وزارة التعليم العالي والبحث العلمي .

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام والإتصال.

عنوان المذكرة:

استخدامات المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الأخبار : دراسة وصفية تحليلية لعينة من صحفيي قناة النهار في الفترة الممتدة من 20 جانفي إلى 20 مارس 2024.

مشروع مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والإتصال.

تخصص: صحافة سمعية بصرية ورقمية.

من إعداد الطالبة :

طاس أميمة

تحت إشراف :

أ.د طايبي فاطمة الزهراء

أعضاء اللجنة المناقشة:

الرئيسة : أ.د بوخاري مليكة

المشرفة : أ.د طايبي فاطمة الزهراء

المناقشة: أ.د رويبي ريمة

السنة الدراسية: 2023_2024

Higher National School of Journalism and Information sciences

Department: Journalism

Algerian media institutions' uses of artificial intelligence applications in the news industry: A descriptive analytical study of a sample of Ennahar channel journalists in the period from January 20 to March 20 .

Graduation thèses to obtain a master's degree in Media Sciences Specialization: Audiovisual and Digital journalism

Done by:

Tas Oumaima

Under the supervision of professor:

Taiebi Fatima Zahra

Members of the Jury

President: D.Boukhari Malika

Supervisor: D.Taiebi Fatima Zahra

Discussion member: D.Rouibi Rima

Academic year: 2023/2024

شكر وعرفان

الحمد لله حمدا كثيرا حتى يبلغ الحمد منتهاه والصلاة والسلام على أشرف مخلوق أناره الله بنوره واصطفاه أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذة المشرفة طايبي فاطمة الزهراء على إرشداتها وتوجيهاتها التي لم تبخل بها علينا.

أشكر أبي وأمي اللذان سهرا على تقديم لنا كل الظروف الملائمة لإنجاز هذا العمل

أشكر كل من ساهم في نجاحنا وإتمام مذكرتنا.

إهداء

قال تعالى : بسم الله الرحمن الرحيم

« يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ درجات »

صدق الله العظيم

نحنُ لها و إن أَبت رُغماً عَنها أتينا .

أهدي هذا العمل المتواضع لأمي أولا و أبي حفظهما الله وكل عائلتي

القريبين من القلب والداعمين والمساندين في السراء والضراء شكرا لكم دمتم لي،

إلى أصدقائي الخطوة الأولى والخطوة الأخيرة ، إلى من كانوا في السنوات العجاف سحبا ممطرة أنا ممتنة جدا لوقوفهم معي في هذا اليوم.

وأخيرا..

أسأل الله أن يوفقنا جميعا في درب الحياة.

ملخص الدراسة :

سعت هذه الدراسة إلى قياس مدى استخدام المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإخبارية ،من أجل تقييم البيئة الإعلامية في الجزائر بعد كل التطورات التكنولوجية الحاصلة ،خاصة مع بروز الذكاء الاصطناعي الذي فرض نفسه على كل الميادين بما في ذلك الساحة الإعلامية حتى بات واقعا مفروضا لا مفر منه، كما هدفت الدراسة إلى اكتشاف رؤية الإعلاميين الجزائريين في تقييمهم لإدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة ،والوقوف على التحديات التي تواجه مهنة الإعلام في ظل طغيان التقنيات الحديثة ،بالإضافة إلى رصد مقترحات لتعزيز استخدام هذه التقنيات داخل غرف التحرير .تمت الدراسة على مدار الفترة من 20 جانفي إلى 20 مارس 2024 ،من خلال توزيع استبيان لعينة من صحفيي قناة النهار عن طريق اللقاء الشخصي . وتقع هذه الدراسة ضمن الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي بغية التوصل إلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منتظم .وقد توصلنا في الأخير إلى جملة من النتائج أبرزها أن 35% من صحفيي قناة النهار لا يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم ،و 32,5% منهم يوظفونها أحيانا،27,5% يستعملونها نادرا و 5% يستخدمونها دائما، مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين اليومي ،لكن بشكل متوسط . كما أفادت الدراسة أن لصحفيي قناة النهار معرفة متوسطة بالتقنيات البصرية الحديثة في إنتاج المحتوى المرئي و المتمثلة في تقنية الواقع المعزز وتقنية 360° و تقنية الهولوغرام .كما تبين أن قناة النهار لم توظف هذه التقنيات في غرف الأخبار بالإضافة إلى أنها لا توفر تكوينات للصحفيين في هذا المجال .

الكلمات المفتاحية: استخدامات / المؤسسات الإعلامية الجزائرية/ تطبيقات الذكاء الاصطناعي / صناعة الأخبار /قناة النهار.

Abstract :

This study sought to measure the extent to which Algerian media institutions use artificial intelligence applications in producing news materials, in order to evaluate the media environment in Algeria after all the technological developments that have occurred, especially with the emergence of artificial intelligence, which has imposed itself on all fields, including the media arena, until it has become a reality. It is imposed and inevitable. The study also aimed to discover the vision of Algerian media professionals in their evaluation of the integration of artificial intelligence technologies in the field of journalism, and to identify the challenges facing the media profession in light of the tyranny of modern technologies, in addition to monitoring proposals to enhance the use of these technologies within newsrooms. The study was conducted. Over the period from January 20 to March 20, 2024, by distributing a questionnaire to a sample of Al-Nahar channel journalists through a personal meeting. This study falls within the descriptive quantitative studies based on interpreting the phenomenon objectively, using the descriptive analytical method in order to arrive at interpretive results in a systematic, scientific manner. Finally, we reached a number of results, the most notable of which is that 35% of Al-Nahar TV journalists do not use artificial intelligence techniques in their work. And 32.5% of them use it sometimes, 27.5% use it rarely, and 5% use it always, which means that artificial intelligence is present in the daily routine, but on an average basis. The study also reported that Al-Nahar channel journalists have an average knowledge of modern visual technologies in producing visual content, represented by augmented reality technology, 360° technology, and hologram technology. It also turned out that Al-Nahar channel did not employ these technologies in newsrooms, in addition to that it does not provide training for journalists in this field. the field .

Keywords: uses / Algerian media institutions / applications of artificial intelligence / news industry / Al-Nahar channel.

مقدمة

مقدمة:

شكلت تكنولوجيا المعلومات حجر الزاوية في ثورة وسائل الإعلام الجماهيري، حيث أحدثت التقنيات الحديثة نقلة نوعية في إنتاج المحتوى الإعلامي ، خاصة مع ظهور الذكاء الاصطناعي وتقنياته التي مست كل المجالات، بما في ذلك قطاع الإعلام ،فباتت وسائل الإعلام السمعية البصرية تتنافس على امتلاك غرف أخبار ذكية، وتستخدم أحدث الوسائل والقوالب التكنولوجية لعرض برامجها ومحتوياتها. مما أدى إلى تحول جذري في مجال الصحافة ،حيث برزت أنواع صحفية جديدة لبث المضامين الإعلامية ،التي تستهوي البصر وتجذب الجمهور.

بعد دخول الثورة الصناعية الرابعة، برزت « صحافة الذكاء الاصطناعي » كقوة جديدة في إعادة صناعة الصحافة .انطلقت هذه الصحافة في العالم العربي، وخاصة في دبي، حيث أُطلقت مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والإشراف كأول مؤشر من نوعه .مع ذلك، لا تزال هناك تحديات تواجه الصحفيين في استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، مثل الحاجة إلى ميزانيات جيدة وبنى تحتية مناسبة، وغرف أخبار مجهزة بوسائل متطورة، وصحفيين متمرسين في المجال الرقمي.

لقد باتت تقنيات الذكاء الاصطناعي أداة أساسية بالنسبة للصحفيين، فهي تساعدهم في تحديد الموضوعات المهمة ذات الصلة بمجال تغطيتهم، وتقدم لهم تحليلات وتفسيرات للبيانات بشكل أسرع وأكثر دقة. يُمكن للذكاء الاصطناعي أن يُساعد الصحفيين على إنشاء تقارير أكثر جودة واحترافية. حققت هذه التقنيات نجاحًا كبيرًا في عالم الصحافة، ويتمثل دورها المحوري في مساعدة الصحفيين وتقليل العبء عليهم من خلال اقتراح تصحيحات نحوية وتحسينات في صياغة النصوص، ورصد الأحداث والاحصائيات وتنظيم المعلومات.

و مع هذه التطورات الحاصلة في مجال الصحافة على المستوى العالمي والعربي بات التكيف مع هذه التقنيات ضرورة حتمية .

لهذا السبب، جاءت هذه الدراسة من أجل فهم مدى استخدام المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية.

وللإجابة عن إشكالية الدراسة ،إتبعنا خطة منهجية علمية والتي قمنا بتقسيمها إلى 3 جوانب: جانب منهجي،جانب نظري وجانب تطبيقي ،مقسمة إلى 3 فصول.

الجانب النظري: ويضم فصلين كل فصل يحتوي على 3 مباحث .

الفصل الأول : بعنوان مدخل إلى أساسيات الذكاء الاصطناعي وتطور المجال الإخباري،عرضنا من خلاله مدخل عام حول مجال الذكاء الاصطناعي ،بعدها تطرقنا إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطور المجال الإخباري ،فيما بعد ذكرنا أهم التقنيات البصرية الحديثة في صناعة المواد الإعلامية.

الفصل الثاني: تحت عنوان الممارسات الإعلامية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي .تطرقنا فيه إلى دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام ،فيما بعد أشرنا إلى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحفي ،وفي آخر مبحث تكلمنا حول مستقبل الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي.

الجانب التطبيقي: ويضم فصل تطرقنا فيه إلى تقديم بطاقة تقنية لقناة النهار ،بعد ذلك قمنا بتحليل وتفسير البيانات الميدانية ،بما فيها عرض وتحليل الجداول البسيطة وكذا المركبة ،ثم استخلاص النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي :

الإشكالية:

يعد الذكاء الاصطناعي من أبرز التطورات التكنولوجية في العصر الحديث التي غزت جميع الميادين والصحافة ليست بمعزل عن ذلك إذ شهدت العديد من الدول تبنيها لهذه التقنيات الذكية في مجال الصحافة وصناعة الإعلام.

وبهذا شهدت صناعة الصحافة تطورا متزايدا خلال السنوات القليلة الماضية نتيجة هذه الثورة التكنولوجية الحاصلة والتي أدت بدورها إلى حدوث تحولات جوهرية وتغييرات جذرية في عمليات الإنتاج الإخباري وصناعة الإعلام ، حيث تبلورت مفاهيم جديدة تعرف بصحافة الذكاء الاصطناعي أو صحافة الروبوت التي تعتمد على الروبوت في تأدية المهام الإعلامية كالتصوير و الكشف عن الأخبار المزيفة والتي تعمل بأنظمة وأجهزة ذكية تسهل الممارسات الصحفية من خلال إنتاج الآلاف من الأخبار والموضوعات آليا ، وبالتالي توفير الكثير من الوقت والجهد .

ومن هنا وعلى هذا الأساس كان لا بد من تسليط الضوء على الإعلام في عصر التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي والوقوف عند الجدلية القائمة على المحافظة على القواعد المهنية وما هو قادم من جديد تكنولوجي بالحديث عن قطاع السمعي البصري الجزائري .فاستهدفت هذه الدراسة رصد استخدام المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتقنيات الذكاء الاصطناعي من أجل فهم واقع تكيف الصحفيين في الجزائر مع هذه التقنيات الذكية ، و حال الإعلام الجزائري في ظل ضرورة مواكبة التكنولوجيات الحديثة .ومن خلال ماسبق تتبلور معالم إشكالية بحثنا وتصاغ كالآتي:

ما واقع استخدام قناة النهار لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية جملة من الأسئلة الفرعية :

تساؤلات الدراسة:

- ما مفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي لدى عينة الدراسة؟
- ما واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل مؤسسة النهار تي في ؟
- هل تقدم مؤسسة النهار الإخبارية تكوينات للصحفيين في مجال الذكاء الاصطناعي ؟
- ما مدى استفادة المؤسسات الإعلامية الجزائرية من تطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟

فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** تستخدم قناة النهار تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.
- **الفرضية الثانية:** لم تصل قناة النهار بعد إلى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.
- **الفرضية الثالثة:** لا تقدم قناة النهار تكوينات لصحفييها في مجال الذكاء الاصطناعي.

أهمية الدراسة :

تأتي هذه الدراسة في الوقت الذي نحن بأمس الحاجة إلى مواكبة التقدم الحاصل في قطاع الإعلام .وتكمن أهمية الدراسة في محاولة فهم ظاهرة حديثة بالنسبة للمجتمعات العربية وتحديدا في الجزائر وهي دراسة لواقع تكيف المؤسسات الاعلامية الحزائرية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامها لها ومدى توفرها من عدمها. ويمكن حصر أهمية الدراسة في :

- تركيزها على التغييرات التي أحدثها مجال الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام .
- دراسة تهتم بآخر ما وصل إليه قطاع الإعلام في ظل التطور التكنولوجي الحاصل.

❖ لهذه الدراسة أبعاد مستقبلية لقطاع الصحافة السمعية البصرية في الجزائر .

❖ تسليط الضوء على الفجوات التقنية في إنتاج المحتويات الإعلامية الجزائرية.

أسباب اختيار الدراسة:

يرجع اختياري لهذا الموضوع إلى أسباب موضوعية وأخرى ذاتية .

الأسباب الموضوعية:

- تتمثل أسباب اختيار الموضوع في حداثته كون أن صحافة الذكاء الاصطناعي خلقت عهدا جديدا في صناعة الاعلام مما جعل المؤسسات الاعلامية الجزائرية أمام العديد من التحديات سواء على مستوى البنية التحتية وتبني التقنيات في غرف الأخبار وفي كافة مجالات العمل الاعلامي ، أو حتى على مستوى إدراك هذا المفهوم لدى العاملين في الحقل الإعلامي من الصحفيين ، الذين وجدوا أنفسهم أمام ابتكارت وتقنيات ذكية بدأت في فرض نفسها على واقع الممارسة العملية وهذا الموضوع رغم أهميته إلا أنه لم يحظ باهتمام بحثي كبير وبالتالي يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة التي ستجرى في تقييم وفهم حدود استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية الجزائرية ومعرفة المرحلة التي وصل إليها قطاع الإعلام في الجزائر من تطور تكنولوجي .
- ملاحظة استعمال تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل أحد الصحفيين الجزائريين ، أثناء إجرائي لتبرص ميداني في التلفزيون العمومي الجزائري .

الأسباب الذاتية:

- الموضوع قيد الدراسة ينتمي إلى حقل تخصصي في السمعي البصري الرقمي.

- رغبتي في التعرف عن قرب على ما وصلت إليه القنوات الجزائرية من تقدم تكنولوجي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعنصر الإبهار البصري.
- كون الموضوع جديد على البحث العلمي وفيه إضافة لفائدة الباحثين والإعلاميين.

أهداف الدراسة:

- معرفة مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية الجزائرية.
- قياس قدرة صحفيي القنوات التلفزيونية الجزائرية على التعامل مع هذه التقنيات.
- التعرف على المعوقات التي تقلل فرصة الاستفادة من إمكانياتها.

مفاهيم الدراسة:

الذكاء الاصطناعي ،المؤسسة ، الإعلام .

التعريف اللغوي للذكاء الاصطناعي: ينقسم الذكاء الاصطناعي إلى عدة فروع ، منها الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي. ويعد الذكاء البشري معطى طبيعيا زود الله به الإنسان ليمكنه من فهم قوانين الحياة والتحكم فيها ،بينما يعد الذكاء الاصطناعي نتيجة للذكاء البشري اصطنعه الإنسان نفسه ليحاكي به ذكاءه مستخدما التقنيات التي وفرها علم الحاسوب.[1]

التعريف الاصطلاحي للذكاء الاصطناعي Artificial intelligence :هو فرع من فروع علوم الحاسبات ،أيضا يعرف بأنه أنظمة وأجهزة تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام والتي

[1] خليفة بن الهادي الميساوي، الذكاء الاصطناعي و حوسبة اللغة العربية: الواقع والآفاق،مجلة مدارات في اللغة والأدب ، كلية الآداب :جامعة الملك فيصل ، المجلد 1 ، العدد 5 ،الجزائر ،2021 ،ص 11.

يمكنها أن تحسن من نفسها استنادا إلى المعلومات التي تجمعها،وإحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي .[2]

وهو عملية محاكاة الذكاء البشري عبر أنظمة الكمبيوتر وتتم من خلال دراسة سلوك البشر عبر إجراء تجارب على تصرفاتهم ووضعهم في مواقف معينة ومراقبة رد فعلهم ونمط تفكيرهم وتعاملهم مع هذه المواقف ،ومن ثم محاولة محاكاة طريقة التفكير البشرية عبر أنظمة كمبيوتر معقدة ،ولكي تتسم آلة أو برمجية بالذكاء الاصطناعي لابد أن تكون قادرة على التعلم وجمع البيانات وتحليلها وإتخاذ قرارات بناء على عملية التحليل هذه بصورة تحاكي طريقة تفكير البشر.[3]

التعريف الإجرائي: التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية وأنماط عملها في تحرير المحتوى عبر صياغة المحتوى آليا عن طريق خوارزميات تعمل دون تدخل بشري،عبر مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني الرقمي .[4]

المؤسسة:

لغة: من الفعل أسس، جعله تأسيسا وإنما يسمى تأسيسا لأنه إشتق من أسس الشيئ .الأسس أصل البناء.

[2]مجدي،صلاح طه المهدي ،التعليم وتحديات المستقبل في ضوء فلسفة الذكاء الاصطناعي ،مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي ،كلية التربية،جامعة المنصورة ، المجلد 2 ،العدد 5 ، مصر ،2021،صفحة 11.

[3]عايض،بن مرزوقي الحربي،توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الإنتاج التلفزيوني،مجلة علوم الإتصال، جامعة أم درمان الإسلامية ،المجلد الثامن،العدد الأول،السودان،2023،ص 5.

[4]عمرو محمد،محمود عبد الحميد،توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري ،مجلة البحوث الإعلامية ،،جامعة الأزهر ، العدد الخامس والخمسون ،مصر،2020،ص 35.

مؤسسة (أسس) جمعية أو معهد أو شركة ،أسس لغاية إجتماعية أو أخلاقية أو علمية أو ثقافية .[5]

إصطلاحا : حسب المدلول القانوني هي مجموعة القواعد القانونية والوظائف وتشكل متحدا منسقا ومنظما .كذلك تعرف على أنها الوحدة الاقتصادية التي تقوم بتقديم خدمة ما وتسمى مؤسسة خدمة أو إنتاج سلعة وتسمى مؤسسة تجارية ،تعتمد أساليب إدارية من أجل تحقيق أهدافها بالكفاءة والفعالية المطلوبين ،وقد استعمل"أوغست كونت" مصطلح مؤسسة في مجالات المؤسسة العائلية والاقتصادية والمؤسسة الثقافية والتربوية .

إجرائيا:هي مؤسسة إعلامية تختص في مجال بث وعرض مختلف البرامج ذات جودة وذلك باستخدام الوسائل الإعلامية والاتصالية وتسخيرها لإنتاج المادة الإعلامية ذات جودة التي تخاطب جميع شرائح المجتمع وفي بعض الأحيان تقوم بإنتاجها وقد تكون مؤسسة التلفزيون ، الإذاعة ، وكالة أنباء أو جريدة .[6]

الإعلام :

لغة: ما علم و المعلم ماجعل عامة وعلما للطرق والحدود الإعلام،وعلمه= علما وعلم نفسه علم الأمر وتعلمه وكذلك جاء في قاموس Robert D'aujourd'hui أن الإعلام هو الاستعلام حول شيئ ما أو شخص ما وهو فعل الاستخار أو الاستعلام كما يشير للخبر أو الحدث الذي يعلمه للفرد أو الجمهور.

[5]إيمان قتاتلية،أميرة أوهيب ،وفاء سلامنة،استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية:مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة 08 ماي 1945 قالمة،الجزائر،2016 ،ص 14.

[6]سوسن خليل، حورية خوالد ،تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجهوية لولاية رقلة ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة ،شعبة علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر، 2015، ص 17.

إصطلاحا: تشمل جانب من كلمة إتصال Communication وآخر كلمة معلومات عند ترجمتها من اللغة العربية إلى اللغتين الإنجليزية والفرنسية هي information وهو بوجه خاص يعني الاتصال الجماهيري عن طريق الوسائط Mass_média مما جعل بعض كليات الإعلام العربية تغير اسمها من Faculty of information إلى Faculty of communication.

إجرائيا : الإعلام يدل على مضمون الرسالة ،فالرسالة يمكن أن تكون إعلامية بشكل أو بآخر أي أنها تعلم عن شيء ما ولكن الإعلام يمكن أن يدل على تدفق الرسائل ذات الاتجاه الواحد من المرسل إلى المستقبل خاصة في تقديم خدمة إخبارية والحصول على المعلومة بجودة عالية.[7]

منهج الدراسة :

يتمثل في المنهج المسحي الوصفي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وذلك بالاعتماد على أسلوب المسح بالعينة.

عينة البحث:

عينة الدراسة متمثلة في 40 صحفي عامل بمؤسسة النهار تي في، وهي عينة عشوائية.

المقاربة العلمية للدراسة :

ينتمي هذا البحث إلى نوعية الدراسات الكيفية و الكمية الوصفية التي لا تقف عند مرحلة جمع البيانات بل تمتد إلى تصنيفها وتحليلها ووصفها و التي تعتمد على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي .

المقاربة النظرية للدراسة :

[7] المرجع نفسه ، ص 16.

سيتم الاستعانة بالنظرية الموحدة لقبول و استخدام تكنولوجيا المعلومات Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)، وتقوم النظرية على عدة نماذج أبرزها نموذج تقبل التكنولوجيا TAM باعتباره نموذجا شاملا لفهم قبول وتبني الأفراد للتطبيقات التكنولوجية المختلفة في المجالات المتعددة من إعلام،رعاية صحية،تعليم،صناعة وغيرها .كما يمكن توظيفه في التوصل إلى العوامل المؤثرة على سلوك الأفراد نحو تلك التطبيقات.

أدوات جمع البيانات :

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث، فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث، لأن الاختيار الصائب والأمثل للأداة التي ستعتمد في جمع البيانات ستساعد في تسهيل جمع البيانات بأكبر قدر ممكن، لهذا نجد معظم الباحثين يستخدمون أكثر من أداة من أجل التغطية الكاملة لعناصر البحث .إضافة إلى أن المنهج الوصفي يقتضي كمية كبيرة من البيانات حول الموضوع المدروس من أجل الحصول على نتائج دقيقه ولهذا فإن طبيعة الأدوات المستخدمة تمثلت في :

الاستبيان : يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث ، كونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها.

والجدير بالذكر أن الاستبيان في تسميته أقرب الى الدليل المرشد المخصص لسلسلة من الأسئلة التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات ،قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تعين الباحث في إجراء مقارنات رقميه للحصول على ما هو بصدد البحث عنه ، وفي شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء

المبحوثين من قضية معينة وعليه فإن الأسئلة توزع في شكل استمارة على المبحوثين، و يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول ،وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من المعلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق فالاستبيان إذا أداة مهمة وأساسية لا يتجزأ من هذا البحث ،[8] فاستخدامه ساعدنا على الحصول على مجموعة من البيانات التي أفادتنا بشكل كبير في استخلاص نتائج دراستنا.

بالإضافة إلى الاستبيان اعتمدنا على الملاحظة والمقابلة مع صحفيين و رؤساء تحرير من قناة النهار ، كأدوات مساعدة من أجل التمكن من تفسير النتائج المتحصل عليها من خلال الاستمارة.

الدراسات السابقة وطرق الاستفادة منها:

- ❖ هدفت دراسة عبد الحميد ، 2020 لرصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصداقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي وعبرالمحور البشري.أظهرت النتائج أن أبرز المجالات التي نجحت في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي كانت الدردشة الآلية عبر المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 4,03% يليه التعامل مع البيانات الضخمة بمتوسط حسابي 3،99% وجاء في الترتيب الرابع الترجمة الالية بمتوسط حسابي 3،81%.
- ❖ دراسة الخولي سنة 2020 هدفت الدراسة للتعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام أداة الاستبانة بالتطبيق على عينة عمدية من

[8] إيمان بوناب ،رونق غولي ،الصورة الذهنية لقناة النهار لدى جمهورها خلال حراك 22 فيفري ،مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة 8 ماي 1945 قالمة ،الجزائر 2020، ص 9

الصحفيين في المؤسسات الصحفية المصرية وأظهرت النتائج أن الاعتماد في المؤسسات الصحفية المصرية على التقنيات التكنولوجية تتمثل في مراحل العمل الصحفي سواء جمع المعلومات والتحرير والاخراج نسبة67 %، 2وخاصة مرحلة إنتاج الجرافيك.

