموقع، وتعد تقنية البث المباشر إحدى التقنيات الدالة على الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية .

٤- وهو ما يتوافق مع ما تتبناه نظرية انتشار المستحدثات من أن استخدام مستحدث يساعد وبشكل اكثر تفاعلية على قياس أحد أهم وظائف الرسالة الإعلامية وهو التشاركية بين الجمهور والموقع (الوسيلة) في المعرفة، مما يساعد القائم بالاتصال على المعرفة الأكثر دقة للجمهور المتخصص بل والعمل على تلبية اهتماماته مما يجعله يتبنى تلك الوسيلة عدة مرات مستقبلا.

المراجع

(١)محمد عبد الحميد ، الاتصال واتجاهات التأثير، ط (٢)(القاهرة :عالم الكتب للنشر، ١٩٩٨) ص١٨٧.

(٢) عامر مصباح : الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية ، آلياته العملية ، ط(٢)(الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٦) ص ١٠٦.

(3) Waugh, David, " Geography An Integrated Approach", https://kymnilesgay. Files. wordpress. com/geography-an-ntegrated-approach-by-david-waugh.pdf , (2002) , P:277

(٤) عماد عمر سرحان، سر النجاح ، ط (١) (الرياض : دار العبيكان ، ٢٠١٢) ص ٦٨

(٥)موقع منظمة المرأة العربية تاريخ الإطلاع ٢٠٢٣/١١/٥م متاح على https://www.arabwomenorg.org/AWOPresidents.aspx

(6)Cheng Gong (2018): Artificial Intelligence in Media Industries: Creating Better User Experiences and Maintaining High Customer Loyalties, unpublished Master's Thesis, Drexel University, pp 13-140.

(7)Ohn Villasenor, "Artificial intelligence, geopolitics and in- formation integrity , in: Fabio Rugge, ed., The Global Race for Tech- nological Superiority : Discover the Security Implications,(Milano: ISPI and Brooking) 2019 ,PP.131-142.

(8)Wang, Pei. "On Defining Artifical Intelligence."Journal of Artifical General Intelligence V: 10,I:2(2019) p.2.

(٩) مليكه مذكور، "دور المنطق المرن في تطوير ابحاث الذكاء الاصطناعي في مجال اللغه" بحث منشور (العراق ، مجلة العراق الفلسفه واللسانيات والعلوم الاجتماعيه، ع ٣٧ ، ٢٠٢٠)، ص ٢٨٠.

(10)Seligman, James. Artificial intelligence and machine Learning and marketing management (Lulu.Com publishing, 2018), pp.48-49.

(١١) عبدالله موسى ،أحمد حبيب ،الذكاء الاصطناعي: ثورة في تقنيات العصر، (القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط١ ، ٢٠١٩) ص ٢٨.

(١٢) أوسوندي أوسوبا ، وليام ويلسر الرابع، مخاطر الذكاء الاصطناعي على الأمن القومي ومستقبل العمل ، (كاليفورنيا ، مؤسسة راند للنشر ، ٢٠١٧) ص ٩.

(١٣) راي كورزويل، وداعا للبيولوجيا مرحبا بالبرماجيات ، مقال منشــور (مجلة رسالة اليونسكو، أغسطس ٢٠٠١) ص٥٨.

(١٤) عبد الرزاق الشرفي المغازي ، الذكاء الاصطناعي – مفهومة-اهميته – إستخداماته – خصائصة ، (مجلة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ، ع ٢٨، أبريل ٢٠٠٣) ص ١٨.

(15)Papadimitriou, Aristea. "The future of communication: Artificial intelligence and social networks."Media & Communication Studies · Malmö University · Summer 2016 · One Year MP · 1 (2016). P 8 (16)Smutny, Pavel, and Petra Schreiberova. "Chatbots for learning: A review of educational chatbots for the Facebook Messenger."Computers & Education 151 (2020): 103862. P10

(17) Chan-Olmsted, Sylvia M. "A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry."International Journal on Media Management 21.3-4 (2019): p.210.

(18)Clerwall Christer,Enter the Robot Journalist:Users perceptions of automated content, (journalism Practice, Vol.8,No.5, 2014)PP.519-531.