- ❖ Neha Jindal دراسة2020 والتي أكدت على ضرورة تطوير المناهج وطرق التدريس بكليات الإعلام نتيجة للممارسات الإعلامية الرقمية الجديدة التي تتطلب تغييرا في مهارات الملتحقين بالمجال.
- ❖ Erik Herman ,2021 وخلصت الدراسة إلى أنه ينبغي النظر إلى أدوات الذكاء الاصطناعي بإعتبارها أدوات تستخدم من أجل الصالح الاجتماعي لتلبية الحاجات التجارية و المعلوماتية معا وبالرغم من أن التخصيص الشامل الخدمات والبرامج يمكن أن يحد من تنوع المحتوى أو يتعارض مع الخصوصية أو الاستقلالية للأفراد إلا أنه يجب النظر إلى المبادئ الأخلاقية على أنها عوائق للتقدم التكنولوجي.
- ❖ دراسة بعنوان الاتجاهات الجديدة للاعلام عن الرقمي: الذكاء الاصطناعي كمحرك الإبتكار الإعلامي لحسام الدين مرزوقي عواطف منال عزايرية سنة.2023 خرجت الدراسة بنتيجة أنه يمكن تصور مستقبل الصحافة على أنه شبكة تعاونية مع الذكاء الاصطناعي تلعب دورا محوريا في تحويل شكل المهمة حيث تمنح ادوات الذكاء الاصطناعي إضافة نوعية للعمل الإعلامي.صحيح أن هذا الانتقال سيخلق الكثير من المآسي بالنسبة للمؤسسات الاعلامية لكن النجاة ستكون للمؤسسات التي ستفهم بشكل مبكر ضرورة التكيف مع الأدوار الجديدة وفق براديغم جديد يتجاوز حدود فهمنا التقليدي للاعلام

التعليق على الدراسات السابقة وطرق الاستفادة منها :

من خلال الرصد المنهجي للدراسات السابقة يتضح تقارب المجال الزمني لإجراء هذه الدراسات فمعظم هذه الدراسات أجريت في فترات زمنية متقاربة .وعلى مستوى الأدوات المنهجية نجد أن معظم الدراسات قد اعتمدت على أداة الاستبانة في جمع المعلومات وباستخدام منهج المسح بالعينة وبشكل عام أظهرت النتائج أهمية القيام بدراسات حول المستقبل التكاملي بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي والممارسة التقليدية في المؤسسات الاعلامية وهذا ما سعت الدراسة الحالية رصده.

الإطار النظري

الفصل الأول

مدخل إلى أساسيات الذكاء الاصطناعي وتطور المجال الاخباري

الفصل الأول: مدخل إلى أساسيات الذكاء الاصطناعي و تطور المجال الإخباري

تمهيد

في العقود الأخيرة، شهد العالم تطورات هائلة في مجال الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الرقمية، إذ شق الذكاء الاصطناعي طريقه بالفعل الى العديد من جوانب الحياة البشرية ، بما في ذلك المجال الإعلامي. لقد تحول هذا المجال بشكل جذري ، حيث بات الذكاء الاصطناعي أداة قوية في إنتاج المحتوى والتحليل والتوزيع الإعلامي، إذ ساهم في تطوير إنتاج المواد الإخبارية وتحويلها إلى صناعة أكثر ذكاءً واستجابةً لاحتياجات الجمهور في عصر التحول الرقمي.

المبحث الأول: مدخل عام حول مجال الذكاء الاصطناعي.

المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاصطناعي.

الذكاء الاصطناعي هو أحد فروع علم الحاسوب الذي يهتم بتطوير الأنظمة والبرامج الذكية. ظهرت التقنيات المتطورة للذكاء الاصطناعي منذ تسعينيات القرن العشرين، وذلك مع دخول العصر الرقمي وظهور الأقمار الصناعية. أحد مخترعي مصطلح "الذكاء الاصطناعي" هو **Marvin Lee Minsky** في الخمسينيات من القرن الماضي.

وفقًا لرواد مجال الذكاء الاصطناعي، فإنه علم وهندسة تهدف إلى صناعة آلات وبرامج كمبيوتر ذكية قادرة على التفكير والتصرف بذكاء يحاكي الذكاء البشري. ويتم تحقيق هذا من خلال دراسة طريقة تفكير العقل البشري وكيف يتصرف الإنسان ويتخذ القرارات والإجراءات أثناء حل المشاكل. ويتم استخدام نتائج هذه الدراسات كأساس لتطوير البرامج والأنظمة الذكية.

قدمَ مينسكي تعريفًا للذكاء الاصطناعي على أنّه بناء برامج الحاسوب التي تقوم بمهام بشكل أفضل من تلك التي يقوم بها البشر؛ لأنَّها تتطلّب عمليات عقلية ذات مستوى عالٍ مثل التعلُّم الحسِّي وتنظيم الذاكرة ولتحقيق هذا الهدف، يعتمد الذكاء الاصطناعي على نوع جديد من الخوارزميات؛ وهي سلسلة من التعليمات التي تؤدي إلى نتيجة معيَّنة بناءً على البيانات المُقدَّمة، والتي يتم تعيينها باستخدام تقنيات التعلم التلقائي[9].

نستنتج أن الذكاء الاصطناعي يمتلك القدرة على التعلم والتحسين المستمر دون الحاجة للتدخل البشري المباشر.

[9] Mercier , Arnaud,la revue des médias L’information face à l’intelligence artificielle : promesses et danger ,publié le 5 /02/2018 ,vu le 03/03/2024 à 16 :12 https://larevuedesmedias.ina.fr.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لتقنيات الذكاء الاصطناعي.

يعتبر عالم الكمبيوتر البريطاني آلان تورينج أول من تساءل حول الذكاء الاصطناعي حيث طرح فكرته في ورقة بحثية قدمها إلى جامعة مانشستر في بريطانيا عام **1950**والتي كان عنوانها آلات الحوسبة والذكاء **Computer machinery and intelligence** حيث ناقش مدى إمكانية امتلاك الآلة لذكاء يحاكي الذكاء البشري وكيفية اختبار ذكاء الآلة عموما يعتبر آلان تورينج من أبرز المساهمين في تشكيل مجال الذكاء الاصطناعي وتثبيت مفاهيمه الأولية يرى كثيرون أن بعض نظرياته أسست لما يعرف اليوم بالذكاء الاصطناعي ويرجع إليه الفضل في فك شفرة الرسائل العسكرية الألمانية خلال الحرب العالمية الثانية والجدير بالذكر أن آلان تورينغ قد أسس لما يعرف بالكمبيوتر الرقمي وذلك بعد أن طور فكرة آلة الحوسبة الشاملة التي بإمكانها أن تنفذ أي عملية حسابية وقد عرفت بعدها باسم آلة تورينغ[10]

وخلال الحرب العالمية الثانية كانت الاتصالات الألمانية بين قادة الجيش مشفرة من خلال جهاز تشفير يسمى إنيغما ورغم صعوبة الأمر إلا أن تورينج اخترق نظام التشفير الألماني إنيغما وذلك عن طريق نظام حوسبة بالآلة يسمى القنبلة**Enigma**

لقد ساهم هذا العمل في تطوير مفهوم الحوسبة والذكاء الاصطناعي وفي سنة **1952**طور العالم آرثر صموئيل أول برنامج للعبة الشطرنج من خلال تعلم ذاتي أو آلي.

ويعود الفضل في صياغة مصطلح الذكاء الاصطناعي لكل من علماء الرياضيات John Mc Carthy ,Marvin Minsky ,Nathaniel Rochester,Claude Elwood Shanoon.

[10] آلان تورينغ عالم رياضيات بريطاني فك شفرة الألمان في الحرب العالمية الثانية ،تم الإطلاع عليه في 2024/03/02 على الساعة 5:30 /https://www.aljazeera.net

وذلك من خلال ورقتهم البحثية المقدمة في مؤتمر دارتموث الذي عقد في كلية دارتموث بالولايات المتحدة الأمريكية في يونيو عام **1956** والتي كانت بمثابة الميلاد لمفهوم الذكاء الاصطناعي.

من خلال هذا الإطار النظري بدأت الأبحاث في مجال الذكاء الاصطناعي تظهر وتعزيز البحوث المتعلقة به التي شهدت تطورا ملحوظا في الفترة التي تتراوح ما بين عامي **1957**و **1974**خلال هذه الفترة تم تحسين قدرة أجهزة الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعلومات بشكل أسرع وأرخص وأكثر سهولة بفضل هذا تطور تم توسيع فهم العالم للخوارزميات التي تعمل بواسطتها أنظمة الذكاء الاصطناعي رغم التحذيرات من خطورة الذكاء الاصطناعي والتقليل من أهميته التي ولدت في التقرير المنشور في المملكة المتحدة عام **1973** والذي جعل هذا المجال مهددا بالزوال إلا أن الحكومة اليابانية قد منحته فرصة جديدة في عام **1982** حيث تم تمويل مشروع ضخم عرف بمشروع أنظمة الكمبيوتر من الجيل الخامس بواسطة وزارة التجارة الدولية والصناعة .

عرف مجال الذكاء الاصطناعي تطورا ملحوظا في فترة الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين على سبيل المثال في عام **1997** خسر بطل العالم غاري كاسباروف في لعبة الشطرنج أمام برنامج حاسوبي يسمى **deep Blue** في نفس السنة تم تطوير برنامج للتعرف على الكلام من طرف**dragon systems** **Windows** وتنفيذها على نظام التشغيل .

في بداية القرن الحادي والعشرين شهد مجال الذكاء الاصطناعي تقدما واضحا إذ نجحت سيارة جوجل في اجتياز اختبار القيادة الذاتية في ولاية نيفادا الأمريكية عام **2014** كما طورت جوجل **ia phago** في عام **2015** برنامجا حاسوبيا أطلق عليه, يستخدم شبكة

عصبية اصطناعية تسمى بالتعلم العميق أو الاصطناعي وكانت لها القدرة على التغلب على بطل في لعبة الشطرنج .

بعدها اقتحمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي شتى المجالات كالمجال الاقتصادي الاجتماعي الطبي والعسكري خاصة الروبوتات وطائرات ذاتية القيادة وسلاسل الكتل والآلات الذكية التي تسمح بإبرام عقود تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي كآلات بيع المشروبات الغازية وما إلى ذلك[11] .

واستمرت التطورات والاختراعات في هذا مجال الذكاء الاصطناعي والروبوتات إلى أن بات جزءا أساسيا من حياتنا اليومية .

في عام 2020، نجحت جامعة أكسفورد في تطوير اختبار الذكاء الاصطناعي Curial، والذي استُخدم في تحديد COVID-19 سريعًا.

وفي عام 2021، تم تطوير نظام الذكاء الاصطناعي متعدد الوسائط Dall-E، من قِبل OpenAI، إذ يستطيع هذا النظام تحويل المدخلات النصية إلى صور.

وفي عام 2022، أصدرت جامعة كاليفورنيا روبوت يُدعى سان دييغو، والذي يمتلك أربعة أرجل ولديه القدرة على العمل بالهواء المضغوط.

وشهد عام 2023 إصدار OpenAI روبوت الدردشة الشهير ChatGPT، والذي يمتلك القدرة على إجراء محادثات مع البشر والإجابة على أسئلتهم.12

[11] محمد ربيع فتح الباب،عقود الذكاء الاصطناعي ،نشأتها،مفهومها ،خصائصها،تسوسة منازعاتها ،جامعة المنوفية ،مصر ،2022، ص 608_610

[12] بكه،تاريخ الذكاء الاصطناعي: مراحل التطور وأشهر علمائه،تم الإطلاع عليه في 2024/03/04 على الساعة 18:15، https://bakkah.com/ar.

المطلب الثالث: البيانات الضخمة

تُعتبر" البيانات الضخمة "مصطلحًا يشير إلى الحجم الهائل من البيانات الذي يتزايد بشكل مطرد ومتسارع مع مرور الوقت .تتميز هذه البيانات بحجمها الكبير وسرعة توليدها المتغيرة، الأمر الذي يجعل التعامل معها باستخدام أساليب وأجهزة معالجة وتخزين البيانات التقليدية أمرًا صعبًا للغاية .ويعود السبب الرئيسي لهذه الصعوبة إلى أن مصادر البيانات تنتج كميات ضخمة من المعلومات بشكل مستمر ودون توقف13

تزايد حجم البيانات التي يتم إنشاؤها بشكل كبير، حيث بلغ بين 150 إلى 1200 إكسابايت خلال فترة خمس سنوات الأخيرة ، ويتم إنشاء 2.5 تريليون بايت من البيانات يوميًا. وبالإضافة إلى ذلك، يشهد الآن تطورًا هائلًا في مجال المعالجات المتوازية، خاصة المعالجات التي تضم آلاف النوى مقابل العشرات في وحدة المعالجة الرسومية GPU، مما أدى إلى تسريع كبير لخوارزميات أنظمة الذكاء الاصطناعي CPU المركزية، وجعلها الآن قابلة للتنفيذ بكفاءة وسلاسة، وذلك بفضل تمركز البيانات الضخمة في مواقع متعدد.

حفظ هذه الكميات الهائلة من البيانات التي تنتج يُعتبر أمراً بالغ الأهمية، حيث يجب عدم تفويت أي جزء منها نظراً لصعوبة تخزينها، وذلك بسبب عدم قدرة الشركات التقليدية في تقنية المعلومات على التعامل بكفاءة مع تلك البيانات الكبيرة، لذا يلجأ إلى استخدام الذكاء الاصطناعي والخوارزميات المتنوعة لمعالجتها.

يستطيع الذكاء الاصطناعي تحليل كميات هائلة من البيانات، وفي ضوء هذا التحليل، يكشف عن الاتجاهات والأنماط ويتنبأ بالتطورات المستقبلية. باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن تنفيذ المهام التحليلية بسرعة فائقة مقارنة بالإنسان، إذ تعتبر

[13] ماذا يعني مصطلح " « Big Dataأو البيانات الضخمة؟ ،تم الإطلاع عليه في 2024/03/07 على الساعة 12:50، https://www.almayadeen.net

البيانات الضخمة الوقود الأساسي لهذا العملية. ومع ذلك، يجب تنظيف وتهيئة هذه البيانات بدقة لاستخدامها بفاعلية، حيث تقوم أنظمة الذكاء الاصطناعي بإزالة البيانات غير الضرورية ، يستفيد الذكاء الاصطناعي من زيادة مدخلاته لتطوير قدراته، وزيادة جودة البيانات تزيد من دقة النتائج التي يقدمها.[14]

المطلب الرابع: التعلم الآلي والتعلم العميق.

التعلم الآلي: هو قدرة النظام الذكي على التعلم وتحسين الأداء من خلال التجارب، دون إخضاعه إلى البرمجة. يتم تحليل البيانات وتدريب النظام على استخدامها من خلال مجموعة من الخوارزميات، ويتم توقع الأحداث المستقبلية استنادًا إلى التحليل المجرى. بدلاً من كتابة تعليمات برمجية لمهمة معينة، يتم تدريب الجهاز على كيفية تنفيذ المهمة باستخدام تلك البيانات والخوارزميات. يعتمد التعلم الآلي على تقنية تسمى "الشبكات العصبية"، التي ترتكز على عوامل محددة لتحديد النتائج الممكنة في حالات معينة. يتم برمجة هذه الشبكات أولاً بواسطة البشر، ويجب على المبرمج ضبط العوامل الهامة (الأوزان) لتحديد النتائج الممكنة التي يحتاج إليها الذكاء الاصطناعي من المعلومات المتاحة، عندما تكتمل عملية التدريب للشبكة العصبية، تصبح الآلة قادرة على تحديد العوامل الأساسية بنفسها وتحسين دقتها تلقائيًا دون الحاجة لتدخل بشري. ويصبح الجهاز بإمكانه تصنيف البيانات الجديدة من خلال الشبكة وإنتاج نتائج دقيقة في الوقت الفعلي. يعتبر التعلم الآلي أحد فروع تقنيات الذكاء الاصطناعي الواعدة ، حيث يعتمد على تحليل البيانات والتنبؤ بالنتائج باستخدام مجموعة من الخوارزميات المعقدة. يتم تدريب النظام ذاتيًا باستخدام كميات هائلة من البيانات لأداء المهام المطلوبة بناءً على المعلومات السابقة. [15]

[14] عبد الله موسى،أحمد حبيب بلال،الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر،الطبعة الأولى،المجموعة العربية للتدريب ،مصر،2019 ،ص 117..

[15] عبد الله موسى ،أحمد حبيب بلال،المرجع نفسه،ص 105.

بناءً على المعلومات السابقة، يُستنتج أن في مجال الذكاء الاصطناعي، لا يتم برمجة الخوارزميات بشكل مباشر لتحسين نفسها وتعديل أدائها، بل تُصمم هذه الخوارزميات لتتعلم وتتكيف بشكل آلي من خلال التعرض للبيانات والتجارب. في حالة التعلم الآلي، يتم تزويد الآلة أو النظام بالبيانات والخوارزميات المناسبة، حيث تقوم بتحليل هذه البيانات واكتشاف الأنماط والقواعد بنفسها، ومن ثم اكتساب القدرة على تنفيذ المهام المطلوبة دون برمجة مباشرة.

من ناحية أخرى، يمكن وجود تطبيقات للذكاء الاصطناعي لا تعتمد على التعلم الآلي، حيث يتم برمجتها بشكل مباشر باستخدام القواعد والمنطق المحدد. ومع ذلك، فإن التعلم الآلي هو أحد الفروع الرئيسية للذكاء الاصطناعي، ولا يمكن وجوده بشكل مستقل عن الذكاء الاصطناعي، حيث يعتمد عليه في تصميم الخوارزميات والأنظمة القادرة على التعلم والتكيف.

التعلم العميق: يعتبر التعلم العميق إختصاصا حديثا في مجال التعلم الآلي، مكّن التعلم العميق من توفير العديد من التطبيقات العملية للتعلم الآلي، ووسّع نطاق أنظمة الذكاء الاصطناعي بشكل عام. يتيح التعلم العميق إمكانية تقييم المهام بطرق تجعل جميع أنواع المساعدة الآلية ممكنة، فالسيارات ذاتية القيادة والرعاية الصحية الوقائية، وحتى توصيات أفضل الأفلام ، كلها متاحة اليوم بفضل.

يُعتبر التعلم العميق نموذجا جديدًا ومتطورًا وأقرب من الدقة ، فجهاز مزوَّد بقدرات التعلم العميق قادر على تحليل كميات هائلة من البيانات. ويختلف التعلم العميق عن التعلم الآلي في نقطتين رئيسيتين: الأولى هي قدرة التعلم العميق على اكتشاف الميزات الهامة

للتصنيف بشكل تلقائي، بينما يتطلب التعلم الآلي إدخال هذه الميزات يدويًا. والثانية هي حاجة التعلم العميق لكميات كبيرة من البيانات للعمل بشكل جيد، مما يستلزم استخدام أجهزة أكثر تطورًا وقوة حاسوبية أعلى مقارنةً بالتعلم الآلي. على الرغم من عدم وضوح الفروق بين التعلم العميق والتعلم الآلي بشكل كبير، إلا أن التعلم العميق يُعتبر التطور الحديث للتعلم الآلي.[16]

[16] عبد الله موسى ،أحمد حبيب بلال،المرجع نفسه ، ص 106

المبحث الثاني: تقنيات الذكاء الاصطناعي و تطور المجال الإخباري.

المطلب الأول: دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المجال الإعلامي.

يعتبر الذكاء الاصطناعي الآن أداة رئيسية في العديد من المجالات والتخصصات، بما في ذلك قطاع الإعلام. و يستخدم لمحاكاة القدرات الذهنية البشرية في مجال الإعلام وأنماط عملها في صياغة المحتوى تلقائيًا باستخدام خوارزميات تعمل بدون تدخل بشري . توفر البرامج الحاسوبية ميزات تتيح إنتاج المحتوى الإعلامي بكفاءة، سواء كان ذلك في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني الرقمي .يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا هامًا في إنتاج المحتوى الإعلامي، مما يعزز قدرة المؤسسات الإعلامية على الوصول إلى جمهورها المستهدف .يتم تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي والبرمجيات والأنظمة الذكية استنادًا إلى دراسة الذكاء البشري وكيفية تعلم الإنسان واتخاذ القرارات، سواء في المواقف اليومية أو حل المشكلات .تم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع وإنتاج الأخبار منذ عام **2014** عندما بدأت وكالة الأنباء الأمريكية" أسوسيتد برس "في تبنيها .منذ ذلك الحين، قدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات قوية ساهمت في تطوير العمل الإخباري والمحتوى الصحفي من حيث الشكل والمضمون .وأحدثت تحولًا في طبيعة المهام التي يتم تنفيذها في غرف أخبار المؤسسات الإعلامية التي اعتمدت هذه التقنيات .وكالات دولية مثل رويترز وغيرها اعتمدت استخدام الذكاء الاصطناعي في الكتابة التلقائية للأخبار وتقديم قصص إخبارية وإنتاج فيديوهات وتحليل الأرشيف وغيرها من العمليات المتعلقة بجمع وإنتاج الأخبار[17] .

[17] حميد عبد الحكيم، تقييم النخبة الفلسطينية لفرص توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ،مذكرة ماستر في الصحافة ،كلية الآداب، في الجامعة الإسلامية ،فلسطين،2021،ص 118_119.

أما بالنسبة للإعلام المرئي فتشهد صناعة المحتوى التلفزيوني تطورات متسارعة في مجال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث بدأت هذه التقنيات تغزو المجالات السمعية والبصرية منذ عام .**2010** ففي ذلك العام، ابتكر معهد معلومات الأنظمة الذكية بجامعة طوكيو روبوتًا إعلاميًا قادرًا على اكتشاف البيئة المحيطة به بشكل آلي، والتقاط الصور، واستجواب الأشخاص، واستخدام محركات البحث على الإنترنت لزيادة فهمه للأمور من حوله .يعمل هذا الروبوت على رصد التغيرات في محيطه، وتقييم قيمتها الإخبارية، وفي حال اكتشاف أحداث ذات أهمية، يقوم بكتابة تقارير إخبارية ونشرها على المواقع المخصصة له[18]

المطلب الثاني : غرف الأخبار الذكية

غرف الأخبار الذكية هي بيئات عمل متطورة تجمع بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي لتحقيق سرعة وكفاءة عالية في إنتاج وإعداد المحتوى الإخباري .تعتمد هذه الغرف على مهارات وخبرات فريق العمل المؤهل في استخدام التكنولوجيا الحديثة، إلى جانب أنظمة الذكاء الاصطناعي القادرة على فهم التعليمات وتنفيذها بدقة آلية

على الرغم من عدم وجود تعريف لغوي أو اصطلاحي محدد لغرف الأخبار الذكية، إلا أنها تشير إلى المساحات العملية التي تتم فيها عمليات إعداد وإنتاج الأخبار باستخدام الوسائل الاتصالية المتقدمة وأدوات الذكاء الاصطناعي .تتميز هذه الغرف بشاشات عرض ضخمة لمراقبة التدفقات الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي، مع إمكانية تخصيص شاشات معينة لمتابعة تطورات أحداث أو مصادر محددة[19].

[18] مصطفي عباس ،محمد رضا ،توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني ،دراسة أكاديمية ،كلية الإمام الكاظم للعلوم الإسلامية ،تخصص صحافة إذاعية وتلفزيونية ،العراق،2023،ص 9.

[19] فاطمة عبد الفتاح ،غرفة الأخبار الحديثة ،تجارب من مصر والعالم العربي للنشر والتوزيع ،الطبعة 1، مصر،2016،ص 105.

بشكل عام، تهدف غرف الأخبار الذكية إلى تسهيل وتسريع إنجاز مهام إنتاج المحتوى الإخباري بكفاءة أعلى، من خلال توظيف الخبرات البشرية المتمرسة والتقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في بيئة عمل متكاملة ومترابطة .

المطلب الثالث : الممارسات الإعلامية داخل غرف الأخبار الحديثة

دور الصحافة الروبوتية على أجزاء محددة من المحتوى الإعلامي، وأن تصبح بمثابة أدوات مساعدة تلعب خوارزميات الذكاء الاصطناعي دورًا متزايدًا في عالم الصحافة الحديث .فقد أصبحت هذه التقنيات جزءًا من العديد من المؤسسات الإعلامية الكبرى في الولايات المتحدة وأوروبا، مثل أسوشيتد برس وفرانس برس ولوس أنجلوس تايمز .تساعد هذه الخوارزميات في إنتاج المحتوى بسرعة وبلغات متعددة وبكميات كبيرة، مع تقليل الأخطاء والتحيز .هذا يساهم في تحسين جودة الأخبار ودقتها، ويساعد في مكافحة الأخبار الكاذبة .كما تتيح للصحفيين التركيز على التقارير المتعمقة والاستقصائية، بينما تتولى الآليات التكنولوجية المهام الروتينية

من ناحية أخرى، هناك توقعات بحدوث تغييرات في هيكلية الوظائف الصحفية .فقد يتم الاعتماد بشكل أكبر على الروبوتات في بعض المهام التحريرية، مما قد يؤدي إلى إلغاء بعض الوظائف .يشير بعض الخبراء إلى أنه بحلول عام**2040** ، قد تتفوق أجهزة الكمبيوتر على العقل البشري في مهام معينة .ومع ذلك، من الضروري الاعتراف بقيود الذكاء الاصطناعي والتكيف مع طبيعة العمل البشري .قد يقتصر للصحفيين في قطاعات أخرى

من خلال ما سبق ، يمكننا القول أن هذه التنبؤات بعيدة عن المنطق لأن تقنيات الذكاء الاصطناعي مهما بلغت من تطور ، لن تستطيع مواكبة العقل البشري الذي يحلل ويفسر مختلف الظواهر . وفي النهاية الإنسان هو مخترع الآلة.

يرى بعض الصحفيين المتفائلين أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي والصحافة الروبوتية تعزز العمل الصحفي بشكل عام، وتمنح الصحفيين فرصة للتركيز على الجوانب

الإنسانية في القصص الإخبارية .في المقابل، هناك بعض الإشكاليات المتعلقة بمحدودية قدرة خوارزميات الذكاء الاصطناعي على فهم اللغة الطبيعية البشرية، وخاصة فيما يتعلق بسياق الأفكار والاستعارات والفكاهة والشعر .هناك جدل فلسفي بين العلماء حول ما إذا كانت الآلات ستكون قادرة على فهم اللغة الطبيعية وعمقها بشكل كامل ضمن السياقات الثقافية والاجتماعية المتغيرة بمرور الوقت.

في هذا السياق، يرى الباحث تيري فينوغراد ، الرائد في معالجة اللغة الطبيعية وتمثيل المعرفة والذكاء الاصطناعي أن فهم الذكاء الاصطناعي للغة الطبيعية يتم بشكل بيروقراطي خالٍ من العواطف، وبالتالي فإن الصحافة الآلية لن تكون قادرة على كتابة قصص تتقاطع عمقًا مع المستوى البشري .هذا الأمر قد يمنح الصحافة البشرية ميزة فريدة تتمثل في التعاطف وفهم السياقات الثقافية المعقدة، وهي ميزة مهمة للعنصر البشري على خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى ذي الجودة العالية[20].

[20] أحمد علي الزهراني ،تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ،المجلة الجزائرية ،السعودية،العدد 1، 2022،ص 18.

المبحث الثالث: التقنيات البصرية الحديثة في صناعة المواد الإعلامية.

تتسارع وتيرة التغيير التكنولوجي في مجال الإعلام بشكل لا يمكن التنبؤ به .فعلى الرغم من محاولات المؤسسات الإعلامية مواكبة التقنيات الحديثة، إلا أن التطورات التقنية تفاجئها باستمرار، لتؤكد أن ما نشهده حاليًا في صناعة المعلومات ليس سوى البداية لما يخبئه المستقبل .فقد بات من المؤكد أن الاتجاه الجديد للإعلام يتجه نحو الاعتماد التدريجي على التقنيات الحديثة، مثل الواقع المعزز والخوارزميات والبيانات الضخمة والروبوتات، على حساب الجهد البشري الذي شكل لعقود طويلة ركيزة مهنة الصحافة .

وبهذا، تفتح وسائل الإعلام عالمًا جديدًا لرواية القصص الإخبارية بعنصر الإبهار البصري

المطلب الأول: تقنية الواقع المعزز

ظهرت تقنية الواقع المعزز كإحدى التقنيات الحديثة لتجذب اهتمام المختصين في مجالات عدة، لا سيما مجال المكتبات والمعلومات .تتيح هذه التقنية دمج كائنات افتراضية ثلاثية الأبعاد في بيئتنا الحقيقية، على عكس الواقع الافتراضي الذي يغمر المستخدم في عالم افتراضي كامل .

تقوم تقنية الواقع المعزز على التراكب الرقمي في واقعنا الحالي، حيث تدمج بين الواقع الحقيقي والافتراضي بشكل تفاعلي في الوقت الفعلي أثناء قيام المستخدم بمهامه .وفي مجال الصحافة والإعلام، هناك نماذج عديدة لاستخداماتها، كالإعلانات التي تنقل القارئ **QR**إلى روابط عبر الإنترنت باستخدام أكواد أو التطبيقات التي تحرك شخصيات رقمية في الصحف والمجلات.

يهدف دمج مثل هذه التقنيات إلى نقل القارئ للمقالات الموسعة والمدمجة بوسائط رقمية كالفيديو والتصاميم التفاعلية [21].وتصنف تقنية الواقع المعزز ضمن وسائط الإعلام الغامرة التي تشبع رغبة المستهلكين للمحتوى الخبري في الاقتراب من القصة .

تُعد تقنية الواقع المعزز أحد أبرز التطبيقات العلمية والتطبيقية للبيئات الافتراضية في مجال الإعلام. فهي تتيح دمج عناصر رقمية افتراضية مع العالم الحقيقي، لتقديم تجربة مرئية غامرة وتفاعلية للمشاهد، ومن أبسط نماذجها خرائط الطقس الافتراضية، حيث يتفاعل المذيع مع خريطة عالمية معروضة خلفه، ويشير إلى حركة الرياح والأمطار في مختلف المناطق، في حين أن هذه الخريطة ليست سوى بيئة افتراضية .

وتتعدد استخدامات الواقع المعزز لتشمل المجالات الدرامية والسينمائية والإعلانية وبرامج الأطفال وبث مباريات كرة القدم والرياضات المختلفة، حيث يتم إنشاء بيئات افتراضية متنوعة تبدو حية على الشاشة، وكأنها موجودة فعليًا في الاستوديو، بفضل جهود فنانين متخصصين في هذا النوع من المؤثرات الخاصة.

كما أصبحت تقنية الواقع المعزز حاضرة بقوة في وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق، فضلاً عن إمكانية توظيفها في أشكال التعلم المرئي والتفاعلي، من خلال الجمع بين استخدام الكاميرا والإنترنت والوسائط الفنية مع أنظمة تحديد المواقع العالمية GPS لإنشاء محتوى تفاعلي وجذاب.

وتستخدم تطبيقات الواقع المعزز لأغراض التسويق، كإرسال بعض الشركات بطاقات بريدية ترويجية تحتوي على صور لطرازات سيارات جديدة، حيث يتم عند مشاهدة هذه الصور عبر تطبيق معين على الهاتف المحمول، إنعاش السيارة بالحياة من خلال عرض إعلان فيديو عنها.

[21] حنان كامل الربيعي ،الواقع المعزز في الإعلام الجديد ،دراسة دكتوراه ،كلية الإعلام ،العرلق،2020، ص 3_8.

كما دخلت تقنية الواقع المعزز عالم النشرات الإخبارية للقنوات الفضائية الدولية، ومن أبرزها ما قدمته قناة "RT" الروسية في نشرتها الإخبارية، حيث تنقل المذيع بين دبابة وركام داخل الاستوديو للإلقاء الضوء على المعارك العسكرية في سوريا، في نقلة نوعية لاستخدامات هذه التقنية المتطورة التي تثير المشاهد وتجعله متسائلاً عما إذا كان ما يراه واقعيًا أم لا. كما وظفت قناة "سكاي نيوز" الإماراتية هذه التقنية في نشراتها لتقديم معلومات عن احتمالية اصطدام نيزك بالأرض. بالإضافة إلى اعتماد مؤسسة دبي للإعلام للواقع المعزز في إعلاناتها الورقية الخاصة بالمحتوى التلفزيوني لباقة مسلسلاتها وأعمالها الدرامية والكوميدية في شهر رمضان، عن طريق تحميل تطبيقي "تلفزيون دبي" و"قناة سما دبي" والتفاعل مع الإعلانات الورقية.[22]

المطلب الثاني : تقنية الواقع الافتراضي:

تعتبر تقنية الواقع الافتراضي من التقنيات المبتكرة التي تنقل المستخدم إلى بيئات افتراضية بعيدة عن محيطه الحقيقي .حيث تعتمد هذه التقنية على نظارات ذكية وأنظمة صوتية متطورة، إضافة إلى مشاهد ثلاثية الأبعاد فائقة الواقعية، بهدف تعزيز تجربة المستخدم وجعلها أكثر غمراً وإثارة .وتستند هذه التقنية إلى مقاطع فيديو خاصة مصممة بزاوية **360** درجة، مثل تلك المتاحة على منصات فيسبوك ويوتيوب، والتي تتيح للمستخدم مشاهدة المناظر المحيطة به من جميع الزوايا، مما يخلق شعوراً قوياً بالواقعية وكأنه موجود فعلياً في ذلك المكان[23] .

[22] حنان كامل الربيعي ،المرجع نفسه،ص 20_21.

[23] مؤنس،حواس ،ايه الفرق بين الواقع الافتراضي ،المعزز والمختلط؟ 21_10_2017 ، https://m.youm7.com، تم الإطلاع عليه يوم 2024/03/15،على الساعة 14:30 .

تُعد تقنية الواقع الافتراضي فرصة واعدة للصحفيين لإشراك الجمهور في قصصهم بطريقة مبتكرة ومؤثرة .فهي تمنح المتلقي شعوراً حقيقياً بالوجود داخل أحداث القصة، مما يعزز من ثقته بما يشاهده ويزيد من تفاعله معها .وقد أثبتت الدراسات تفوق القصص التي تم اختبارها في بيئة الواقع الافتراضي على تلك القائمة على النصوص المكتوبة في العديد من الجوانب، كما يؤكد الأستاذ شيام ساندر، الخبير في مجال الاتصالات ومدير مختبر بحوث التأثيرات الإعلامية، قائلاً" :ما يجعل الناس يثقون حقاً بالواقع الافتراضي هو إحساسهم العميق بالواقعية مقارنةً بالنصوص التقليدية، وهذا ما يخلق الثقة لديهم[24]".

ومع ذلك، فإن هذه التقنية الجديدة تشكل تحولاً جذرياً عن الأساليب التقليدية لرواية القصص، حيث لن يتم توجيه الجمهور في مسار خطي، بل سيتمكنون من اختيار مسارات مختلفة واستكشاف البيئة الافتراضية بحرية، كما يشير فرانشيسكو ماركوني وتايلور ناكاغاوا في دراستهما الحديثة، قائلين" :مع تطور النماذج ثلاثية الأبعاد التكنولوجية، سيتمكن الصحفيون من تطوير قصص متعددة في بيئة واحدة، حيث لن يتم توجيه الجمهور في تقدم خطي، بل سيتمكن من اختيار مسارات قصصية مختلفة أثناء استكشافه للمساحة الافتراضية بشكل حر، وهي بمثابة طريقة اختيار مغامرته للصحافة".

لجأت العديد من المؤسسات الصحفية إلى استخدام تقنية الواقع الافتراضي كوسيلة مبتكرة لمساعدة المشاهدين على فهم الأحداث بشكل أفضل وأكثر واقعية .ومن بين الرواد في هذا المجال صحيفة نيويورك تايمز، التي كانت من أوائل المستخدمين لإمكانات الواقع الافتراضي على الهواتف الذكية، حيث أطلقت أول تطبيق لها في هذا المجال في نوفمبر **2015**، متمثلاً في فيلم وثائقي قصير مدته **11** دقيقة بعنوان" النازحون"، والذي ركز على

[24] Nausicaa Renner,The media today :The Rise of Virtual reality journalisme 04_03_2018, https://www.cjr.org/tow_center/virtual-reality-journalism-media-today.php , Seen in 18/03/2024 at 13 :55.

قصص ثلاثة أطفال اضطروا إلى مغادرة منازلهم بسبب أزمات في لبنان وجنوب السودان وأوكرانيا .وكان هذا العمل جزءًا من قصة غلاف مجلة نيويورك تايمز حول أزمة اللاجئين في العالم.

ولم تكن هذه التجربة سوى البداية، حيث قدمت الصحيفة العديد من الأعمال الصحفية باستخدام الواقع الافتراضي في العام نفسه، بما في ذلك سلسلة" أنتاركتيكا "التي نقلت المشاهدين إلى فوق الجليد في القارة القطبية الجنوبية .كما سارت صحيفة الغارديان على النهج ذاته، حيث راهنت على الواقع الافتراضي لتميز نفسها محليًا وعالميًا، مستثمرة بكثافة في هذا القطاع، بما في ذلك تجربة" الحبس الانفرادي "الحائزة على جوائز عدة .كذلك انضمت صحيفة واشنطن بوست وغيرها إلى هذا الاتجاه.

وعلى الصعيد العربي، برزت قناة الجزيرة كأحد الرواد في مجال الصحافة الافتراضية من خلال مشروعها" الجزيرة كونتراست في آر **Aljazeera Contrast VR.**[25] "

الصحافة الغامرة:

تأصل مفهوم الصحافة الغامرة في عام**1990** ، حيث تم استكشاف إمكانيات استخدام تقنيات الواقع الافتراضي لأغراض إعلامية .كان هناك اعتقاد بأن الواقع الافتراضي سيمكِّن الصحفيين من تحقيق حلم" التغلب على الزمان والمكان"، من خلال خلق شعور بالحضور في أماكن وأحداث بعيدة، ونقل الجمهور من العالم الحقيقي إلى عالم القصص الافتراضية .واعتُقد أن هذه التجربة يمكن أن تغير عمليات التفكير والمواقف والمعتقدات لدى الأفراد، عبر دمج عناصر الانتباه والرؤية والمشاعر معًا في عملية تكاملية.

[25] Sirkkunen ans others,Journalism in Virtual reality :opportunities and future research challenges, Associationo for computing Machinery, New York,2016, P 04.

يُستخدم مصطلح" الصحافة الغامرة "لوصف القصص الرقمية المُصممة لإشراك المستخدم في تجربة تفاعلية مع الأحداث الإخبارية .وهي تمثل شكلاً ناشئًا من أشكال الصحافة القائمة على التقارير الإخبارية، والتي تسعى للاستفادة من التطورات التكنولوجية في البيئات الافتراضية وتقنيات الواقع الافتراضي .وتُعتبر الصحافة الغامرة امتدادًا لممارسات رواية القصص الإخبارية التقليدية، التي تهدف إلى إيجاد روابط بين الجمهور والقصص الإخبارية[26].

المطلب الثالث: تقنية 360°

تلبية لرغبة المتلقي المتزايدة في الانغماس والتفاعل مع القصص الإخبارية، ظهرت تقنية التصوير بزاوية 360 درجة لتحرر المشاهد من حدود إطار الكاميرا التقليدي. حيث تضع هذه التقنية الكاميرا في يد الجمهور ليتفاعل بشكل مباشر مع الحدث ويختار بنفسه الزاوية التي يرغب مشاهدتها.

سباقة في هذا المجال، أنشأت شبكة الجزيرة منصة "الجزيرة كونتراست" المتخصصة بإنتاج أفلام بتقنية الواقع المعزز والأفاتار لسرد قصص المجتمعات المهمشة. منذ عام 2015، بدأ قسم التطوير والابتكار بالشبكة العمل على إنتاج تقارير بهذه التقنية من مختلف بقاع العالم، لينقل المشاهد إلى قلب الحدث عبر مقاطع فيديو ملتقطة بكاميرات بانورامية تسجل كافة الاتجاهات.

[26] لامان محمد محمد أحمد، تطبيقات الواقع الافتراضي في الدراسات الإعلامية العربية لبحوث الإعلام العدد24 ، مصر 2019 ،ص239

ولاقت هذه التقنية شعبية متزايدة، حيث حظيت منتجات "الجزيرة كونتراست" بجوائز عالمية عديدة. وباتت منصات مثل فيسبوك ويوتيوب من أبرز المنصات التي تستضيف الأفلام المصورة بتقنية 360 درجة لتمكين المتابعين من متابعة الأخبار من جميع الزوايا.[27]

تربط وكالة أسوشيتد برس ظهور مقاطع الفيديو بزاوية 360 درجة باختراع التلفزيون الذي غير طريقة تواصلنا إلى الأبد. لقد مكنتنا الاختراعات السابقة، مثل الطباعة والراديو، من قراءة وفهم بعضنا البعض بشكل أفضل، والآن، نحن على وشك أن نشهد معيارًا جديدًا في عالم الإعلام. يستخدم صحفيو النيويورك تايمز ورويترز كاميرات **Samsung Grear 360** المبتكرة لإنتاج صور وفيديوهات كروية، وتوثيق كل شيء من أضرار الأعاصير في هايتي إلى معاناة اللاجئين في غزة.

إن تنسيق 360 درجة، المقنع والغامر، قد يصبح المعيار الجديد للقطات الخام للأخبار، وهو ما تسعى تويتر إلى تشجيعه من خلال تطبيق **Periscope**. إنه يوفر للجمهور تجربة مقنعة تضعهم في قلب الحدث، وتترك تأثيرًا قويًا على المشاهدين. مقارنة بتقنيات الواقع الافتراضي المعقدة والمرتفعة التكلفة، تعتبر تقنية 360 درجة أسهل في الاستخدام وأكثر يسرًا من حيث التكلفة، ويمكن لأدوات مجانية مثل **Vaderments Vader** أن تجعل من السهل على الصحفيين إنشاء قصص غامرة ودمجها في مواقع الويب. هذه التكنولوجيا الجديدة تفتح آفاقًا جديدةً للصحافة الرقمية. [28]

المطلب الرابع: تقنية الهولوغرام.

[27] محمد خمايسية ،الاء عبدالحي ،إنتاج القصص الصحفية بتقنية 360 درجة، معهد الجزيرة للإعلام ، ص 6

[28] Umang Shukla, An introduction to 360° vidéo , 2017, https://studio.knightlab.com/results/storytelling-layers-on-360-video/an-introduction-to-360-video , Seen in 20/03/2024 ,at 17 :30.

تُعد تقنية التصوير الهولوغرافي ثلاثي الأبعاد إحدى أبرز الإنجازات العلمية الحديثة في مجال الصور والتصوير. تقوم هذه التقنية على إعادة تكوين صور الأجسام ثلاثية الأبعاد باستخدام أشعة الليزر النقية، والتي تتميز بترددها المتماثل، ما يجعل الصور تبدو مجسمة وملونة في الهواء دون مصدر للضوء أو سطح لانعكاسه عليه.

بفضل هذه التقنية، تظهر الأشياء وكأنها حقيقية أمامنا، إلا أنها مجرد صور في الهواء وليست أجسامًا ملموسة، حيث يمكننا تمرير أيدينا من خلالها. وقد تفوقت هذه التقنية على تقنية D3 التقليدية التي تستخدم نظارات خاصة لإظهار الصور ثلاثية الأبعاد.[29]

تعود البدايات الأولى لأبحاث الهولوغرام إلى عام 1947، حينما اكتشفها العالم دينيس جابور Dennis Gabor، إلا أنه لم يستطع تطويرها آنذاك بسبب محدودية موارد الضوء (أحادية اللون) ، ولم تتحقق الطفرة الحقيقية في هذا المجال إلا في عام 1960 عندما تم اختراع أشعة الليزر، حيث أدرك العالمان جوريس أوباتنيكس Juris Upatnieks وإميت ليت Emmit Leit إمكانية استخدام الهولوغرام كوسيط لعرض المجسمات ثلاثية الأبعاد، فتوالت التجارب بعد ذلك حتى تم عرض أول هولوجرام في عام 1967.[30]

نماذج من استخدامات تقنية الهولوغرام:

تعتبر تقنية الهولوغرام إحدى التقنيات المبتكرة التي تم استخدامها في مجالات مختلفة، منها السياسة والإعلام. فعلى صعيد السياسة، قام الرئيس التركي رجب طيب أردوغان بإلقاء خطاب لسكان مدينة إزمير باستخدام هذه التقنية ، حيث سجل كلمته وبثها إلى الحضور هناك بشكل افتراضي.

[29] عبد اللطيف ،ثروت ،مفهوم الهولوغرام كأحد تقنيات الواقع الافتراضي ،مجلة جامعة حلوان،مصر ،2020،ص 4.

[30] ج.أ .وينسون،مبادئ الليزرات تطبيقاتها،ترجمة محمد بن صالح الصالحي جامعة الملك سعود،النشر العلمي للمطابع،السعودية ،2003،ص 12.

في تجربة مغايرة، شهدت إسبانيا أول مظاهرة افتراضية باستخدام تقنية الهولوغرام في 2015/04/14، احتجاجًا على قانون سلامة المواطن الذي أقرته الحكومة الإسبانية. حيث عرضت منظمة "هولوغرام من أجل الحرية" **Hologramas pour La Liberdad** صورًا مجسمة لمواطنين معترضين أمام مبنى البرلمان الإسباني، في خطوة تحايلت على القانون الجديد. واستخدمت المنظمة صورا وفيديوهات أرسلها المواطنين إلى موقعها الرسمي،وحولتها إلى صور مجسمة وعرضتها باستخدام تقنية الهولوغرام أمام مبنى البرلمان ،وهي الصور التي جمعت ونشرت عبر هاشتاج دشن خصيصا لتلك المظاهرة الأولى من نوعها عبر تويتر تحت اسم **#10 AHologramasLibre**. كما تم تناول هذه التجربة في تقرير عنون ب : إسبانيا تشهد أول مظاهرة في التاريخ باستخدام تقنية هولوغرام" .

أما على الصعيد الإعلامي فقد برزت قناة "روسيا اليوم" في استخدام تقنية الهولوغرام بشكل احترافي في تقاريرها الإخبارية والوثائقية، مثل التقرير الذي قدمته عن ذكرى الحرب العالمية الثانية أين ظهر أثناء التقديم استخدام تقنية الهولوغرام عندما بدأت تظهر بعض الطائرات ودخول دبابة إلى الاستوديو أثناء عرض التقرير ، كما تم استخدامه في تقرير عن التطورات في الشرق الأوسط، والدبلوماسية الروسية وقدرتها على تجاوز أزمتها السياسية حيث قدم مقدم التقرير تحية وزير الخارجية الروسي سيرغي لافروف الذي كان خلف الكواليس يبدي دهشته من الحرفية التي يتعامل بها العاملون في القناة مع تقنية الهولوغرام وكذا التقرير الذي قدمته القناة عن طائرة "الشبح" الروسية، وغيرها. بينما اقتصرت بعض القنوات العربية على استخدام هذه التقنية في البرامج الترفيهية والفنية فقط.

هذا وظهرت عدة تقارير على بعض القنوات العربية لكنها لم ترق إلى المستوى الذي قدمته قناة روسيا اليوم على سبيل المثال ما قامت به قناة العربية التي قدمت تقريرا عن

حاملة الطائرات الأمريكية نيمتز إلا أن التقرير لم يرقى إلى المستوى المطلوب وبدأ كأنه تقرير ممنتج وليس عرضا مباشرا كالذي قدمته قناة روسيا اليوم ،كما أن عرض التقرير لم تتم معالجة الصوت فيه ،مما يؤكد قلة خبرة العاملين في قناة العربية على هذه التقنية[31].

في عام**2012** ، عرضت قنوات الحياة الفضائية برنامجًا بعنوان" أنا والعسل "قدّمه المذيع اللبناني نيشان .تقوم فكرة البرنامج على استذكار محطات من حياة الفنان المستضاف، مع عرض بعض الصور من حياته الشخصية والفنية، ويتم استخدام تقنية الهولوجرام لاستضافة شخصية إعلامية أو شخصية قريبة من الفنان، وإجراء مقابلة معها بمشاركة مقدم البرنامج[32].

[31]إسراء شاكر حسن الجوعاني،استخدامات تقنية الهولوغرام في الفضائيات العربية ،مجلة أهل البيت عليهم السلام ،،العدد 24،العراق، 2016، ص 395_396

[32]إسراء شاكر حسن الجوعاني، مرجع سابق ص 397.

خلاصة الفصل :

مما سبق نستنتج أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بات معتمدا عليه خاصة مع ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل ، كما يعد خطوة إيجابية نحو كفاءة وجودة أعلى، ولكن يجب التعامل معها بحذر وضمان الحفاظ على المعايير الأخلاقية والمهنية في مجال الصحافة .

الفصل الثاني

الممارسات الإعلامية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الفصل الثاني: الممارسات الإعلامية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

في ظل الثورة الصناعية الرابعة وما أتاحته من تقنيات بات من الممكن الجزم أن الذكاء الاصطناعي يعتبر عصب الإعلام الجديد ، فسواء كان الأمر يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي أو المنصات الرقمية أو غيرها من نوافذ الإعلام الحديث، يظهر الذكاء الاصطناعي كلاعبٍ بارزٍ يؤثر على النظام بأكمله ويُحدث تغييرًا شاملاً في مجال الإعلام. ومن بين أدوات الذكاء الاصطناعي الأبرز في الإعلام الحديث، يأتي اقتحام الروبوتات لعالم تقديم الأخبار والبرامج. وفيما يتعلق بالمنصات الرقمية، يكتسب الذكاء الاصطناعي العديد من الأدوار، سواء في تقديم المحتوى أو عرضه أو توزيعه. وبالنسبة لشبكات التواصل الاجتماعي، فإنها تعتمد بشكل أساسي على الخوارزميات في عملها، مما يتيح للإعلام استغلال تقنيات الذكاء الاصطناعي و الاستفادة منها.