(١٩) سمر جمال الدين،"دور المواقع الإلكترونية النسائية وتأثيرها في تشكيل اتجاهات المرأة إزاء مشكلة العنف الأسري" (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والإعلان - المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - ع٢٣ – ٢٠٢٢) ص ص: ٣٩٩-٤٨١.
(٢٠) شيرين كامل "أطر قضية العنف ضد المرأة في المواقع الإلكترونية النسائية: دراسة مقارنة" (جامعة عين شمس - كلية الآداب، حوليات آداب عين شمس، مج٤٧، مارس ٢٠١٩) ص ص: ٩٢-١١٦.

(٢١)نها عبدالمقصود غالي، توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها: "دراسة ميدانية" (جامعة الأزهر- - كلية الإعلام بالقاهرة - مجلة البحوث الإعلامية- أكتوبر 2021) 1784 – 1734 .

(٢٢) اسماعيل موسى محمد الزعنون "اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية دراسة ميدانية" رسالة ماجستير منشورة (غزة ، كلية الاداب الجامعة الاسلامية، ٢٠٢١) ص ص ١- ٢٢٠.
(٢٣) توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها مبصداقيته لدى الجمهور المصري، عمرو محمد عبد الحميد ، القاهرة ، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مجلة البحوث الإعلامية، ع ٥٥، ج ٥ ، أكتوبر ٢٠٢٠، ص ص ٢٧٩٧-٢٨٦٠.

(24)Wu, Yanfang. "Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories." Journalism Practice (2019): 1-21.

(٢٥) بسام عطية محمد المكاوي، عمرو محمد عبدالحميد، "تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال" (السعودية، الجمعية السعودية للاعلام والاتصال، المجلة العربية للاعلام والاتصال، ع٢٨، ديسمبر ٢٠٢١) ص ص – 63 .124

(26)Chan –Olmsted, Sylvia M. "A Review of Artificial Intelligence Adoption in the Media Industry. International Journal on Media Management (2019) 21.3-4:193-215.

(٢٧) شاكر بن علي الذيابي، " رؤية النخبة الإعلامية في السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير الأخبار الكاذبة على منصات الإعلام الاجتماعي" (البحرين، الجامعة الخليجية، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري ، مج٤, ع٢ ، يوليو ٢٠٢٢) ص ص ١٢٣-١٦٣.

(٢٨) يسرا حسني عبدالخالق حسان، "اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠ م.): دراسة استشرافية المجلة المصرية لبحوث الإعلام جامعة القاهرة - كلية الإعلام ع٧٧، ٢٠٢١)، ٦٩١- ٧٤٣.

(29)Moravec, Vaclav. Mackovan Veronika,Sido, Jakub, Ektein, Kamil , Communication Today, Trnava,11, Iss.1,2020) pp.36-53.

(30)Ceide,C.F., Lopez, M. T., & Alvarez, M. V. "Impact of the COVID-19 on television in Spain: Content, audience, platforms and production strategies", (RISTI-Revista Iberica de Sistemas e Technologies de Información, 2020) PP 572-585.

(31)JL Rojas Torrijos, "Automated sports coverages, Case study of bot released by Washington Post during RIo 2016 and PyeongChang 2018 Olympics", Revista Latin de Comunicacion Social, 2019) PP 1729-1747.

(٣٢) مجدي الداغر،"اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساتهعلى دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر:دراسة ميادنية" (جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام ، المجلة العربية لبحوث الإعلام، مج ٢٠٢١،ع ٣٣، يونيو ٢٠٢١) ص ص ٤-١١٠.

.

(٣٣) دعاء فتحي سالم،"فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي: الفيس بوك أنموذجا"(جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج٢٠، ع ٣، الجزء الأول، يوليو-سبتمبر٢٠٢١) ص ص ١- ٦١.

(34) Zeine, Ghalla "Women empowerment and social networking in Mauritanian Female Facebook users" (international journal of network and communicationsV 9, Issue 3, 2019) pp. 89- 96

(35) Hoyle, E., & Antelo, AHow Artificial Intelligence impact the programs broadcasted by Globo TV: Case studies. SET INTERNATIONAL JOURNAL OF BROADCAST ENGINEERING, 5, - SET IJBE V.5, Article 3 Brazilian Society of Television Engineering , 2019) PP. 26-31.

(٣٦)محمود رمضان أحمد عبداللطيف، "تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية: في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية" (جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج٢٠, ع٣ ، سبتمبر ٢٠٢١) ص ص ١-٦٨.