المبحث الأول : دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام .

سيتم في هذا المبحث استعراض أبرز تطبيقات التكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام .

المطلب الأول: صحافة الذكاء الاصطناعي.

صحافة الذكاء الاصطناعي تجمع بين الصحافة التقليدية والتحولات الجذرية في العالم نتيجة البحث المستمر عن آليات تحاكي ذكاء الإنسان. بدأت هذه الرحلة بإرسال أول رسالة إلكترونية في عام 1958،حيث تم تمييز المستخدمين من خلال الرمز"@" ومنذ ذلك الحين شهدت التكنولوجيا تقدماً مذهلاً، مما أدى إلى ثورة في مجال الذكاء الاصطناعي. الذكاء الاصطناعي هو بمثابة وعاء جديد أعاد تشكيل الصحافة، حيث يتيح للصحفيين التعبير عن أنفسهم وإبداعاتهم باستخدام التقنيات الحديثة، مع المحافظة على القيم الأخلاقية والمعيارية لمهنة الصحافة.[33]

لقد بات التفاعل مع الأخبار والمعلومات أمرًا سهلاً وغير معقد بفضل صحافة الذكاء الاصطناعي. وبفضل هذه التقنيات، يتم توفير رؤى أكثر وضوحًا وشمولية للأحداث، مما يقلل من فرص التعتيم الإعلامي وإخفاء الأخبار ، حيث يتم تغطية الأحداث بشكل فوري ومستمر، ويتم تقديم صور وفيديوهات حية من مكان الحدث. ورغم ذلك، تخضع صحافة الذكاء الاصطناعي للرقابة والحذف. وقد أتاحت التكنولوجيا فرصًا واسعة لصناعة الصحافة، ولا يزال القطاع يستفيد من الابتكارات المتوفرة في السوق. يعتمد نجاح هذا النوع من الصحافة على مدى استجابة الجمهور لهذه الآليات الحديثة .[34]

[33]أسامة غازي المدني،ذكاء الإعلام ،دار اليازوري العلمية،،السعودية ،2022، ط 1، ص133.

[34]أسامة غازي ، المرجع نفسه، ص 133.

مما سبق نستنتج أنه ، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يبتكر أدوارًا ووظائفًا جديدة في مجال الصحافة، مما يدفع إلى دمج المقاعد والتقنيات بشكل يعزز الإبداع والابتكار، ويسهل التواصل بين الناس. وقد استغل صناع الإعلام هذه التقنيات بشكل فعال.

على الرغم من تطور الذكاء الاصطناعي،إلا أن هذا الأخير لن يحل محل الصحفي أبدا و دور الإعلامي لن يمحى بتاتا ،وسيظل وجوده ضروري فالعملية الصحفية لن تتم من خلال روبوت فقط .

المطلب الثاني : أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الإعلام .

الروبوت :

شهد الإعلام تطورًا ملحوظًا مع دخول الروبوتات ميدان العمل الإعلامي، حيث اكتسبت القدرة على تقديم الأخبار والتقارير الصحفية بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم العميق. تلك التقنيات تعتمد على معالجة كميات هائلة من البيانات عبر شبكات عصبية مشابهة للبنية العصبية في الإنسان، حيث تقوم كل طبقة باستخلاص نمط محدد من المعلومات، ثم تنقلها إلى الطبقة التالية بواسطة خوارزميات التعلم.

تعتمد الروبوتات الإعلامية على خوارزميات متقدمة لتركيب الكلام وتحديد الصور وتحويل النصوص إلى حركة شفاه متسقة، فضلاً عن التحكم في أسلوب التحدث ومعدل الكلام ونبرة الصوت وغيرها. وقد برزت عدة تجارب رائدة في هذا المجال، حيث قدم البروفيسور الياباني هيروشي إيشيجورو ثلاثة روبوتات ذكية هي "كادوموروبد" و"تيلينويد" و"أتوناويد" في عام 2014، وتميزت بقدرتها على التواصل والحديث في مختلف الموضوعات.[35]

[35] أسامة ،غازي المدني ، نفس المرجع السابق ، ص 104

كما شهدت السنوات التالية مزيدًا من الإنجازات، حيث ظهرت الروبوت "إيريكا" في عام 2020 بأحد أنظمة الكلام الاصطناعي الأكثر تقدمًا عالميًا. وفي عام 2015، أنشأت شركة مايكروسوفت أول روبوت تلفزيوني يدعى "Xioice" لتقديم الأخبار الصباحية في الصين. ثم أعلنت وكالة أنباء "شينخوا" الصينية في عام 2017 عن مراسلها الروبوت "Inspire" البالغ طوله 1.6 متر.

ولم تتوقف التطورات عند هذا الحد، فقد ظهر المذيع الروبوت الناطق باللغة الإنجليزية "Qiu Hao" لوكالة الأنباء الصينية لأول مرة في نوفمبر 2018 خلال المؤتمر العالمي الخامس للإنترنت، وكان يتمتع بمظهر ومؤشرات حركية وتعبيرات وجه مشابهة للإنسان الحقيقي. كما أطلقت وكالة الأنباء الصينية المذيعة "Xin Xiaomeng" وطورت المذيع "Xin Xiaohao" والمراسلة الصحفية "Jia Jia".

صورة لأول مذيعة أخبار صينية مدعومة بالذكاء الاصطناعي وتسمى Xin Xiaomeng والتي طورتها وكالة أنباء شينخوا الرسمية الصينية

شهد عام 2019 ظهور مذيع أخبار روسي مدعوم بالذكاء الاصطناعي يحمل اسم "أليكس" على شاشة القناة الحكومية الروسية. وقد تم تصميم هذا الروبوت من قبل شركة "برومو بوت" الروسية على غرار أحد مؤسسيها الذي يدعى ألكسي يوزاكوف.

في العام التالي (2020)، كشفت قناة "MBN" الكورية الجنوبية عن مذيعة أخبار روبوتية تحمل اسم "Al Kim"، والتي تعتبر نسخة مطابقة تقريبًا لنظيرتها البشرية المذيعة "كيم جو-ها".

التجربة الإماراتية والمتمثلة في مؤسسة دبي للاعلام وأبو ظبي للإعلام فالأولى طورت مذيع يسمى راشد الحل وقد ظهر على قناه سما دبي ليحاور وزير دولة الامارات للذكاء الاصطناعي اما الثانية، فمذيعها يقدم نشرات الأخبار على شبكه أبو ظبي باللغتين العربية والإنجليزية.[36]

مذيع الأخبار الروسي المدعوم بالذكاء الاصطناعي والمسمى أليكس.

(المصدر : القناة الروسية الحكومية)

[36] أسامة ،غازي المدني ،مرجع سابق ،ص 105_107.

صورة اللقاء الأول المذيعة البشرية مع مذيعة الأخبار الروبوت Al Kim

المصدر : MBN News

صورة المذيع الروبوت الإماراتي "راشد الحل" (المصدر :العين الإخبارية)

تقنية البلوكتشين Blockchain :

تكنولوجيا سلسلة الكتل أو البلوكتشين، إحدى تقنيات الحوسبة الموزعة التي غيرت قواعد اللعبة، فهي قاعدة بيانات رقمية لامركزية تسجل المعاملات بكل أمان وشفافية،

ومفتاح فهمها هو أنها شبكة أجهزة كمبيوتر تحفظ وتخزن البيانات بطريقة آمنة ومشفرة، ولا يمكن تغييرها أو التلاعب بها إلا بقوة حوسبية هائلة .وتعد عملة البيتكوين الافتراضية تطبيقاً عملياً لها .يمكن للبلوكتشين تخزين أنواع مختلفة من البيانات، وهي آمنة كلما طالت فترة استخدامها، إذ يصعب مع كل لحظة تمر تعديلها أو التلاعب بها، ما يجعلها موثوقة وشفافة

تعتمد تقنية البلوكتشين على خوارزمية التجزئة في أغلب تطبيقاتها، حيث تُنشئ رموزاً رقمية طويلة ثابتة من أي نوع من بيانات الإدخال، وهي رموز يصعب على الإنسان فكها، بينما الحاسوب يقوم بذلك بكل سهولة .وقد اكتشف الخبراء إمكانية استخدام البلوكتشين في المجال الإعلامي بثلاث طرق رئيسية؛ لإنشاء حلول قواعد بيانات موثوقة وشفافة، وإنشاء نماذج أعمال مبنية على العملات المشفرة، والوصول إلى البيانات العامة المؤمنة في أنظمة البلوكتشين.

هذه الطرق تمكن المؤسسات الإعلامية من تحقيق العديد من الإنجازات، مثل :ابتكار أدوات للتحكم في أصالة المحتوى، وإنشاء سوق آلية لإدارة المحتوى، وخلق فرص للشركات لتحفيز المستخدمين على إنشاء المحتوى، والسماح للمستخدمين بدفع ثمن الأخبار باستخدام العملات المشفرة، وإنشاء أخبار موثوقة لا يمكن التلاعب بها، والتحقق من الصحفيين ومحاسبة منظماتهم .كما أن اعتماد منصات الإعلام على البلوكتشين يقلل الحاجة إلى الإعلانات ونموذج الأعمال المبني عليها، وضمان استقلالية المنصة الإعلامية وحياديتها، وتحفيز الابتكار في غرف الأخبار المستقلة.

ويرى خبراء الإعلام أن بلوكتشين الإعلام قادر على إعادة بناء جسور الثقة بين المستخدم ووسائل الإعلام المتنوعة، حيث يوفر وسيلة موثوقة وشفافة لتوصيل المعلومات، ما يعزز من مصداقية المصادر الإعلامية[37].

[37] أسامة غازي ، المرجع السابق ،ص 107_108.

تقنية الوورد سميث Word Smith :

هي محرك مستوحى من عائلتين رئيسيتين من الروبوتات

1. **الروبوتات القائمة على القواعد (GAT):** وهي تعمل بناءً على مجموعة محددة من القواعد التي يجب اتباعها بحرفية، مما يتطلب مراعاة جميع الحالات الممكنة لتحديد كود وظيفتها.
2. **الروبوتات المستندة إلى التعلم الآلي:** وهي تعتمد على القدرة على التعلم والتكيف.

هذه التقنية تمزج بين استقلالية الذكاء الاصطناعي وسهولة النموذج المحدد. فبمجرد ترجمة البيانات إلى لغة الروبوتات، يتم إدخالها في النظام لتصبح مهمة تتركز حول مراقبة من قبل المعلوماتيين. وهذا يتطلب إنشاء قواعد منطقية شرطية تحدد ما يمكن للروبوت فعله وما لا يمكنه فعله.

ولا يمكن للوورد سميث تفسير البيانات بمفرده، بل ببساطة يكتب ما يطلب منه المشغل. وهذه المهمة تعود إلى عميل الوسائط، وهو الشخص المسؤول عن تحديد قواعد المنطق للروبوت، والذي قد يكون صانع محتوى أو صحفي أو كاتب.

هناك شركتان كبيرتان في الولايات المتحدة تهيمنان على سوق وسائل الإعلام، وتتمتعان بقدرة إنتاجية هائلة. الشركة الأولى: أعلنت في عام 2014 أنها أنتجت مليار صفحة من النصوص، بمعدل إنتاجي يبلغ 2000 صفحة في الثانية، وفقًا لما ذكره الصحفي والمدون نيكولاس باكيكست. وفي عام 2015، شهد الروبوت "وورد سميث" تطورًا مذهلاً، وفي عام 2016 بلغ إنتاجه 1.6 مليار صفحة، مع استمرار الارتفاع، لذلك فهو الروبوت الصحفي الأكثر إنتاجا في العالم، ولا يبدو أن هناك ما يمكن إيقاف هذا الارتفاع الهائل.

هذه الأداة الاستثنائية في خدمة الوكالة الصحفية الأمريكية قد أتاحت زيادة عدد الأخبار المالية من 300 إلى 500 دون أي تأخير أو عمل إضافي. بل على العكس، أتاح ذلك للصحفيين وقتًا للقيام بعمل صحفي حقيقي: كالقيام بالمزيد من المقابلات والبحوث النوعية والتحقيقات. وبفضل هذا الوقت الذي وفرته الآلة، أصبح بإمكان الصحفيين البحث بفعالية أكبر عن المعلومات التي لا يمكن للبيانات كشفها.

وقد ظهر الصحفي الروبوت في الصحافة الفرنسية في 22 مارس 2015، حيث كانت الصحف قد اعتمدت بالفعل على الأخبار الواردة من وكالة الصحافة المرتبطة أو النصوص الأوتوماتيكية المكتوبة ل Yahoo News. ولكن هذه كانت المغامرة الأولى للصحف الفرنسية مع الروبوت الصحفي الحقيقي، وهي مغامرة جماعية بين صحيفة Le Monde وشركة Syllabs لكتابة أكثر من 3000 مقالة في ليلة واحدة حول الانتخابات الإقليمية، بهدف تقديم تقرير لقراء منصة الويب حول نتائج الجولة الأولى من الانتخابات.[38]

تقنية Reuters News tracer :

في سنة2014 ، أطلق موقع رويترز للأنباء برنامجًا متطورًا يُدعى" نيوز تريسر "يقوم بمراقبة مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما تويتر، للكشف عن الأخبار العاجلة .يتمتع هذا البرنامج بالقدرة على تتبع ما يصل إلى 500 مليون تغريدة يوميًا في الوقت الفعلي .وقد نجح في الإنذار بقصف مستشفى في حلب، وكذلك الهجمات الإرهابية في نيس وبروكسل قبل أن تتناقلها وسائل الإعلام الأخرى .علاوة على ذلك، يقوم البرنامج بتصفية الرسائل غير المرغوب فيها، ويعمل على تحديد هوية ومكان الأشخاص الذين يكتبون تغريدات غير قانونية أو غير لائقة[39]

[38] Damien Desbordes,Les robots vont _ils remplacer les journalistes ? PLEIN JOUR , France, 2018,Page 69.(تمت الترجمة بتصرف)

[39] Mike Anamy,networked press,freedom, The MIT press ,USA,2018 ,Page 177.

المطلب الثالث : الوظائف الأساسية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي المرئي

تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي دوراً محورياً في صناعة الإعلام من خلال توظيف العديد من الأدوات والتقنيات الذكية .تشمل هذه التقنيات منصات إنترنت الأشياء، تقنية البلوكشين، الهواتف المحمولة عالية الدقة، تقنيات تحديد المواقع، التفاعل المتطور بين الإنسان والآلة، أدوات كشف الاحتيال والتزييف، الطباعة ثلاثية الأبعاد، أجهزة الاستشعار الذكية، برمجيات تحليل البيانات الضخمة، الخوارزميات المتقدمة، التفاعل متعدد المستويات، أدوات جمع البيانات، تقنيات الواقع المعزز، والأجهزة القابلة للارتداء .تساهم كل تقنية من هذه التقنيات بدور فريد في تشكيل مفاهيم الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، وخاصة في إنتاج المحتوى التلفزيوني السمعي والبصري[40]

صياغة المحتوى الإعلامي التلفزيوني: هناك أنواع متقدمة من تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد في إنتاج المحتوى التلفزيوني .فالتكنولوجيا الحديثة سمحت للروبوتات بالعمل في مجال الإعلام .يتم استخدام روبوتات ثابتة للتحكم في شبكات الإنترنت والأقمار الاصطناعية وقواعد البيانات في المؤسسات الإعلامية

إن صياغة المحتوى التلفزيوني باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يؤدي إلى برمجة داخل غرف الأخبار، حيث يتم إدخال هذه التقنيات في مرحلة اكتشاف المحتوى السمعي البصري، ومن ثم تتبع عملية إنتاجه، وصولاً إلى عملية توزيعه، فضلاً عن التعرف على ردود أفعال الجمهور المتلقي بطرق آلية متطورة[41]

---

[40] مصطفى عباس محمد رضا ،توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني،رسالة دكتوراه ،كلية الإمام كاظم للعلوم الإسلامية قسم الإعلام،العراق، 2023 ،ص.588

[41] مصطفى عباس محمد رضا ،نفس المرجع السابق ص 588_589.

تنوع الجمهور واستمرار ردود الأفعال: كما ذكر سابقا، تقنيات الذكاء الاصطناعي المتطورة في صناعة المحتوى التلفزيوني قد أدت إلى ثورة في مجال الإعلام التفاعلي والتشاركي. فأصبح بإمكان الجميع إنتاج محتوى يُنافس المحتوى الرسمي، والتعبير عن آرائهم والتفاعل معه بحرية كبيرة. هذا على غرار الدور المهم الذي تؤديه هذه التقنيات في قطاع التلفزيون كونها تتيح ضمان استمرارية تدفق العناصر التفاعلية في العملية الاتصالية. كما تسمح بتحليل البيانات المفتوحة من ردود الأفعال للمحتوى التلفزيوني المُنتج وهذا يمكّن من إنشاء محتوى تفاعلي أكثر استجابة لاحتياجات الجمهور وآرائهم.

ومنه نستنتج أن تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام هي صناعة جديدة تمامًا، تركز على إنتاج محتوى قائم على ردود الأفعال والتفاعل مع الجمهور. حيث يتم تقييم ومعالجة ردود الأفعال والبحث عنها، ثم إرسال ردود الأفعال المناسبة في محاولة لاستمرار التفاعل.

لقد أحدثت هذه التقنيات تغييرات جذرية في طبيعة العملية الاتصالية، بجعلها أكثر تفاعلية وشفافية وديمقراطية.[42]

أتمتة المحتوى آليا: مكّن الذكاء الاصطناعي صناعة التلفزيون من زيادة إنتاجها بسرعة وكفاءة عاليتين .فقد استخدمت بعض المؤسسات التلفزيونية الرؤية الآلية كأداة ضمن برامج حاسوبية، واستفادت منها في تحقيق ذلك .على سبيل المثال، استخدمت وكالة أسوشيتد برس تقنيات التحليل الآلي للبيانات المالية لتوليد تقارير آلية عن الأرباح المحققة في عام2014 ، بدلاً من الاعتماد على الكتابة اليدوية .وقد وظفت وكالات أخرى الروبوتات لتوليد قصص إخبارية عن أرباح الشركات تلقائياً، مثل روبوت" فوكس "لتوليد الأخبار الرياضية، وروبوت "ياهو "لإنشاء قصص إخبارية معدلة آلياً .وفي عام2016 ، استخدمت صحيفة واشنطن بوست خوارزمية تعرف باسم" هيليوغراف"، والتي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي

[42] مصطفى عباس محمد رضا ،نفس المرجع السابق ،ص 589.

لتحويل غرفة الأخبار إلى بيئة تفاعلية للصحفيين .وتقوم" هيليوغراف "بتحديد البيانات ذات الصلة بالموضوع وتدمجها في إصدارات مختلفة عبر منصات متنوعة .كما تستخدم أدوات أخرى، مثل "Narrative Sciences" و"Curata"،word AI لتقديم حلول متنوعة في مجال إنتاج المحتوى التلفزيوني وعملية تسييره[43] .

[43]نفس المرجع السابق ، ص 591.

المبحث الثاني: تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحفي.

المطلب الأول : الاستفادة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفي.

لقد بات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي ضرورة حتمية؛ لما تتيحه للصحفي من تسهيلات جعلت من العامل في قطاع الصحافة يلجا الى استخدام هذه التكنولوجيات التي أحدثت تغييرات جذرية في طريقة عمله ،ومع ذلك فان الذكاء الاصطناعي قد يمثل تحديا وفرصة في نفس الوقت لمهنة الصحافة والصحفيين، إذ يتعين عليهم أن يكونوا على دراية بالتكنولوجيا الجديدة وأن يتكيفوا معها للإستفادة من فوائدها وتعزيز دورهم في مجال الإعلام.

باتت أنظمة الذكاء الاصطناعي أدوات حيوية لا غنى عنها في غرف الأخبار الحديثة، حيث تسهل على الصحفيين مهامهم المختلفة. تتيح هذه الأنظمة إمكانيات متعددة تشمل تحويل الصوت إلى نص، ورصد الأحداث في الوقت الفعلي، وترجمة مصادر الأخبار الأجنبية، وجمع المشاركات ذات الصلة من مواقع التواصل الاجتماعي. علاوة على ذلك، تساعد في التحقق من صحة الأخبار، واقتراح تحسينات في صياغة المقالات، وتخصيصها لشرائح مختلفة من الجمهور المستهدف. عند نشر الأخبار، تقوم هذه الأنظمة بوضع علامات تلقائية على الأخبار المهمة، وتصنيفها حسب الموضوع، مما يسهل على القراء المهتمين بالمواضيع ذاتها الوصول إليها بسهولة.

في ظل تزايد حجم البيانات المتاحة حالياً، أصبح من الصعب على الصحفيين البحث عن مصادر الأخبار وتصحيح المقالات بشكل يدوي. لحسن الحظ، تأتي تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT لتسهيل هذه المهمة وتوفير الوقت والجهد. كما توجد أدوات أخرى مثل Rytr و Katteb التي تتيح كتابة المحتوى بسرعة وسهولة. في مجال

الفيديو، يمكن استخدام موقع Marakeet لإنشاء مقاطع فيديو بسهولة، ومزامنة الصوت مع الصورة، وتحويل ملفات PowerPoint إلى فيديو.[44]

يمكن للخوارزميات أن تحل محل الصحفيين في كتابة نصوص واقعية وموحدة، مثل المقال الأول الذي نشر في 17 مارس 2014 على موقع لوس أنجلوس تايمز، الذي أعلن فيه أن زلزالًا ضرب حي في لوس أنجلوس مرافقا بتقرير مع خريطة وهذا في غضون ثلاث دقائق فقط ، بفضل خوارزمية Quakebot المتصلة بالبيانات المقدمة من المركز الفيدرالي للمعلومات الزلزالية (المسح الجيولوجي الأمريكي).

يمكن للخوارزميات التفاعل مع المستخدمين ، والرد على أسئلتهم أو تعليقاتهم كما لو كانوا بشرًا (روبوتات الدردشة أو "وكلاء المحادثة") ، مثل بوت 20 ، الذي يتيح للمستخدمين ، منذ يونيو 2016 ، طرح أسئلة عبر Facebook Messenger حول مواضيع الأخبار والحصول على تشكيلة مختارة تلقائيًا من خمسة مقالات تلبي طلبهم.

يمكن للخوارزميات التحقق تلقائيًا من المحتوى الحقيقي لبعض البيانات السياسية لكشف الأكاذيب ("التحقق من الحقائق بواسطة علم الحاسوب" مثل المشروع الأمريكي: Tech & Check Cooperative ، أو البحوث الجارية في جامعة Stanford لتطوير خوارزمية الكشف عن الأخبار الزائفة).

يمكن للخوارزميات مراقبة محتوى ضخم لاستخلاص بيانات ذات صلة وتحديد الاتجاهات. يقوم Reuters News Tracer بمراقبة الملايين من التغريدات يوميًا لاكتشاف المواضيع المحتملة للتعامل معها.[45]

[44] أحمد،عمرو الأنصاري (2022/31/4)،120 أداة وكيف تستعين بتقينيات الذكاء الاصطناعي لخدمة عملك الصحفي وصناعة المحتوى،تم الاطلاع عليه في 2024/04/20، رابط الموقع https://ijnet.org/ar/story/120

باختصار يتيح استخدام الادوات والتقنيات الحديثة في كتابة وتوليد المحتوى للصحفيين تسهيل مهمتهم وتوفير الوقت والجهد .

المطلب الثاني: أخلاقيات مهنة الصحفي في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي

تُثير الخوارزميات بعض التساؤلات الأخلاقية، فهناك مخاوف من قدرتها على التحكم في المعلومات المُقدمة للجمهور، من خلال السيطرة على عرض المحتوى لفئات محددة من الناس بطرق معقدة وغير واضحة.

أستاذ الصحافة في جامعة كاليفورنيا الغربية مايك أناني يشير إلى ضرورة تطوير آليات لمراقبة وتحليل هذه التغيرات في الخوارزميات بطريقة أخلاقية .ويقترح إجراء تقييمات أخلاقية دورية للممارسات الإعلامية الحالية، وإصدار قواعد تنظم العمل الإعلامي بشكل أخلاقي [46]

اعتمدت العديد من المؤسسات الإعلامية والنقابات المهنية والمجالس الصحفية المواثيق الأخلاقية التقليدية، بما في ذلك ميثاق ميونيخ والميثاق العالمي لأخلاقيات الصحفيين. وعلى الرغم من التحديات التي تواجه الصحافة في البيئة الرقمية الجديدة، إلا أن هذه القواعد لا تزال مرجعًا ملزمًا لكل صحفي. في عام 2019، اعتمد الاتحاد الدولي للصحفيين ميثاقًا أخلاقيًا عالميًا جديدًا يؤكد على ضرورة حضور الصحفيين في وسائل التواصل الاجتماعي ومتابعة التعليقات والوثائق المنشورة فيها. تركز بعض هذه القواعد على

---

[45] Mercier,Arnaud ,L'information face à l'intelligence artificielle : Promesse et dangers (5/2/2018),Vu le 20/04/2024 ,à 23 :30 ,le lien du site :
https://larevuedesmedias.ina.fr/linformation-face-lintelligence-artificielle-promesses-et-dangers

[46] عثمان ،أمكور،(2022/5/29)،عمالقة التقنية و الذكاء الاصطناعي ومستقبل الصحافة ،تم الاطلاع عليه في 2044/04/29 على الساعة 10:00،رابط الموقع https://institute.aljazeera.net

الحفاظ على المبادئ الأساسية فيما يتعلق بالتحقق من صحة المحتوى الصحفي والحفاظ على الدقة على حساب السرعة في نشر الأخبار العاجلة. أصدرت صحيفة نيويورك تايمز كتيبًا يتضمن إرشادات وتوجيهات حول كيفية استخدام الوسائل الرقمية والفضاءات الإلكترونية وبناء المحتوى بشكل يتوافق مع القيم الأخلاقية، ويشدد على ضرورة تجنب بعض الممارسات التي تتعارض مع هذه القيم، مثل التنصت الإلكتروني على مصادر الأخبار.[47]

المطلب الثالث: تأطير الصحفيين في مجال الذكاء الاصطناعي.

على الصعيد العالمي، أطلقت وكالة الأنباء النرويجية مشروعًا لتوليد تغطية أخبار كرة القدم بشكل آلي في عام 2016، بالتعاون مع خبراء في مجال الذكاء الاصطناعي. تم تدريب مجموعة من الصحفيين على مهارات جديدة، بينما اكتسب الروبوت القدرة على توليد التغطية الصحفية التلقائية. استلزم ذلك إدخال كميات كبيرة من البيانات التحريرية لمساعدة الروبوت على اتخاذ القرارات الصحيحة. أسفرت عملية التعلم هذه في غرفة الأخبار عن العديد من الأفكار الإعلامية الواعدة.

أما في مصر، فقد أجرت منار مصطفى بحيري دراسة حول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة. توصلت الدراسة إلى أن 65.5% من العاملين في المجال الصحفي يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما أشارت الدراسة إلى أهمية تدريب الصحفيين بشكل مستمر وتحسين مهاراتهم لتتوافق مع متطلبات الذكاء الاصطناعي ، كذلك تضمنت توصيات بإضافة مواد تدريبية خاصة لطلاب الإعلام وأقسام الصحافة في الجامعات المصرية لإعداد صحفيين قادرين على مواكبة سوق العمل في العصر الرقمي.[48]

[47] جمال شعبان شاوش ،المبادئ الأخلاقية والأدوار المهنية للصحفيين في البيئة الإعلامية الجديدة ،الجزائر ،2021

[48] Salim ,cheikh , understanding the rôle of artificial intelligence and its future social Impact, IGT global ,USA,2020,page 50.

في دبي، أكدت مديرة نادي الصحافة ميثاء بوحميد أن تمكين الصحفيين العرب وإعدادهم بشكل مثالي للمستقبل يعتبر أولوية كبرى في استراتيجيات النادي .ووضحت أن النادي يتمتع بشبكة علاقات واسعة مع كبرى المؤسسات الإعلامية في المنطقة والعالم، بما في ذلك الشركات والمنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية .من جهتها، أعربت ساميه عايش، في مبادرة جوجل للأخبار في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، عن تقديرها لاستمرار شراكة جوجل مع النادي وتقديم دورات تدريبية يمكن أن تساعد الصحفيين في عملهم[49].

أما في الجزائر، فقد بدأت في عام 2021 بعقد ورشة تكوينية حول الذكاء الاصطناعي لصالح الصحفيين الجزائريين من قبل شركة اتصالات الجزائر بالتعاون مع جوجل. تم تقديم التدريب عبر تقنية عن بعد وشمل صحفيين من مختلف وسائل الإعلام. تم عرض مجموعة متنوعة من أدوات جوجل لتسهيل عمل الصحفيين، بما في ذلك Google Lens، Google Docs Voice Typing، Google Traduction، Pinpoint، Google Cloud Platform، Clips، وGoogle Publicité. كما تم دعوة الصحفيين لزيارة موقع التدريب الإلكتروني لجوجل الذي يوفر دروسًا مختلفة لمساعدتهم في البحث عن الأخبار وإعداد التحقيقات الميدانية. تم أيضًا عرض أدوات وسائل الإعلام الدولية المختلفة مثل Lynx Insight، News Tracer، وVioto. وفي الختام، تم تقديم تحقيق حول أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها وسائل الإعلام الدولية وكيفية استخدامها.[50]

[49] دبي للصحافة منتدى الإعلام العربي في نهاية. سبتمبر المقبل (08/02/2023)، تم الإطلاع عليه في 2040/04/29 ،على الساعة 10:30 ،https://aawsat.com/home/article

[50] صحفيون جزائريون يستفيدون من تكوين حول الذكاء الاصطناعي في أقسام التحرير،(2021/02/04) ،تم الاطلاع عليه في 2024/04/29 على الساعة 13:25، https://www.aps.dz/ar/algerie

وفي عام 2023، تم الإشراف على انطلاق فعاليات الدورة التكوينية الخاصة بالاتصال المؤسساتي في تلمسان، حيث صرح وزير الإتصال الأسبق محمد بوسليماني بأن رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يدعم بشكل قاطع عملية تدريب الصحفيين وتعزيز قدراتهم، وذلك لرفع مستوى أدائهم في مرافقة التطور التنافسي للجزائر الجديدة ومواكبة عالم الرقمنة والذكاء الاصطناعي.

وفي تطور لاحق، انطلقت فعاليات الدورة التكوينية للاتصال المؤسساتي في تلمسان عام 2023، أين أكد وزير الاتصال الأسبق محمد بوسليماني دعم رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون القوي لتدريب الصحفيين وتعزيز مهاراتهم. والهدف من ذلك هو مواكبة الأداء مع تطور الجزائر التنافسي في عصر الرقمنة والذكاء الاصطناعي. [51]

وبالنظر إلى الصورة الأكبر، يبدو واضحاً أن معظم الدول فتحت أبوابها لصحافة الذكاء الاصطناعي، وباتت تدرك أهمية تدريب العاملين في المجال الصحفي وفق أحدث التطورات .والجزائر تسير على هذا النهج لتعزيز الرقمنة والذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

[51] وزير الاتصال محمد بوسليماني:(بين نوفمبر 2021 حتى سبتمبر 2023) ، تكوين الصحفيين أصبح ضرورة مستعجلة ،(2023/03/09) تم الإطلاع عليه في 29/ 4/ 2024 على الساعة 14:47، https://eldjoumhouria.dz/

المبحث الثالث : مستقبل الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي

لم يعد ضربا من ضروب الخيال الاستعانة ببرمجيات الذكاء الاصطناعي لدى المؤسسات الإعلامية الأجنبية الرائدة في هذا المجال كما هو حال وكاله أسوشيتد برس، وبلومبرج اللتان كانتا من اوائل الناشرين الذين احتضنوا هذه التقنيات لتوليد عشرات الملايين من القصص الآلية في كل سنة فتبني هذه التقنيات المساهمة في انتاج المحتوى الصحفي اصبح واقعا ملموسا في مختلف دول العالم ، فما هو حال المؤسسات الإعلامية على الصعيد العربي عامة وفي الجزائر خاصة؟

المطلب الأول: تجربة الصحافة الجزائرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي:

وفقًا لدراسة جزائرية أجريت في عام 2023، فإن 70% من الصحفيين الجزائريين ، يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما 30% فقط لا يستخدمونها.

وأوضحت الدراسة أن 40% من الصحفيون يرون أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تساهم بشكل كبير في تسهيل العمل الإعلامي. كما أثبتت الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي باتت معتمدة، ولو بنسبة قليلة، في المجال الإعلامي، نظرًا لأهميتها البالغة في تيسير المهام الإعلامية، وخاصة في مجال البحث وإنتاج المحتوى.

وأظهرت نتائج الدراسة وعيًا متزايدًا لدى الصحفيين بالحاجة إلى تبني هذه التكنولوجيا داخل المؤسسات الإعلامية، من أجل مواكبة التطور في مجال العمل الإعلامي، وضمان الجودة والسرعة في الممارسات الإعلامية. كما أبدى هؤلاء الصحفيون اقتناعهم بأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يُعد ضرورة ملحة لتلبية متطلبات العصر الرقمي.[52]

[52] كريمة ،بومدين، تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين"، المجلد 10،العدد 04،الجزائر ،2023،ص 621.

وكما سبق وأن ذكرنا ،قامت وزارة الاتصال وبعض المؤسسات الإعلامية ببدء المشوار في تأطير الصحفيين في هذا المجال، ولكن ما زال هناك نقصا كبيرا في نشر هذا النوع من التدريبات ،إلى أن هناك تغيير جذري ووعي جديد لدى الصحافة الجزائرية.

المطلب الثاني: تحديات صحافة الذكاء الاصطناعي.

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، يواجه الصحفيون تحديات جديدة لا بد من مواجهتها. فعليهم إتقان مهارات جديدة والتكيف المستمر مع التغييرات المتلاحقة. فالصحفي اليوم مطالب بامتلاك معرفة متعمقة بالخوارزميات وعناصر البرمجة والإحصاء المتقدم والاحتمالات، إضافة إلى معالجة جوانب الهندسة اللغوية وضمان جودة البيانات.

كما يتعين على ممارسي الصحافة في هذا العصر الرقمي التوفيق بين القيم التحريرية والتصميم التقني للأدوات البرمجية. ويتطلب ذلك تطوير أشكال جديدة من التعاون بين الثقافات المهنية، وتسهيل التواصل والتكامل بين عالم الصحافة وعالم التكنولوجيا، بما يدمج العقلانية التكنولوجية بإيجابية ورمزية الصحافة.

علاوة على ذلك، على الصحفيين الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة كالذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتحديد الأنماط وإجراء البحوث. ومع ذلك، فإن التحديات الأخرى تتعلق بالأخلاقيات والمسؤولية الإعلامية، إذ يجب التعامل مع المعلومات بصدق وشفافية وتجنب نشر الأخبار الزائفة، مع تحقيق التوازن بين الحق في الحرية الإعلامية والمسؤولية الإعلامية.[53]

[53] بيان ،القاضي،توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية ،تاريخ النشر 2021/07/15،تمت زيارة الموقع في 2024/03/20،على الساعة 15:15، https://arsco.org/articles/article-detail-31951/

في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة، أصبح من الصعب على الصحفيين التمييز بين المعلومات الحقيقية والمزيفة .فتقنيات الذكاء الاصطناعي الحديثة أتاحت إمكانية تزييف المحتوى المرئي والمسموع بصورة متقنة ومخادعة .وهذا الواقع من المتوقع أن يشهد مزيدًا من التعقيد والارتباك التقني في المجال الإعلامي مستقبلًا.

أحد أخطر التحديات هو التلاعب بالوعي الجماعي، الأمر الذي قد يؤدي إلى تشويش صناع القرار في الدول وتأثير على الرأي العام .لذا، يقع علينا جميعًا مسؤولية تحسين نظام التعليم الإعلامي، وليس فقط على مستوى كليات الإعلام، بل على مختلف المستويات التعليمية .فمن المهم للغاية أن يكون الجميع قادرين على فهم مدى سهولة التلاعب بأفكارهم باستخدام التكنولوجيا الحديثة، وإلا سنصبح مجرد أدوات لا تملك القدرة على التفكير[54].

وفقًا لمقابلة خاصة مع الجزيرة نت، شرحت المخرجة جنى المسلماني في فيلمها الوثائقي عن الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي، رؤيتها حول تأثير الذكاء الاصطناعي على مجال الإعلام والصحافة .وقالت المخرجة إنّ الفيلم يوثّق مرحلة ما قبل استخدام الذكاء الاصطناعي في شبكة الجزيرة الإعلامية، حيث أرادوا تسجيل هذه اللحظة التاريخية وإظهار مخاوف الصحفيين وآرائهم حول تأثير الذكاء الاصطناعي على عملهم والصحافة بشكل عام.وسلّط الفيلم الضوء على التحديات والمخاوف التي يواجهها الصحفيون، وكيف ينظرون إلى التغيّرات المستقبلية المحتملة في مهنتهم بسبب تطبيق

[54] محمد، جندي، الوسائط المتعددة للصحافة والإعلام ،ط 1،مجموعة النيل العربية،مصر،2020،ص 248.

التكنولوجيا، وترى المخرجة أن هذا الفيلم هو دعوة للقائمين والمتحدثين باللغة العربية لاتخاذ خطوات في تبني الذكاء الاصطناعي.[55]

المطلب الثالث : الحلول الرئيسية لتعزيز التطبيق الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الإعلام.

ردا على التقدم السريع للذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، دعا الاتحاد الأوروبي للصحفيين السلطات العامة إلى عدم تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بل تشجيع استخدامه بطريقة أخلاقية .وأكد الاتحاد على ضرورة أن يحافظ استخدام الخوارزميات على تعدد وسائل الإعلام وحرية التعبير، خاصةً بالنسبة للمجموعات الأقلية.

وقد تطلب إدخال التكنولوجيا في وسائل الإعلام استثمارًا في تدريب الصحفيين .وفي هذا الإطار، نظم الاتحاد مؤتمرًا في تاريخ 8 جوان2023 عبر الإنترنت بعنوان" الذكاء الاصطناعي ومستقبل الصحافة"، شارك فيه أكثر من 300 شخص من جميع أنحاء العالم، بما في ذلك رئيس الاتحاد الأوروبي للصحفيين موغنز بليشير بيريجورد ومسؤولين سياسيين كبار.

وناقش المشاركون في المؤتمر التحديات السياسية لمستقبل الصحافة، وأكدوا على ضرورة دعم الصحافة البشرية عالية الجودة وتدريب الصحفيين .كما طالبوا بضرورة الحفاظ على استقلالية وسائل الإعلام وتوجيه توصيات لمواجهة التغييرات المحتملة بسبب الذكاء الاصطناعي والرفع من وعي وسائل الإعلام بهذه التطورات[56].

[55] إعادة تفكير في الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي فيلم يناقش بوصلة التكنولوجيا والإعلام ،تم الإطلاع عليه في 2024/03/25 على الساعة 17:27، https://www.google.com/amp/s/www.aljazeera.net/amp/culture/

[56] How to respond to the challenges of artificial intelligence in the newsroom ?, Seen 20/03/2024,at 23 :50,https://europeanjournalists.org/.

فيما يلي تلخيص لأهم الحلول من أجل تعزيز تطبيق الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي تطوير الخوارزميات المستخدمة في البحث والتحليل والتفسير الصحفي يعد أساسيًا لتحقيق المزيد من الدقة والفعالية في العمل.

بالإضافة إلى ذلك، يتطلب تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة تأهيل العاملين في هذا المجال لفهم كيفية استخدام هذه التقنيات بشكل فعال وصحيح. كما يجب إدماج المراجعة البشرية في عملية تطبيق الذكاء الاصطناعي لضمان الدقة والموضوعية.

وعلاوة على ذلك، يتطلب الأمر التزام صناعة الصحافة بالأخلاقيات المهنية والمعايير الصحفية الدولية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما يجب التعاون مع الجهات الحكومية والرسمية المعنية لتوفير الإطار القانوني والتشريعي اللازم لتطبيق هذه التقنيات بالشكل الأمثل بما يخدم العمل الصحفي ويؤدي إلى تطوير المؤسسة الصحفية بشكل عام

وأخيرًا، توفير البنية التحتية اللازمة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة أمر ضروري لضمان نجاح هذا التحول التكنولوجي.[57]

[57] أسماء محمد مصطفى عراك،،مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجا)،مجلة البحوث الإعلامية ،العدد الثامن والخمسون ،مصر،2021،ص 1698.

خلاصة الفصل الثاني:

تعد تقنيات الذكاء الاصطناعي فرصًا هائلة لتعزيز العمل الصحفي من خلال تسريع عمليات البحث وتحليل البيانات والمعلومات . ومع ذلك، يجب على الصحفيين الالتزام بأخلاقيات المهنة، والتمسك بمبدأ الموضوعية والدقة في أداء الرسالة الإعلامية، واحترام الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية، وتجنب التحيز والمعلومات المضللة أو الكاذبة. كما يتعين استخدام هذه التقنيات بذكاء من خلال التدريب المناسب، ووضع ضوابط وإرشادات، وتقييم الآثار الأخلاقية والاجتماعية المحتملة. ولضمان الاستخدام الآمن والمسؤول لهذه التقنيات، هناك حاجة ملحة لتقنين هذا المجال من خلال وضع قوانين وتشريعات، وتعزيز الشفافية والمساءلة، وحماية حقوق الصحفيين والجمهور على حد سواء.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

دراسة تحليلية وصفية لعينة من صحفيي قناة النهار

تمهيد

أولا : بطاقة تقنية لقناة النهار

ثانيا : تحليل وتفسير البيانات الميدانية.

- **عرض وتحليل الجداول البسيطة .**
- **عرض وتحليل الجداول المركبة .**

ثالثا : النتائج العامة للدراسة

رابعا: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

تمهيد:

نظرا لما تتيحه التطورات التكنولوجية الأخيرة في مجال الذكاء الاصطناعي، توسع استخدام هذا الأخير ليكتسح عدة مجالات بما فيها مجال الإعلام ،الذي بات واقعا لا مفر منه، فأصبح بإمكان المؤسسات الإخبارية توظيف الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الصحفي ،ولقد حققت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تطورا غير مسبوق في مجال الإعلام وبذلك أنتجت مفهوما يعرف بصحافة الذكاء الاصطناعي والتي من شأنها إحداث تغييرات كبرى على مستوى المؤسسات الإعلامية ، ومن هذا المنطلق أردنا معرفة مستوى إدراك الصحفيين الجزائريين لتقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال دراسة واقع حال المؤسسات الإعلامية الجزائرية ،باختيارنا لعينة من صحفيي قناة النهار ،وتتكون عينة الدراسة من 40 مفردة ،،قمنا بتوزيع الاستمارات الورقية على أفراد العينة بصفة مباشرة ،لأن هذه الطريقة تضفي أهمية للبحث العلمي من وجهة نظر أفراد العينة حيث بإمكاننا توضيح بعض النقاط الغامضة والاستفادة كباحثين من خلال رؤية ردود الأفعال المباشرة للمستجيبين.

قبل الشروع في تحليل الإستمارة ،وجب علينا عرض تشخيص القناة المعنية بالدراسة .

I. بطاقة فنية لقناة النهار:

هي فضائية إخبارية جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين، انطلق بثها التجريبي بيوم 06 مارس .2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش.

مقر بثها هو العاصمة الأردنية عمان، ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات. حيث أن معظم القنوات التي تبث من المدينة الإعلامية غير أردنية، والتي تتكون من 121 قناة فضائية.

تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي ، حيث أن برامجها مزيج بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الإقتصاد في الجزائر.[58]

ذلك ما توضحه كل شعارات قناة النهار ،فشعار قناة النهار TV الإخبارية الجزائرية، هو: news 7/24 TV.

الموقع الالكتروني للقناة: https://www.ennaharonline.com

مقر القناة حاليا الجزائر العاصمة لسعيد حمدين.

بالرغم من حداثة قناة النهار على المساحة الإعلامية الا أنها استطاعت أن تكسب ثقة الجمهور، فقد أظهرت نتائج دراسة استقصائية قامت بها وكالة "ميديا سورفي" للإعلام والتسويق"، حول القنوات الأكثر مشاهدة من طرف الجزائريين، احتلال القناة الفضائية النهار

[58] أمينة،مزيان،تجربة الإنفتاح الإعلامي لقطاع السمعي البصري الخاص دراسة استطلاعية لاتجاه الصحفيين الجزائريين لقناتي الشروق والنهار ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ،تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،جامعة الحاج لخضر ،الجزائر ،2015،ص 83.

المركز الأول بين القنوات الخاصة والمركز الخامس بين 18 قناة فضائية محلية أجنبية تستهوي المشاهد الجزائري.

أهداف القناة:

تحرص القناة على إيصال صورة كل الجزائريين والانشغالات وإيصال مطالبهم ،كما سبق وأشرنا أن القناة تهتم بالشأن الإخباري من حيث الطابع ، وتحاول حاليا من خلال شبكة برامجها إلى التنويع في مواضيعها الإخبارية ،وتتبع الساحة سياسيا من خلال سبر الآراء والاهتمام بالمصداقية والموضوعية في الطرح ،زهو ما يمثل المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام في الجزائر.[59]

II. تحليل الجداول البسيطة.

مقدمة:

يعتبر التحليل في العلوم الإنسانية : عملية بحثية علمية متخصصة تخضع لها البيانات المجمعة بواسطة البحوث الميدانية ، حيث يقوم الباحث فيها بوصف هذه البيانات و التعليق عليها كيفيا بهدف إعطاء القارئ صورة واضحة عن الظاهرة المدروسة و عليه كانت دراستنا و تفريغ جداولها و تحليلها كالأتي:

[59] نعيمة موكس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية ،القنوات الخاصة الجزائرية نموذجا ،مذكرة لنيل شهادة الماستر ،تخصص سينما وتلفزيون ووسائل الإتصال الحديثة ،جامعة الجزائر 3 ،2014 ،ص (73_74)

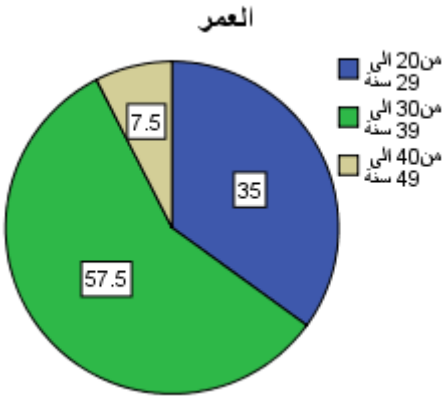
الجدول رقم(01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة %
ذكر	21	52.5
أنثى	19	47.5
المجموع	40	100.0

الشكل رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يوضح لنا الجدول رقم (1) استجابة المبحوثين على حسب متغير الجنس ،حيث بلغ عدد الذكور 21 أي بنسبة 52,5٪ ،أما الإناث فبلغ عددهم 19 بنسبة 47,5٪ من مجموع 40 مفردة وزعت عليها الاستمارة. وهذا يدل على أن عدد الصحفيين بقناة النهار قد يفوق عدد الصحفيات ،وذلك لما يتطلبه العمل الإعلامي من قضاء ساعات عمل طويلة وإضافية والسهر ليلا في المؤسسة ،أي أن طبيعة العمل تتلائم مع جنس الذكر أكثر من الإناث

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.



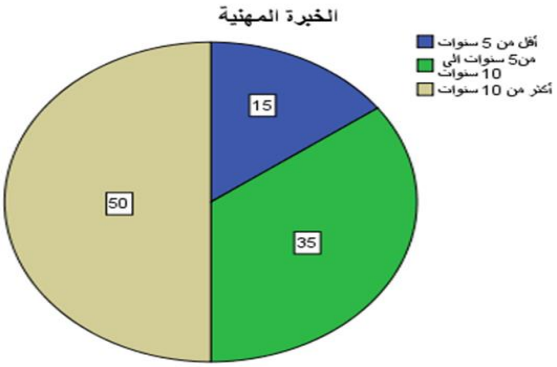
المتغير	التكرار	النسبة %
من 20الى 29 سنة	14	35.0
من 30الى 39 سنة	23	57.5
من 40الى 49 سنة	3	7.5
المجموع	40	100.0

الشكل رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.

يوضح لنا الجدول رقم (2) استجابة المبحوثين على حسب متغير العمر حيث تبين أن الفئة العمرية الأكثر تكرارا هي من 30 إلى39 سنة بنسبة 57,5٪ من الإجمالي وهذا يدل على أن هذه الفئة تمثل غالبية العينة المدروسة ،تليها الفئة العمرية من 20 إلى 29 سنة بنسبة 35% أما بالنسبة للفئة من 40 إلى 49 سنة فهي الأقل تكرارا بنسبة 7,5% أغلبية عينة الدراسة في سن الشباب،وهذا يعني أن لديهم القدرة والاستعداد بشكل أكبر من باقي الفئات العمرية على تبني الأفكار الجديدة في استخدام و استيعاب تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل.

الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من 5 سنوات	6	15.0
من 5سنوات الى 10 سنوات	14	35.0
أكثر من 10 سنوات	20	50.0
المجموع	40	100.0



الشكل رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

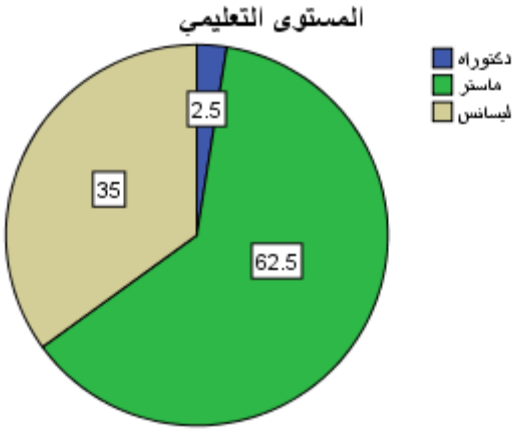
يمثل الجدول رقم (3) استجابة المبحوثين على حسب متغير الخبرة المهنية ، حيث تبين أن الفئة الأكثر تكرارا هي أصحاب الخبرة الأكثر من 10 سنوات ،حيث بلغ عدد تكرارها 20 وبنسبة 50%. وهذا يشير إلى أن غالبية المفردات في العينة لديهم خبرة مهنية طويلة تزيد عن 10 سنوات. تليها الفئة ذات الخبرة المهنية من 5 إلى 10 سنوات بتكرار

14 وبنسبة 35%. وهذا يعكس وجود نسبة معتبرة من المفردات ذوي الخبرة المتوسطة، أما أصحاب الخبرة الأقل من 5 سنوات فقط بلغ تكرارهم 6 وبنسبة 15%. وهذا يشير إلى وجود نسبة قليلة من المفردات ذوي الخبرة القصيرة.

إن متغير الخبرة في هذه الدراسة غير مرتبط بقناة النهار فقط، بل بالخبرة الإعلامية لأفراد العينة في كامل مسيرتهم المهنية. وقد أظهرت النتائج أن غالبية العاملين تفوق خبرتهم 10 سنوات، مما يشير إلى أن قناة النهار توظف الصحفيين ذوي الخبرة الأكبر ومن لهم دراية بالمجال .

الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

المتغير	التكرار	النسبة %
دكتوراه	1	2.5
ماستر	25	62.5
ليسانس	14	35.0
المجموع	40	100.0



الشكل رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

يمثل الجدول رقم (4) استجابة المبحوثين على حسب متغير المستوى التعليمي، تبين لنا أن الفئة الأكثر تكرارًا هي فئة الماستر، حيث بلغ تكرارها 25 مرة وبنسبة 62.5%. وهذا يشير إلى أن غالبية صحفيي قناة النهار لديهم مستوى الماستر ، أما الفئة الثانية هي فئة الليسانس، والتي تكررت 14 مرة وبنسبة 35%. وهذا يعكس وجود نسبة معتبرة من

الصحفيين الذين لديهم مستوى ليسانس.أما الفئة الأقل تكرارًا فهي فئة الدكتوراه، حيث تكررت مرة واحدة وبنسبة 2.5%. وهذا يعني وجود صحفي واحد فقط من بين عينة الدراسة يحمل مؤهل الدكتوراه.

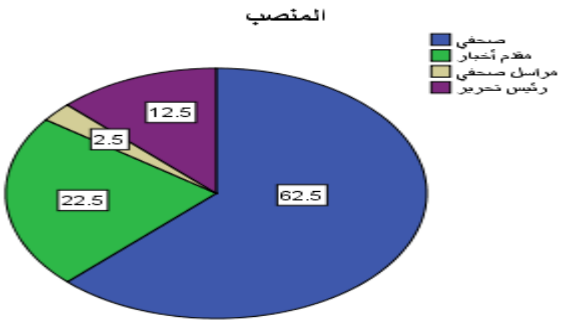
من خلال هذه النتائج، يتضح أن غالبية صحفيي قناة النهار يحملون درجة الماستر، مما يشير إلى أن القناة تُفضّل توظيف الصحفيين ذوي المؤهل العلمي الأعلى.

مما يترجم إتجاه مؤسسة النهار في اختيار وتعيين صحفييها من كوادر وأفراد ذوي مستوى تعليمي عالي.

الجدول رقم : 05 يبين توزيع أفراد العينة حسب المنصب

المنصب

المتغير	التكرار	النسبة %
صحفي	25	62.5
مقدم أخبار	9	22.5
مراسل صحفي	1	2.5
رئيس تحرير	5	12.5
المجموع	40	100.0



الشكل رقم : 05 يبين توزيع أفراد العينة حسب المنصب

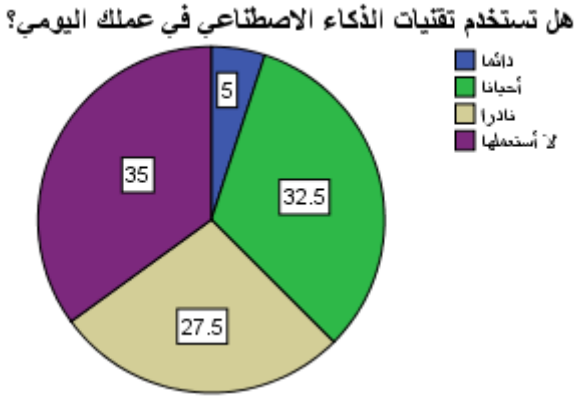
يوضح الجدول رقم 5 استجابة المبحوثين على حسب متغير المنصب ومن خلاله تبين أن الفئة الأكثر تكرارا هي" صحفي "بنسبة .%62.5 وبتكرار2 وهذا يعني أن أغلب مفردات العينة هم صحفيون .،تليها فئة مقدم أخبار بنسبة ٪ .%22.5هذا يعكس وجود نسبة معتبرة من المفردات يعملون كمقدمي أخبار أما فئة رئيس تحرير فقد بلغت

نسبتها 12.5% . والفئة الأقل تكرارا هي "مراسل صحفي" بنسبة 2.5٪ ،والمتمثلة في مراسل صحفي واحد من بين إجمالي مفردات الدراسة .

يمكن تفسير قلة المراسلين العاملين في قناة النهار بأنه من المحتمل أن تكون القناة تعتمد على مصادر أخرى للحصول على المعلومات.

الجدول رقم : 06 مدى استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي:

المتغير	التكرار	النسبة %
دائما	2	5.0
أحيانا	13	32.5
نادرا	11	27.5
لا أستعملها	14	35.0
المجموع	40	100.0



الشكل رقم : 06 مدى استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي:

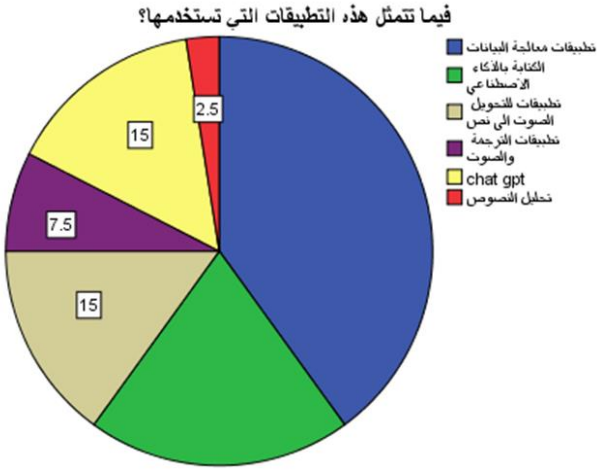
وفقًا للجدول رقم 6 الذي يوضح استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي، تبين لنا أن أغلب الصحفيين بقناة النهار لا يستعملون تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث بلغ عددهم 14 صحفي وبنسبة.35%

-بالنسبة للصحفيين الذين أحيانا ما يستعملون تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم فقد حظوا بنسبة معتبرة قدرت بـ32.5% ، وبلغ عددهم 13 صحفي.

بينما عدد الصحفيين الذين نادرًا ما يستعملون هذه التطبيقات فقد بلغ 11 شخص وبنسبة 27.5% ،أما الذين يوظفون هذه التطبيقات أثناء عملهم بشكل دائم فقد تحصلوا على نسبة قليلة قدرت ب 5% حيث بلغ عددهم 2 ويمكن تفسير هذه النتائج بالقول أن أغلب صحفيو قناة النهار لا يستعينون في عملهم اليومي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما هناك نسبة معتبرة يستخدمون هذه التقنيات أحيانا ، في حين أن قلة من الصحفيين يستخدمونها بشكل دائم .وهذا يشير إلى أن معظم صحفيي قناة النهار لا يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم كما أن عدد كبير منهم ليسوا على دراية بهذه التطبيقات.

الجدول رقم 07 : تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من طرف صحفيي قناة النهار

المتغير	التكرار	النسبة %
تطبيقات معالجة البيانات	16	40.0
برامج الكتابة بالذكاء الاصطناعي	8	20.0
تطبيقات التحويل الصوت الى نص	6	15.0
تطبيقات الترجمة والصوت	3	7.5
chat gpt	6	15.0
تحليل النصوص	1	2.5
المجموع	40	100.0



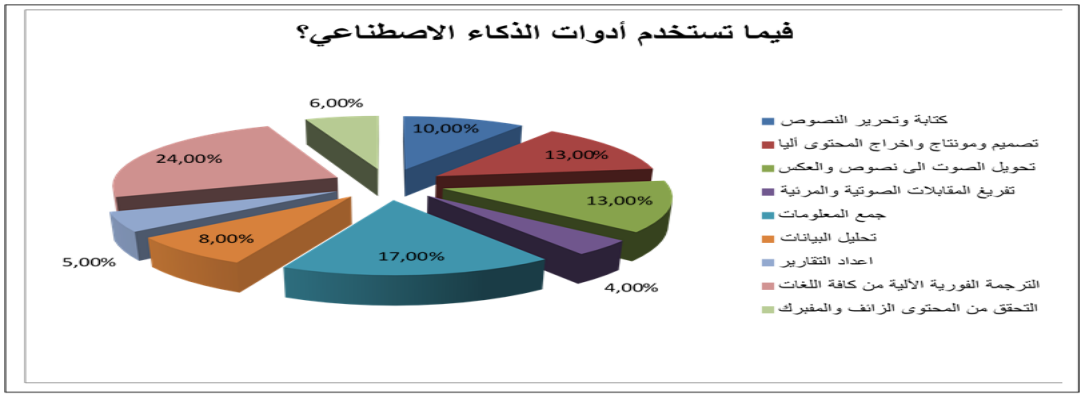
الشكل رقم 07 : تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من طرف صحفيي قناة النهار

وفقًا للجدول المعروض، يتضح أن التطبيقات المعتمدة في معالجة البيانات هي الأكثر استخدامًا لدى صحفيي قناة النهار، بنسبة . .40% أما برامج التحرير والكتابة فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة20% ،هناك أيضا من يستعمل تطبيقات تحويل الصوت إلى نص بنسبة15 ٪ وتطبيق Chat gpt بنسبة مماثلة. كما يستخدم2,5 ٪من صحفيي قناة النهار تطبيقات تحليل النصوص .

يتضح أن صحفيي قناة النهار يلجؤون إلى استخدام تطبيقات معالجة البيانات من أجل توفير الوقت والجهد وتسهيل مهامهم ولا يعتمدون بشكل كلي على الذكاء الاصطناعي في التحرير ويفسر هذا بأن صحفيي قناة النهار على دراية بالجانب السلبي لتقنيات الذكاء الاصطناعي وعدم قدرته على منافسة المهارات البشرية خاصة في التحرير والتحليل فلهذا يستعملون التطبيقات التي تخفف عنهم عبء العمل.

الجدول رقم : 08 مجالات استخدام صحفيي قناة النهار لأدوات الذكاء الاصطناعي.

المتغير	التكرار	النسبة %
كتابة وتحرير النصوص	10	10.0%
تصميم ومونتاج واخراج المحتوى أليا	13	13.0%
تحويل الصوت الى نصوص والعكس	13	13.0%
تفريغ المقابلات الصوتية والمرئية	4	4.0%
جمع المعلومات	17	17.0%
تحليل البيانات	8	8.0%
اعداد التقارير	5	5.0%
الترجمة الفورية الألية من كافة اللغات	24	24.0%
التحقق من المحتوى الزائف والمفبرك	6	6.0%
المجموع	100	100.0%



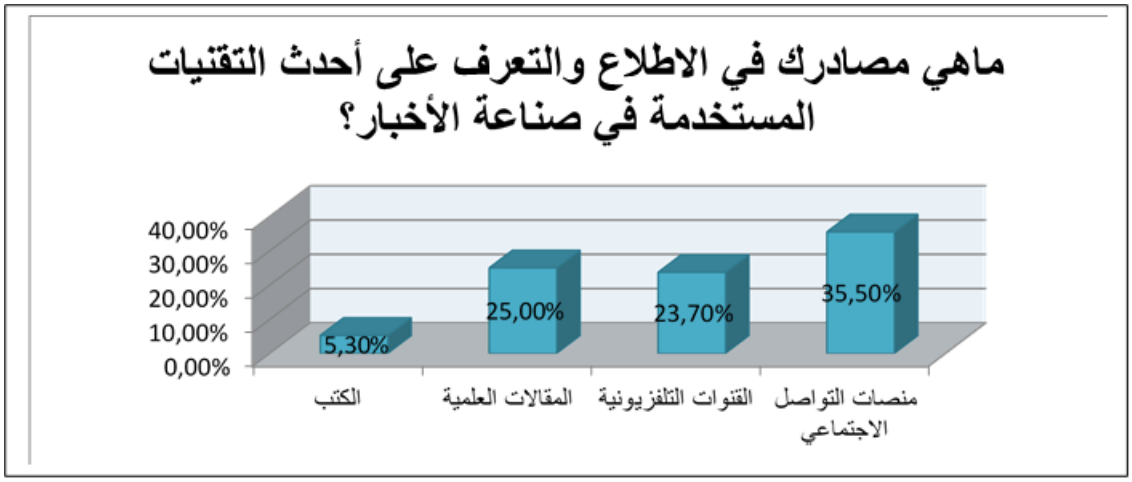
الشكل رقم : 08 مجالات استخدام صحفيي قناة النهار لأدوات الذكاء الاصطناعي.

يتضح من خلال الجدول أن الاستخدام الأكثر شيوعًا لأدوات الذكاء الاصطناعي لدى صحفيي قناة النهار هو" الترجمة الفورية الألية من كافة اللغات "بنسبة .24.0% ، يأتي في المرتبة الثانية جمع المعلومات بنسبة17% ، تصميم ومونتاج و إخراج المحتوى أليا"بالإضافة إلى " تحويل الصوت الى نصوص والعكس "جاءا في المرتبة الثالثة بنسبة . 13.0%أما باقي الاستخدامات مثل" كتابة وتحرير النصوص "و" تحليل البيانات "و "التحقق من المحتوى الزائف والمفبرك "و" إعداد التقارير "و" تفريغ المقابلات الصوتية والمرئية " لها نسب أقل تتراوح بين 4.0% و10.0% .

نستنتج أن صحفيي قناة النهار يستعملون أدوات الذكاء الاصطناعي في عملية الترجمة الفورية و جمع المعلومات والمونتاج وبالإضافة إلى التطبيقات التي تسهل وتوفر لهم الوقت والجهد كبرامج تحويل الصوت إلى نصوص والعكس ،كما يتفادى الصحفيون استخدامها في التحرير لأنها لا ترقى إلى إبداع العنصر البشري خاصة أن الصحفي يجب أن يحظى بأسوبه الخاص و أن يتميز برؤية مغايرة ومختلفة عن تلك المتداولة في معالجته لمختلف المواضيع.

الجدول رقم 09: مصادر الصحفيين العاملين بقناة النهار في الإطلاع على أحدث التقنيات البصرية المستخدمة في إنتاج المحتوى المرئي.

المتغير	التكرار	النسبة %
الكتب	4	5.3%
المقالات العلمية	19	25.0%
القنوات التلفزيونية	18	23.7%
منصات التواصل الاجتماعي	27	35.5%
أخرى أذكرها	8	10.5%
المجموع	76	100.0%



الشكل رقم 09: مصادر الصحفيين العاملين بقناة النهار في الإطلاع على أحدث التقنيات البصرية المستخدمة في إنتاج المحتوى المرئي.

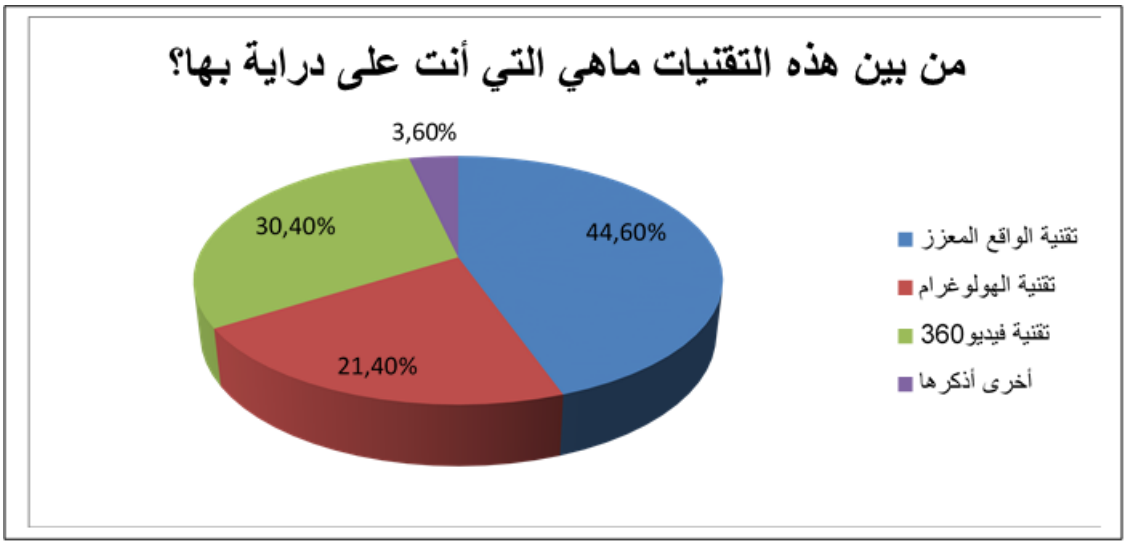
من خلال الجدول ،يتضح لنا أن أكبر نسبة من المبحوثين يتخذون منصات التواصل الاجتماعي كمرجعا للإطلاع على أحدث التقنيات المستخدمة في صناعة الأخبار وذلك بنسبه 35.5% والذي بلغ عددهم 27،كما يعتمد أخرون بنسبة 25% على المقالات العلمية ،بينما تتخذ نسبة تقدر ب 23.7% من صحفيي قناة النهار القنوات التلفزيونية كمصدر للتعرف على أحدث التقنيات المستخدمة في إنتاج المواد الإعلامية ،بينما تعتمد فئة أخرى من الصحفيين على الكتب وذلك بنسبة قليلة جدا تقدر ب5.3% كما كشف البعض

على مصادر أخرى قد يلجؤون إليها للتعرف على تقنيات الذكاء الاصطناعي والمتمثلة في أهل الاختصاص وذلك بنسبة10,5 ٪ .

ويمكن تفسير هذه النتائج بأنه يتوجب على أي صحف أن يكون على إطلاع بمضامين محتويات القنوات الإعلامية الوطنية والعالمية وذلك من أجل معرفة الأخبار وكذا الوقوف عند آخر ما توصلت له هذه القنوات من مواد وعتاد لإبراز قوتها المادية والمعنوية إعلاميا ، ومع انتشار موجة منصات التواصل الاجتماعي التي تنتهجها كل القنوات للتعريف بها وإثبات حضورها عالميا من خلال قسم الملتيميديا ، بات بروزها سهلا وانتشارها أوسع ،فأصبحت تمثل النافذة التي تسمح برؤية مختلف الأحداث المحلية والدولية، فالجميع أضحى يعتمد عليها في ظل ما يفرضه عصر السرعة من تغيير على الجمهور، ولهذا السبب لاحظنا أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يطلعون على أحدث التقنيات المستخدمة ويتعرفون عليها من خلال منصات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 10: التقنيات البصرية الحديثة المتعرف عليها من طرف أفراد العينة

المتغير	التكرار	النسبة %
تقنية الواقع المعزز	25	44.6%
تقنية الهولوغرام	12	21.4%
تقنية فيديو360	17	30.4%
أخرى أذكرها(تقنية ثلاثي الأبعاد ،تقنية التصوير الجداري)	2	3.6%
المجموع	56	100.0%



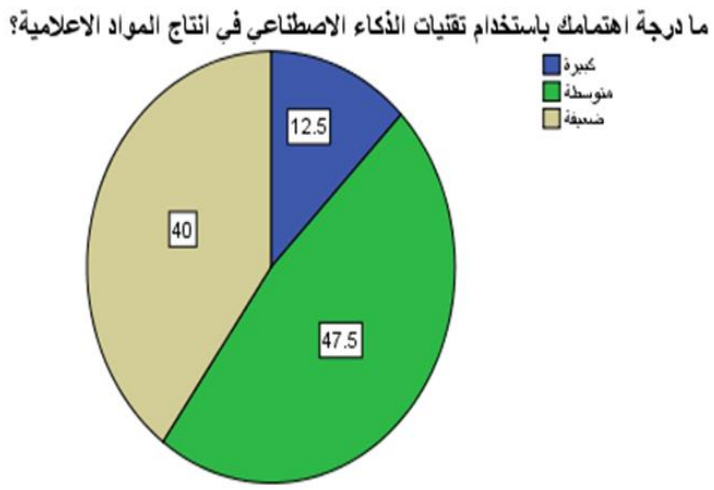
الشكل رقم 10: التقنيات البصرية الحديثة المتعرف عليها من طرف أفراد العينة

من خلال تحليلنا للجدول، يتضح أن أكثر التقنيات التي تم التعرف عليها من قبل أفراد العينة هي تقنية الواقع المعزز، حيث أكد 44.6% من المبحوثين على معرفتهم بهذه التقنية، ويرجع السبب في هذا أن قناة النهار استخدمت تقنية مشابهة للواقع المعزز، حيث تم تصوير صحفي مع ديكور افتراضي خلفه .وفقًا لما أشار إليه التقني سمير سعيداني، في مقابلة أجريناها معه حول هذه التقنية المستخدمة في قناة النهار. كما أخبرنا أن التقنية التي استخدمت من طرف قناة النهار لم ترق إلى مستوى تطور تقنية الواقع المعزز ، والتي تصور أجسامًا حقيقية داخل بيئة افتراضية مختلفة تمامًا عن الواقع الموجود .كما، تعرف الصحفيون بنسبة30,4%، على تقنية 360° أما بالنسبة لتقنية الهولوغرام فقد تم التعرف عليها من قبل أفراد العينة بنسبة21,4 ٪ .بينما الإجابات الأخرى تمثلت في تقنية ثلاثي الأبعاد و تقنية التصوير الجداري، ويفسر هذا أن القناة يمكن أن تكون قد وظفت تلك التقنيات المذكورة من طرف الصحفيين .

إن سبب عدم تعرف الأغلبية على تقنية الهولوغرام راجع إلى درجة اهتمام الصحفيين بالتقنيات البصرية الحديثة ،فهم قليلي الاهتمام بالمجال التقني ،الذي يخص التقنيين

الجدول رقم 11: درجة اهتمام صحفيي قناة النهار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية

المتغير	التكرار	النسبة %
كبيرة	5	12.5
متوسطة	19	47.5
ضعيفة	16	40.0
المجموع	40	100.0



الشكل رقم 11: درجة اهتمام صحفيي قناة النهار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية

يتضح أن درجة اهتمام صحفيو قناة النهار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية هي متوسطة.

حيث نجد أن:

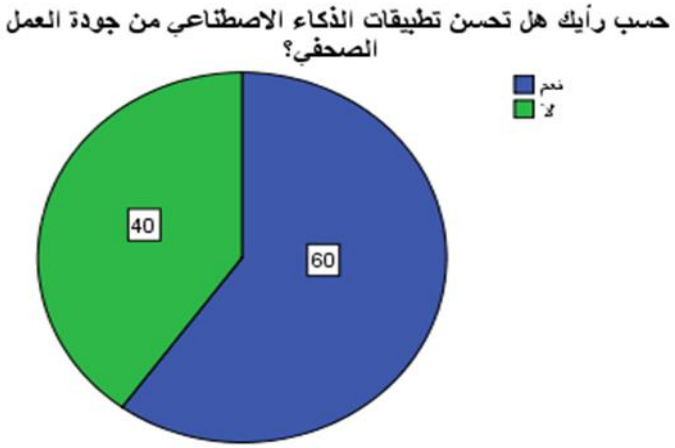
- 47.5% من المبحوثين أفادوا بأن درجة اهتمامهم بهذه التقنيات هي متوسطة.
- 40% أفادوا بأن درجة اهتمامهم ضعيفة.
- في حين أن 12.5% فقط درجة اهتمامهم بمجال الذكاء الاصطناعي كبيرة .

هذه النتائج تشير إلى أن مسألة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي مازالت في مرحلة التطور ، حيث لم تصل بعد إلى مستوى الاهتمام الكبير والاعتماد الواسع عليها من قبل الصحفيين وهذا راجع إلى عدم توفر الوعي الكافي لدى صحفيي القناة حول كيفية الإستفادة من أنظمة الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

بشكل عام، تشير هذه النتائج إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ما زالت في طور التبني والانتشار في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي.

الجدول رقم 12: رأي صحفيي قناة النهار حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة العمل الصحفي

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	24	60.0
لا	16	40.0
المجموع	40	100.0



الشكل رقم 12: رأي صحفيي قناة النهار حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة العمل الصحفي

استناداً إلى البيانات الواردة في الجدول، يبدو أن 60% من أفراد العينة يؤمنون بأن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسِّن من جودة العمل الصحفي. نستنتج من ذلك أن هؤلاء الأفراد يعتمدون على هذه التقنيات في أعمالهم الصحفية.

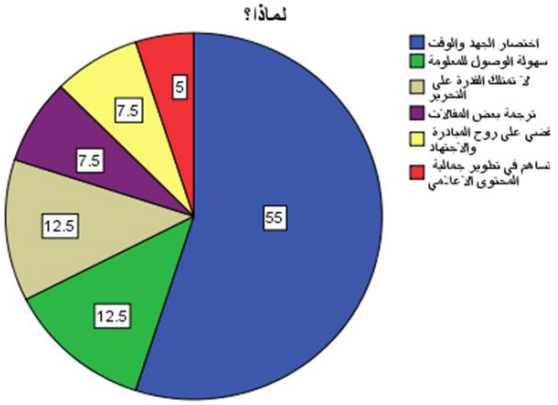
في المقابل، أشار 40% من الصحفيين إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي لا يُحسِّن من جودة العمل الصحفي. قد يكون السبب في ذلك اعتمادهم فقط على التقنيات المعتادة أو التقليدية دون الرغبة في تبني الاتجاهات الجديدة التي فرضتها التكنولوجيا .

على الرغم من ذلك، فقد أثبتت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بعض القنوات الإعلامية تأثيرها الإيجابي في إنتاج المحتوى الإعلامي، كما أشرنا سابقاً في الإطار النظري. لذلك، يستدعي الأمر الحاجة للمزيد من البحث والتجريب لفهم كيفية الاستفادة القصوى من هذه التقنيات في مجال العمل الصحفي.

الجدول رقم 13: تبرير افراد العينة ارائهم حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة العمل الصحفي

لماذا؟

المتغير	التكرار	النسبة %
اختصار الجهد والوقت	22	55.0
سهولة الوصول للمعلومة	5	12.5
لا تمتلك القدرة على التحليل	5	12.5
ترجمة المقالات	3	7.5
تقضي على روح المبادرة والاجتهاد	3	7.5
تساهم في تطوير جمالية المحتوى الاعلامي	2	5.0
المجموع	40	100.0



الشكل رقم 13: تبرير افراد العينة ارائهم حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة العمل الصحفي

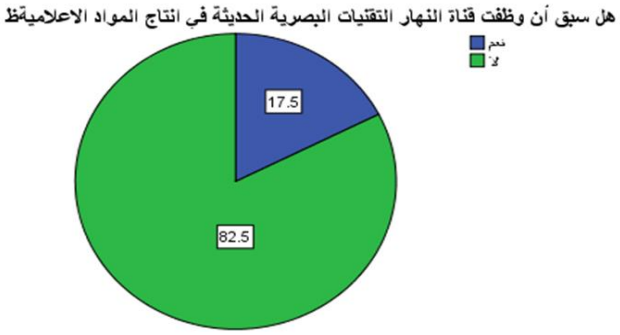
يرى 55% من أفراد العينة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تختصر الجهد والوقت هذا يدل على أن هؤلاء يعتمدون على هذه التقنيات من اجل تسهيل العمل الصحفي وتوفير الجهد وربح الوقت، بينما يرى آخرون بنسبة 12.5% أن هذه التقنيات تسهل إمكانية الوصول الى المعلومات .

وحسب رأي 7,5 ٪ من أفراد العينة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد على ترجمة المقالات

ويرى 5% من صحفيي قناه النهار أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تطوير جمالية المحتوى الاعلامي . أما بالنسبة للصحفيين الذين يعتقدون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تحسن من جودة العمل الصحفي، فحسب رأي% 12.5 من هذه الفئة أن هذه التطبيقات لا

تمتلك القدرة على التحليل والابداع، بالإضافة إلى من يرى أن هذه التقنيات تقضي على روح المبادرة والاجتهاد والتي بلغت نسبتهم 7.5%وهذا لأنه إذا تم الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير سيخلق لدى الصحفيين الخمول ويقتل فيهم الحس الإبداعي الذي يعتبر ضرورة في العمل الإعلامي .

الجدول رقم 14: توظيف قناة النهار لإحدى التقنيات البصرية الحديثة في انتاج المواد الإعلامية



المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	7	17.5
لا	33	82.5
المجموع	40	100.0

الشكل رقم 14: توظيف قناة النهار لإحدى التقنيات البصرية الحديثة في انتاج المواد الإعلامية

– (17.5%) من الإجابات التي أبانها المبحوثين تشير إلى أن قناة النهار قد استخدمت التقنيات البصرية الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية في بعض الحالات.

–أما (82.5%) من الأجوبة تشير إلى أن قناة النهار لم يسبق لها أن استخدمت التقنيات البصرية الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية .

– هذا يعني أن استخدام التقنيات البصرية الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية لدى قناة النهار ما زال محدودًا. ومنه يمكننا القول أن النسبة التي أجابت بأن القناة سبق وأن استخدمت التقنيات الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية لم تفهم السؤال جيدا أو أنهم لا يعرفون التقنيات السابقة الذكر المتمثلة في الهولوغرام ،تقنية الواقع المعزز وتقنية 360° .

وفي مقابلة أجريناها مع رئيس القسم الاقتصادي باباسي ياسين، أكد لنا أن هذه التقنيات لم تستخدم من قبل من طرف قناة النهار وأن القناة لم تصل إلى مرحلة الإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف أخبارها.

الجدول رقم 15: اجابات افراد العينة حول التقنيات المستخدمة من طرف قناة النهار

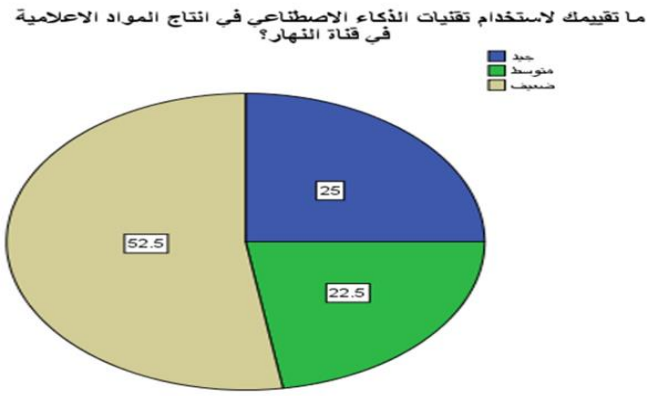
المتغير	التكرار	النسبة %
تقنية تحسين الصوت	4	10.0
تقنية التصوير الجداري	2	5.0
تقنية ثلاثي الأبعاد	1	2.5
عدم الاجابة	33	82.5
المجموع	40	100.0

الشكل رقم 15:اجابات افراد العينة حول التقنيات المستخدمة من طرف قناة النهار

من خلال الجدول تبين لنا أن 82.5% من المستجوبين لم يقدموا إجابة ،بينما 10%من الصحفيين كانت إجاباتهم أن التقنية المستخدمة من قبل قناة النهار هي تقنيه تحسين الصوت، وهناك نسبة55 ٪ من الصحفيين أجابوا أن قناة النهار استخدمت تقنية التصوير الجداري كما أفاد 2,5 ٪ من الصحفيين أن التقنية المستخدمة هي تقنية ثلاثي الأبعاد ،بما أن أغلبية الصحفيون لم يجيبوا هذا يعني أن قناة النهار لم تستخدم إحدى التقنيات البصرية الحديثة والمتمثلة في تقنية الهولوغرام ،الواقع المعزز، تقنية ° 360 من قبل ، وإنما وظفت تقنيات بسيطة أقل تطورا من التقنيات السالفة الذكر ،والتي لا ترقى إلى مستوى التقنيات التي باتت شائعة الاستخدام في المؤسسات الإعلامية الدولية ،والسبب راجع إلى تكاليفها الباهضة .

الجدول رقم 16 : راي افراد العينة حول اهتمام قناة النهار بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الاعلامية

المتغير	التكرار	النسبة %
جيد	10	25.0
متوسط	9	22.5
ضعيف	21	52.5
المجموع	40	100.0

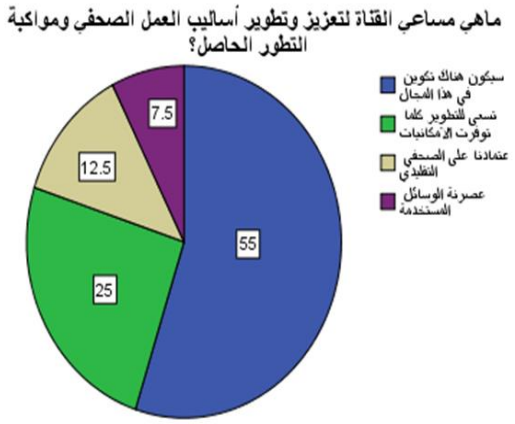


الشكل رقم 16 : راي افراد العينة حول اهتمام قناة النهار بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الاعلامية

من خلال هذه البيانات، يتضح أن غالبية المستجوبين بنسبة52,5 ٪ وصفوا استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية في قناة النهار على أنه "ضعيف ."بالمقابل، 25% قيّموه على أنه" جيد"، في حين أن 22.5% قيّموه على أنه "متوسط هذا يشير إلى أن هناك تحديات أو مشاكل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية بالقناة من وجهة نظر العينة .بالإضافة إلى تركيز القناة على استخدام التقنيات التقليدية في العمل الصحفي .

الجدول رقم 17: مساعي القناة لتعزيز وتطوير أساليب العمل الصحفي ومواكبة التطور الحاصل

المتغير	التكرار	النسبة %
سيكون هناك تكوين في هذا المجال	22	55.0
تسعى للتطوير بتوفير الامكانيات	10	25.0
لاتزال تعتمد على الوسائل التقليدية	5	12.5
عصرنة الوسائل المستخدمة	3	7.5
المجموع	40	100.0



الشكل رقم 17: مساعي القناة لتعزيز وتطوير أساليب العمل الصحفي ومواكبة التطور الحاصل

يرى55 ٪ من صحفيي قناة النهار أن المؤسسة تسعى لتوفير تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي ،هذا يشير إلى وجود ثقة في أن القناة تدرك أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي ،وتسعى لتطوير قدرات الصحفيين في هذا المجال ، أفاد25 ٪ من بين مفردات العينة أن القناة تسعى لتدارك الوضع بتوفير الإمكانيات ،وكذا يرى آخرون ضرورة عصرنة الوسائل المستخدمة. ما يعني وجود وعي بضرورة التغيير والتكيف مع التطورات التكنولوجية الحاصلة .كما أجاب12,5 ٪من إجمالي العينة أن قناة النهار لا تزال تعتمد على الوسائل التقليدية ، هذا يدل على وجود مقاومة للتغيير والتمسك بالطرق المألوفة في العمل الإعلامي، أو ربما سيادة ما يسمى برهابة التقانة Technophobie.

الجدول رقم 18: رأي أفراد العينة حول توفير قناة النهار تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	3	7.5
لا	37	92.5
المجموع	40	100.0

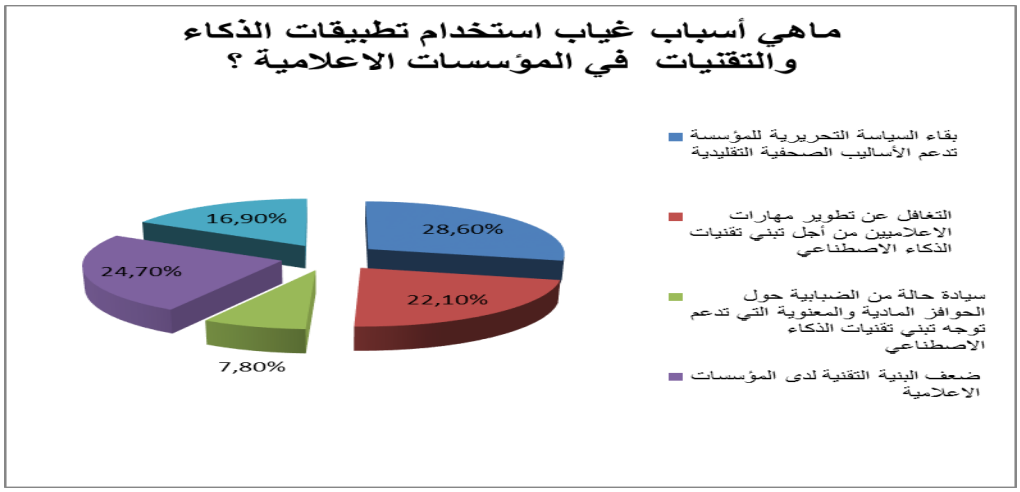
الشكل رقم 18: رأي أفراد العينة حول توفير قناة النهار تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي

يتضح أن أغلب العاملين في قناة النهار (92.5%) أكدوا أن القناة لا توفر تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي في المقابل، فقط 7.5% أشاروا إلى أن القناة توفر التكوينات .وهذا يفسر أنهم ليسوا على إطلاع دائم بما توفره المؤسسة بقدر ما يهتمون بالجانب الفني المتعلق بعملهم كصحفيين.

نستنتج أن قناة النهار لا تركز بشكل كاف على تطوير قدرات العاملين في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي وهذا راجع عدم اهتمام القناة بإدخال أنظمة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ،وتمسكها بالأساليب الصحفية التقليدية ويمكن تفسير كل هذا بعدم توفر الموارد الكافية لدى القناة لتمويل تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي.

الجدول رقم 19: أسباب غياب أو نقص استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية

المتغير	التكرار	النسبة %
بقاء السياسة التحريرية للمؤسسة تدعم الأساليب الصحفية التقليدية	22	28.6%
التغافل عن تطوير مهارات الاعلاميين من أجل تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي	17	22.1%
سيادة حالة من الضبابية حول الحوافز المادية والمعنوية التي تدعم توجه تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي	6	7.8%
ضعف البنية التقنية لدى المؤسسات الاعلامية	19	24.7%
عدم اطلاع الصحفيون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة	13	16.9%
المجموع	77	100.0%



الشكل رقم 19: أسباب غياب أو نقص استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية

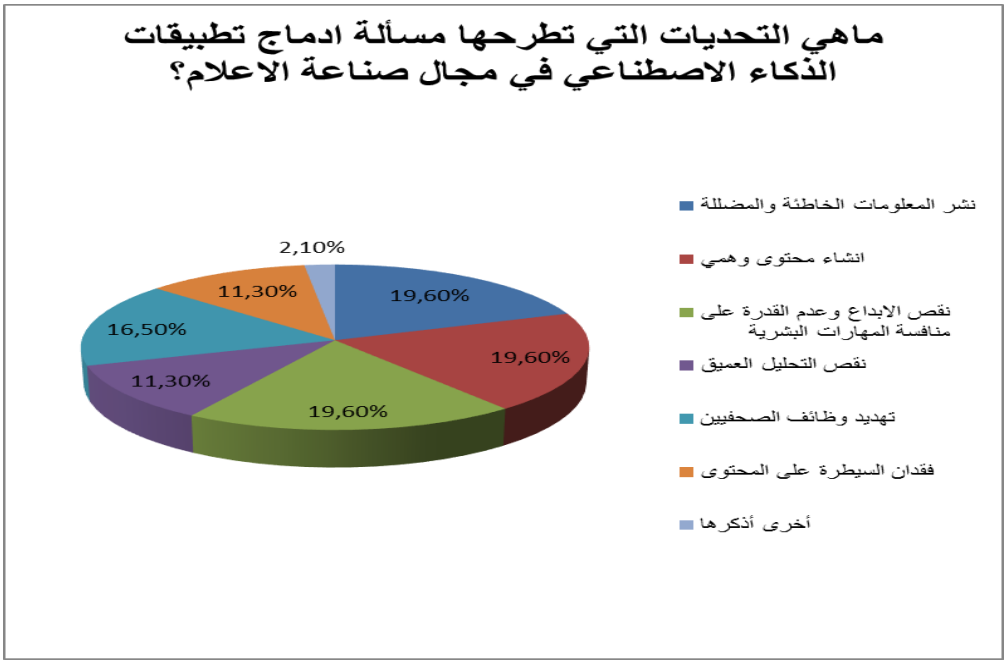
من خلال الجدول يتضح لنا ،أن أبرز سبب لغياب أو نقص استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية هو بقاء السياسة التحريرية للمؤسسة تدعم الأساليب الصحفية التقليدية :حيث ذُكر 22 مرة، وتمثل 28.6% من إجمالي الأسباب.

يليه ضعف البنية التقنية لدى المؤسسات الإعلامية :تم ذكر هذا السبب 19 مرة، ويمثل 24.7% من إجمالي الأسباب .بعدها التغافل عن تطوير مهارات الإعلاميين من أجل تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي :حيث ذُكرت 17 مرة، وتمثل 22.1% من إجمالي الأسباب.أما باقي الأسباب تأتي كعوامل مساعدة، مثل عدم اطلاع الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة) ذُكرت 13 مرة وتمثل(16.9% ، وسيادة حالة من الضبابية حول الحوافز المادية والمعنوية التي تدعم توجه تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي) ذُكرت 6 مرات وتمثل7.8 ٪

وهذا راجع إلى التكاليف الباهظة التي تتطلبها هذه التقنيات جعلت المؤسسات الإعلامية تتخوف من تبنيها.

الجدول رقم 20: التحديات التي تطرحها مسألة ادماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة الإعلام

المتغير	التكرار	النسبة %
نشر المعلومات الخاطئة والمضللة	19	19.6%
انشاء محتوى وهمي	19	19.6%
نقص الابداع وعدم القدرة على منافسة المهارات البشرية	19	19.6%
نقص التحليل العميق	11	11.3%
تهديد وظائف الصحفيين	16	16.5%
فقدان السيطرة على المحتوى	11	11.3%
أخرى أذكرها	2	2.1%
المجموع	97	100.0%



الشكل رقم 20: التحديات التي تطرحها مسألة ادماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة الإعلام

من خلال هذا الجدول ،نستنتج أن آراء الصحفيين حول التحديات التي يطرحها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسات الإعلامية جاءت كالتالي:

نشر المعلومات الخاطئة والمضللة :(19.6%) هناك مخاطر كبيرة من انتشار المعلومات المضللة أو الزائفة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مما يؤثر سلبًا على مصداقية المحتوى الإعلامي .وهذا ما أكده لنا رئيس التحرير أحمد محمودي أثناء إجرائنا مقابلة معه ،والذي اعتبر أن هذه التطبيقات كقد تكون منحازة في بعض الأحيان للجهة المتحكمة فيها لذلك يجب على أي صحفي يستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمله أن يراقب المعلومات قبل بثها وأن يتعامل مع هذه التطبيقات على أنها بمثابة الصحفي والصحفي الذي يستعملها يجب أن يلعب دور رئيس التحرير

إنشاء محتوى وهمي :(19.6%) تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد تكون قادرة على إنشاء محتوى إعلامي وهمي يصعب التمييز عن المحتوى الحقيقي، مما يؤدي إلى إرباك الجمهور.

نقص الإبداع وعدم القدرة على منافسة المهارات البشرية :(19.6%) هناك مخاوف من أن تؤدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى تقليل الإبداع والابتكار في المحتوى الإعلامي، وعدم قدرتها على منافسة المهارات البشرية في مجالات معقدة مثل التحليل والتفسير.

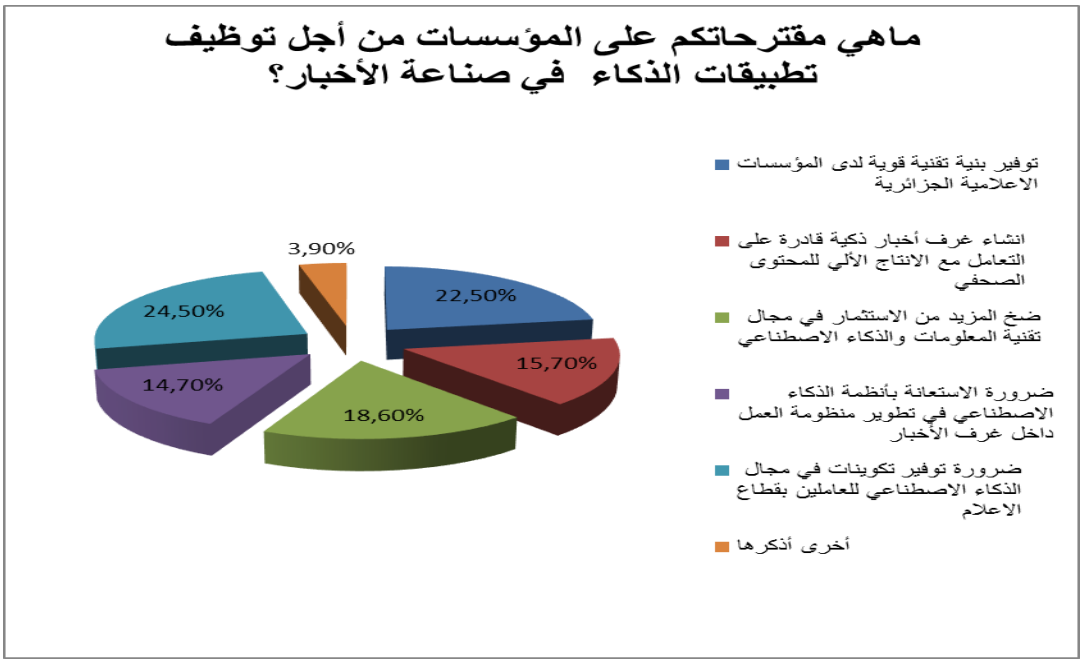
تهديد وظائف الصحفيين (16.5%): هناك مخاوف من أن تحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محل الصحفيين في بعض المهام، مما قد يؤدي إلى تهديد وظائفهم.

نقص التحليل العميق :(11.3%) تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد تكون محدودة في قدرتها على إجراء تحليل عميق للقضايا المعقدة والسياقات الاجتماعية والثقافية، مما قد يؤدي إلى نقص في الفهم والتفسير الشامل للمحتوى الإعلامي.

. .فقدان السيطرة على المحتوى :(11.3%) تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد تؤدي إلى فقدان السيطرة على المحتوى الإعلامي وانتشاره بشكل سريع وغير خاضع للرقابة.

الجدول رقم 21: مقترحات أفراد العينة على المؤسسات من اجل تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

المتغير	التكرار	النسبة %
توفير بنية تقنية قوية لدى المؤسسات الاعلامية الجزائرية	23	22.5%
انشاء غرف أخبار ذكية قادرة على التعامل مع الانتاج الألي للمحتوى الصحفي	16	15.7%
ضخ المزيد من الاستثمار في مجال تقنية المعلومات والذكاء الاصطناعي	19	18.6%
ضرورة الاستعانة بأنظمة الذكاء الاصطناعي في تطوير منظومة العمل داخل غرف الأخبار	15	14.7%
ضرورة توفير تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي للعاملين بقطاع الاعلام	25	24.5%
أخرى أذكرها	4	3.9%
المجموع	102	100.0%



الشكل رقم 21: مقترحات أفراد العينة على المؤسسات من اجل تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

من خلال التحليل يتضح لنا ،أن مقترحات صحفيي قناة النهار لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية كانت كالتالي:

ضرورة توفير تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي للعاملين بقطاع الإعلام 24.5%) من الإجابات : (يجب على المؤسسات الإعلامية تدريب موظفيها على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستثمارها في أعمالهم.

توفير بنية تقنية قوية لدى المؤسسات الإعلامية الجزائرية 22.5%) من الإجابات :(يجب على المؤسسات الاستثمار في البنية التحتية التقنية اللازمة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مثل أجهزة الحوسبة القوية والبرمجيات المتطورة.

ضخ المزيد من الاستثمار في مجال تقنية المعلومات والذكاء الاصطناعي (18.6% من الإجابات) : يتطلب الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي زيادة الاستثمار في هذا المجال لتطوير الأنظمة والبرامج اللازمة .

إنشاء غرف أخبار ذكية قادرة على التعامل مع الإنتاج الآلي للمحتوى الصحفي 15.7% من الإجابات ، إذ ينبغي على المؤسسات الإعلامية إنشاء بيئات عمل تتيح للذكاء الاصطناعي المساهمة في إنتاج المحتوى الصحفي بطريقة آلية وذكية .

ضرورة الاستعانة بأنظمة الذكاء الاصطناعي في تطوير منظومة العمل داخل غرف الأخبار 14.7%من الإجابات :(على المؤسسات الإعلامية دمج أنظمة الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير والتصميم والنشر للتحسين من المحتوى الإعلامي المقدم

تحليل الجداول المركبة

الجدول رقم 22: علاقة متغير الجنس بمدى استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي

هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك اليومي؟ * الجنس					
			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك اليومي؟	دائما	التكرار	2	0	2
		النسبة %	9.5%	0.0%	5.0%
	أحيانا	التكرار	9	4	13
		النسبة %	42.9%	21.1%	32.5%
	نادرا	التكرار	5	6	11
		النسبة %	23.8%	31.6%	27.5%
	لا أستعملها	التكرار	5	9	14
		النسبة %	23.8%	47.4%	35.0%
المجموع		التكرار	21	19	40
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال هذا التحليل، يتضح أن الذكور أكثر استخدامًا لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم اليومي مقارنة بالإناث .حوالي 42,9% من الذكور يستخدمون هذه التقنيات أحيانًا بينما 21,1% من الإناث يوظفون هذه التطبيقات في عملهم اليومي ،هذا يدل على أن الذكور أكثر ميولا للجانب التقني وأكثر إطلاعا على مجال الذكاء الاصطناعي.

الجدول رقم 23 : علاقة متغير العمر بتقييم صحفيي قناة النهار لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية في القناة.

ما تقييمك لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الاعلامية في قناة النهار؟ * العمر						
			العمر			المجموع
			من 20الى 29 سنة	من 30الى 39 سنة	من 40الى 49 سنة	
ما تقييمك لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الاعلامية في قناة النهار؟	جيد	التكرار	2	6	2	10
		النسبة %	14.3%	26.1%	66.7%	25.0%
	متوسط	التكرار	6	3	0	9
		النسبة %	42.9%	13.0%	0.0%	22.5%
	ضعيف	التكرار	6	14	1	21
		النسبة %	42.9%	60.9%	33.3%	52.5%
المجموع		التكرار	14	23	3	40
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال الجدول يرى 42,9% من أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20إلى 29 سنة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار لدى قناة النهار ضعيف ،فيما يرى 14,3%, منهم أن استخدام هذه التقنيات بالنسبة لقناة النهار جيد.

60،9% من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 إلى إلى 39 سنة يرزا أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار لدى قناة النهار ضعيف فيما يقيم 26,1% منهم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على أنه أنه جيد . بالنسبة لقناة النهار.

كشف 33,3% من الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 40 إلى 49 سنة أن قناة النهار تستخدم هذه التقنيات بشكل ضعيف ،بينما يرى 66,7% منهم أن مستوى تطبيق قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام جيد .

ومن خلال هذه النتائج نلاحظ أن نسبة الذين يرون ضعف مستوى قناة النهار في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المواد الإعلامية متقاربة بين مختلف الأعمار وليس هناك تفاوت كبير جدا أما بالنسبة للصحفيين الذين يقيمون مستوى استخدام قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي أنه جيد متباينة بين مختلف الأعمار وهناك فرق واضح ومن خلال ما سبق يتضح أن متغير .السن أثر على الإجابات.

الجدول رقم 24 : علاقة متغير الخبرة المهنية بإدراك صحفيي قناة النهار لتقنيات البصرية الحديثة المستخدمة في مجال الإعلام.

من بين هذه التقنيات ماهي التي أنت على دراية بها؟* **الخبرة3**						
			الخبرة المهنية			المجموع
			أقل من 5 سنوات	من 5سنوات الى 10 سنوات	أكثر من 10 سنوات	
s10[a]	تقنية الواقع المعزز	التكرار	4	10	11	25
		النسبة %	57.1%	47.6%	39.3%	
	تقنية الهولوغرام	التكرار	2	4	6	12
		النسبة %	28.6%	19.0%	21.4%	
	تقنية فيديو360	التكرار	1	5	11	17
		النسبة %	14.3%	23.8%	39.3%	
	أخرى أذكرها	التكرار	0	2	0	2
		النسبة %	0.0%	9.5%	0.0%	
المجموع		التكرار	7	21	28	56

يبين لنا الجدول تقارب نسب الصحفيين الذين هم على دراية بتقنية الواقع بين مختلف الخبرات المهنية كما هو الحال بالنسبة لكل من تقنية الهولوغرام وتقنية 360° حيث

لم تكن النسب بعيدة عن بعضها ومن خلال هذا يمكن الاستنتاج أن متغير الخبرة المهنية لم يؤثر على إجابات أفراد العينة.

الجدول رقم 25 : علاقة متغير المستوى التعليمي بمدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك اليومي؟ * المستوى التعليمي						
			المستوى التعليمي			المجموع
			دكتوراه	ماستر	ليسانس	
هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك اليومي؟	دائما	التكرار	0	1	1	2
		النسبة %	0.0%	4.0%	7.1%	5.0%
	أحيانا	التكرار	1	9	3	13
		النسبة %	100.0%	36.0%	21.4%	32.5%
	نادرا	التكرار	0	8	3	11
		النسبة %	0.0%	32.0%	21.4%	27.5%
	لا أستعملها	التكرار	0	7	7	14
		النسبة %	0.0%	28.0%	50.0%	35.0%
المجموع		التكرار	1	25	14	40
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

نلاحظ تباين فيما يخص نسب الأفراد الذين يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي في مختلف المستويات التعليمية وذلك سواء بما يتعلق باستخدام هذه التقنيات بشكل دائم أو نادر أو في أغلب الأحيان .من خلال هذا نستنتج أن متغير المستوى التعليمي أثر على الإجابات وهذا لما له من تأثير على المستوى الإدراكي والسلوكي لدى الأفراد.

الجدول رقم 26 : علاقة متغير المنصب التعليمي بمدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك اليومي؟ * المنصب						
		صحفي	مقدم أخبار	مراسل صحفي	رئيس تحرير	المجموع
دائما	التكرار	1	1	0	0	2
	النسبة %	4.0%	11.1%	0.0%	0.0%	5.0%
أحيانا	التكرار	9	0	1	3	13
	النسبة %	36.0%	0.0%	100.0%	60.0%	32.5%
نادرا	التكرار	7	3	0	1	11
	النسبة %	28.0%	33.3%	0.0%	20.0%	27.5%
لا أستعملها	التكرار	8	5	0	1	14
	النسبة %	32.0%	55.6%	0.0%	20.0%	35.0%
المجموع	التكرار	25	9	1	5	40
	النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

يوضح لنا الجدول مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بالنسبة لمتغير المنصب بحيث 4% من الذين ل يستعملون تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم بشكل دائم عبارة عن صحفيين و 11,1% منهم هم مقدمي أخبار و بنسبة منعدمة لكل من المراسلين الصحفيين ورؤساء التحرير وهذا راجع إلى أن طبيعة عمل الصحفيين ومقدمي الأخبار تستدعي الاستعانة نوعا ما بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لأنها تسهل لهم العمل وتوفر لهم بعض الوقت والجهد .

أعتقد أن هذه النتائج واقعية إلى حد كبير خاصة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار متسع وممتد لأنه مجال حديث نسبيا في توظيفه وأن لكل فرد داخل المؤسسة الإعلامية جزء مسؤول عنه وليس مطلوب من المحرر أن يلم بذلك ، ومن المنطقي أن نجد التقنيين أكثر اهتمام بهذا المجال وليس الصحفيين

ومن خلال هذا التحليل نجد أن نسب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي متفاوتة نوعا ما بالنسبة لكل المناصب وهذا يدل على أن متغير المنصب قد أثر على الإجابات.

نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية نستنتج ما يلي:

- ❖ 35% من مفردات عينة الدراسة لا يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم اليومي ،و 32,5% يستخدمونها أحيانا ،27,5% يستعملونها نادرا ،و 5% يستخدمونها دائما.
- ❖ إن أكثر التطبيقات استخداما حسب صحفيي قناة النهار هي تطبيقات معالجة البيانات بنسبة 40% ،تليها تطبيقات الكتابة بالذكاء الاصطناعي بنسبة 20% ،ثم Chat Gpt.و تطبيقات تحويل الصوت إلى النص بنفس النسبة 15% ،تليها تطبيقات الترجمة والصوت بنسبة 7,5% بعدها تطبيقات تحليل النصوص بنسبة 2,5 .
- ❖ إن 40% من صحفيي قناة النهار يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي لغرض الترجمة الفورية الآلية من كافة اللغات بنسبة 24% و 17% منهم يوظفونها في جمع المعلومات و 13% منهم يستخدمونها من أجل تصميم ومونتاج وإخراج المحتوى آليا،وكذا تحويل الصوت إلى نصوص والعكس ،أما 10% من صحفيي قناة النهار فيستعملون هذه التطبيقات في كتابة وتحرير النصوص ،8% منهم يوظفونها في تحليل البيانات ،بينما 6% يستعملونها في التحقق من المحتوى الزائف والمفبرك ،5% يستخدمونها في إعداد التقارير و 4% يوظفونها في تفريغ المقابلات الصوتية والمرئية.

- ❖ بينت نتائج الدراسة أن أكثر تقنية تم التعرف عليها من طرف صحفيي قناة النهار هي تقنية الواقع المعزز بنسبة 44,6% ، تليها تقنية فيديو 360% بنسبة 30,4،و 21,4% من الصحفيين الذين على دراية بتقنية الهولوغرام.

- ❖ 47,5% من صحفيي قناة النهار درجة اهتمامهم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية متوسطة ،بينما40% من الصحفيين درجة اهتمامهم بمجال الذكاء الاصطناعي ضعيفة في حين 12,5% منهم يهتمون بدرجة كبيرة بشأن هذه التطبيقات.
- ❖ 60% من صحفيي قناة النهار يرون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحسن من جودة المنتوج الصحفي ،بينما 40 % يعتقدون العكس .
- ❖ نسبة 55% من صحفيي قناة النهار ينظرون إلى هذه التقنيات على أنها تسهل العمل الصحفي وتختصر الجهد والوقت ،12,5% يرون أنها تسهل الوصول إلى المعلومة ،وحسب رأي 5% منهم أنها تساهم في تطوير جمالية المحتوى الإعلامي، أما 12,5% منهم يعتقدون أن هذه التقنيات لا تمتلك القدرة على التحليل ،و 5% يعتبرون أنها تولد الكسل وتقضي على روح المبادرة والاجتهاد .
- ❖ بينت نتائج الدراسة أن القناة لم يسبق لها أن وظفت التقنيات البصرية الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية ،كما أن 52,5% من صحفيي قناة النهار قيموا استخدام القناة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار على أنه ضعيف .
- ❖ أفادت نتائج الدراسة أن مساعي قناة النهار لتعزيز وتطوير أساليب العمل الصحفي ومواكبة التطور الحاصل تكمن في توفير تكوينات للعاملين تكوينات للعاملين بقطاع الإعلام بنسبة 55% وتوفير الإمكانيات وكذا رقمنة الوسائل الصحفية التقليدية .

- ❖ كشفت نتائج الدراسة أن قناة النهار لا توفر تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي حسب ما أفاد 92,5% من الصحفيين.
- ❖ تعود أسباب غياب أو نقص استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية إلى بقاء السياسة التحريرية للمؤسسة تدعم الأساليب الصحفية التقليدية بنسبة 28,6% وضعف البنية التقنية لدى المؤسسات الإعلامية بنسبة 24,7% والتغافل عن تطوير مهارات الإعلاميين من أجل تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 22,1% وعدم إطلاع الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة بنسبة 16,9% .
- ❖ حسب عينة الدراسة فإن التحديات التي تطرحها مسألة إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة الإعلام يتمثل في نشر المعلومات الخاطئة والمضللة وإنشاء المحتويات الوهمية ،بالإضافة إلى نقص الإبداع وعدم القدرة على منافسة المهارات البشرية بنسبة 19,6% ،تهديد وظائف الصحفيين بنسبة 16,5% ،ونقص التحليل العميق وكذا فقدان السيطرة على المحتوى بنسبة 11,3%.

يمكن صياغة مقترحات الدراسة المقدمة من طرف صحفيي قناة النهار على النحو التالي:

- ❖ ضرورة توفير تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي للعاملين بقطاع الإعلام .
- ❖ توفير بنية تقنية قوية لدى المؤسسات الإعلامية الجزائرية .
- ❖ ضخ المزيد من الاستثمار في مجال تقنية المعلومات و الذكاء الاصطناعي .
- ❖ إنشاء غرف أخبار ذكية قادرة التعامل مع الإنتاج الآلي للمحتوى الصحفي .
- ❖ ضرورة الاستعانة بأنظمة الذكاء الاصطناعي في تطوير منظومة العمل داخل غرف الأخبار.

❖ من خلال نتائج الدراسة الميدانية التي أجريناها على قناة النهار نستنتج أن ، قناة النهار لا تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية ، كما أنها لا توفر تكوينات للعاملين بها من أجل تطوير مهارات الصحفيين في مجال الذكاء الاصطناعي ،أما بالنسبة للصحفيين اتضح لنا أنهم يوظفون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملهم نوعا ما لكن بنسبة متوسطة وهذا من أجل تسهيل العمل الصحفي وربح الوقت.

مناقشة نتائج الدراسة :

أوضحت نتائج الدراسة أنها طبقت النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات واستفادت منها ،فقد أقر المبحوثين بتبني الأفكار وقبول المبتكرات الحديثة ، و ظهر ذلك جليا في تقبلهم لفكرة تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.وقد أقر أفراد العينة في إجاباتهم بقبول التكنولوجيا الحديثة لما لها من منفعة متوقعة ،خاصة في تسهيل المهام الصحفية.

مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات:

- أوضحت نتائج الدراسة أن قناة النهار لا توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية ،وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية والتي تقول أن :قناة النهار لم تصل بعد إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار. في حين أنها تنفي صحة الفرضية الأولى والتي تفترض أن قناة النهار تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.

تبين لنا أنا قناة النهار لا توفر تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي من أجل تطوير مهارات الصحفيين والتمكن من هذه التقنيات الحديثة للإستفادة منها بأكبر حد ممكن

،وهذا يتناسب مع الفرضية الثالثة والتي تقول أن قناة النهار لا تقدم تكوينات لصحفييها في مجال الذكاء الاصطناعي.

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، توصلنا إلى أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية لا تعتمد على أنظمة الذكاء الاصطناعي داخل غرف التحرير ،حيث أنها لاتزال متمسكة بالأساليب الصحفية التقليدية ، وحسب ما رصدناه من خلال بحثنا هذا فإن أسباب عدم مواكبة المؤسسات الإعلامية الجزائرية للتكنولوجيات الحديثة يعود إلى بقاء السياسة التحريرية للمؤسسات تدعم الوسائل التقليدية، بالإضافة إلى ضعف البنية التقنية ونقص التكوين والرغبة في مواكبة هذه التقنيات.

أما على الصعيد الفردي ،فلقد باتت تطبيقات الذكاء الاصطناعي معتمدة من طرف الصحفيين الجزائريين ولو بنسبة قليلة، خاصة أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تعمل على المساعدة في البحث بفصل الخوارزميات بالإضافة إلى ما تقدمه من تسهيلات في العمل الصحفي

إن الإتجاه القائل أن هذه تقنيات الذكاء الاصطناعي تهدد وظائف الصحفيين ، رأي فيه مبالغة ، تضخيم وتهويل ،لأن مهما بلغ تطور هذه التكنولوجيات لن تحل مكان الإنسان أبدا.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

الكتب العلمية باللغة العربية:

1. شاوش شعبان جمال، المبادئ الأخلاقية والأدوار المهنية للصحفيين في البيئة الإعلامية الجديدة ،الجزائر ،2021
2. عبد الفتاح فاطمة ،غرفة الأخبار الحديثة ، الطبعة 1، تجارب من مصر والعالم العربي للنشر والتوزيع ، مصر،2016.
3. غازي المدني أسامة ،ذكاء الإعلام ،دار اليازوري العلمية،،السعودية ،2022
4. موسى عبد الله ،بلال أحمد حبيب،الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر،الطبعة الأولى، مصر،2019 .
5. وينسون ج. أ ،مبادئ الليزرات تطبيقاتها،ترجمة محمد بن صالح الصالحي ، النشر العلمي للمطابع،السعودية ،.2003

الكتب باللغة الأجنبية:

Sirkkunen and others,Journalism in Virtual reality :opportunities and future research challenges, Associationo for computing Machinery, New York,2016.

الجرائد والمجلات:

- الزهراني علي أحمد ،تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ،المجلة الجزائرية ،العدد 1، السعودية، 2022
- إسراء، الجوعاني حسن ،استخدامات تقنية الهولوغرام في الفضائيات العربية ،مجلة أهل البيت عليهم السلام العدد 24 العراق،2016
- بن مرزوقي الحربي عايض ،توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الإنتاج التلفزيوني،مجلة علوم الإتصال، جامعة أم درمان الإسلامية ،المجلد الثامن،العدد الأول،السودان،2023.

- بن الهادي الميساوي خليفة ، الذكاء الاصطناعي و حوسبة اللغة العربية: الواقع والآفاق،مجلة مدارات في اللغة والأدب ، كلية الآداب :جامعة الملك فيصل ، المجلد 1 ، العدد 5 ،الجزائر ،2021 .
- ثروت ،عبد اللطيف ،مفهوم الهولوغرام كأحد تقنيات الواقع الافتراضي ،مجلة جامعة حلوان، مصر ،2020
- ربيع فتح الباب محمد ،عقود الذكاء الاصطناعي ،نشأتها،مفهومها ،خصائصها،تسوسة منازعاتها ،جامعة المنوفية ،مصر ،2022.
- عمرو محمد،محمود عبد الحميد،توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري ،مجلة البحوث الإعلامية ،،جامعة الأزهر ، العدد الخامس والخمسون ،مصر،2020.
- عراك محمد مصطفى أسماء، مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجا)،مجلة البحوث الإعلامية ،العدد الثامن والخمسون ،مصر،2021.
- صلاح طه المهدي مجدي ،التعليم وتحديات المستقبل في ضوء فلسفة الذكاء الاصطناعي ،مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي ،كلية التربية،جامعة المنصورة ، المجلد 2 ،العدد 5 ، مصر ،2021.
- لامان محمد محمد أحمد ، تطبيقات الواقع الافتراضي في الدراسات الإعلامية العربية لبحوث الإعلام والإتصال ،العدد24،مصر، 2019.

الدراسات الأكاديمية والأطروحات:

- خليل سوسن ، خوالد حورية ،تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجهوية لولاية رقلة ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي،تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة ،شعبة علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ،الجزائر، 2015.

- عباس مصطفى ،رضا محمد ،توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني ،دراسة أكاديمية ،كلية الإمام الكاظم للعلوم الإسلامية ،تخصص صحافة إذاعية وتلفزيونية ،العراق،2023.
- عبد الحكيم حميد ،تقييم النخبة الفلسطينية لفرص توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ،مذكرة ماستر في الصحافة ،كلية الآداب،في الجامعة الإسلامية ،فلسطين،2021
- قاتلية إيمان ،أوهيب أميرة ،استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية:مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة 08 ماي 1945 قالمة،الجزائر،2016
- كامل الربيعي حنان ،الواقع المعزز في الإعلام الجديد ،دراسة دكتوراه ،كلية الإعلام ،العراق،2020.

كريمة ،بومدين، تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية "دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين"، المجلد 10،العدد 04،الجزائر ،2023،ص 621.

المقالات باللغة العربية :

- ://m. https youm7.com/story/
- إعادة تفكير في الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي فيلم يناقش بوصلة التكنولوجيا والإعلام ، https://www.google.com/amp/s/www.aljazeera.net/amp/culture/،
- آلان تورينغ عالم رياضيات بريطاني فك شفرة الألمان في الحرب العالمية الثانية https://www.aljazeera.net 2024/03/02

المقالات باللغة الاجنبية :

- Nausicaa Renner,The media today :The Rise of Virtual reality journalisme 04_03_2018, https://www.cjr.org/tow_center/virtual-reality-journalism-media-today.php

- Arnaud Mercier , ,la revue des médias L'information face à l'intelligence artificielle : promesses et danger ,publié le 5 /02/2018. https://larevuedesmedias.ina.fr
- w to respond to the challenges of artificial intelligence in the , Honewsroom https://www.google.com/search?q=how+to+respond+to+the+challenge

الملاحق

الملاحق:

استبيان حول استخدامات المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار :دراسة وصفية تحليلية لعينة من صحفيي قناة النهار

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة سمعية بصرية ورقمية أضع بين أيديكم هذا الاستبيان نرجو الاجابة على الأسئلة الواردة أسفله بكل صدق و موضوعية لتحقيق أهداف البحث المرجوة علما أن الإجابات المصرح بها لن تستغل إلا لأغراض علمية وبحثية .

من إعداد الطالبة: طاس أميمة

تحت إشراف : أ.د. طايبي فاطمة الزهراء

I. فصل البيانات الشخصية: الرجاء ملأ البيانات الشخصية على النحو التالي:

1_**الجنس:**

- ذكر ☐
- أنثى ☐

2_ **العمر:**

- من 20 إلى 29 سنة ☐
- من 30 إلى 39 سنة ☐
- من 40 إلى 49 سنة ☐
- 50 سنة فأكثر ☐

3_**الخبرة المهنية:**

- أقل من 5 سنوات ☐
- من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐
- أكثر من 10 سنوات ☐

4_**المستوى التعليمي:**

- دكتوراه. ☐ - ماستر. ☐ - ليسانس ☐

5_**المنصب:**

- صحفي. ☐ - مقدم أخبار. ☐ - مراسل صحفي. ☐ - رئيس تحرير ☐

II. فصل الأسئلة : الرجاء الإجابة على الأسئلة بكل موضوعية

المحور الأول: مدى إهتمام صحفيي قناة النهار وتوظيفهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

6_هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك اليومي؟

- دائما. ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ لا أستعملها ☐

7_ فيما تتمثل هذه التطبيقات التي تستخدمها؟

.....

.....

8_فيما تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي ؟

-كتابة وتحرير النصوص ☐

-تصميم ومونتاج وإخراج المحتوى آليا ☐

- تحويل الصوت إلى نصوص والعكس. ☐

-تفريغ المقابلات الصوتية والمرئية ☐

-جمع المعلومات ☐

-تحليل البيانات ☐

-إعداد التقارير ☐

_الترجمة الفورية الآلية من كافة اللغات ☐

_التحقق من المحتوى الزائف والمفبرك ☐

_أخرى ،أذكرها

9_ماهي مصادرك في الإطلاع و التعرف على أحدث التقنيات المستخدمة في صناعة الأخبار؟

-الكتب ☐

-المقالات العلمية ☐

-القنوات التلفزيونية ☐

-منصات التواصل الاجتماعي ☐

مصادر أخرى ،أذكرها.....

10_من بين هذه التقنيات الحديثة ماهي التي أنت على دراية بها؟

- تقنية التصوير ثلاثي الأبعاد (الواقع المعزز) ☐
- تقنية الهولوغرام ☐
- تقنية فيديو ° 360 ☐
- أخرى أذكرها.....

11_ما درجة إهتمامك باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية؟

-كبيرة ☐

-متوسطة ☐

-ضعيفة ☐

12_حسب رأيك،هل تحسن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من جودة العمل الصحفي؟

- نعم ☐
- لا ☐

لماذا؟.....

.....

المحور الثاني : استخدام قناة النهار لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

13_هل سبق أن وظفت قناة النهار التقنيات البصرية الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية ؟

- نعم. ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم ماهي تلك التقنية أو التقنيات؟.....

14_ما تقييمك لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد الإعلامية في قناة النهار ؟

- جيد ☐
- متوسط ☐
- ضعيف ☐

15_ماهي مساعي القناة لتعزيز وتطوير أساليب العمل الصحفي ومواكبة التطور الحاصل؟

.....

16_هل توفر قناة النهار تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي ؟

-نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث: واقع حال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

16_ ماهي أسباب نقص أو غياب استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي و التقنيات البصرية الحديثة في المؤسسات الاعلامية الجزائرية ؟

-بقاء السياسة التحريرية للمؤسسة تدعم الأساليب الصحفية التقليدية ☐

-التغافل عن تطوير مهارات الاعلاميين من أجل تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي ☐

-سيادة حالة من الضبابية حول الحوافز المادية والمعنوية التي تدعم توجه تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي. ☐

- ضعف البنية التقنية لدى المؤسسات الإعلامية ☐

-عدم إطلاع الصحفيون على تطبيقات الذكاء الاصطناعي و التقنيات الحديثة ☐

17_ ماهي التحديات التي تطرحها مسألة إدماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة الإعلام؟

- نشر المعلومات الخاطئة والمضللة ☐
- إنشاء محتوى وهمي ☐
- نقص الإبداع وعدم القدرة على منافسة المهارات البشرية ☐
- نقص التحليل العميق ☐
- تهديد وظائف الصحفيين ☐
- فقدان السيطرة على المحتوى ☐
- أخرى ،أذكرها.....

18_ماهي مقترحاتكم المطروحة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية من أجل تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار ؟

- توفير بنية تقنية قوية لدى المؤسسات الإعلامية الجزائرية ☐
- إنشاء غرف أخبار ذكية قادرة على التعامل مع الإنتاج الآلي للمحتوى الصحفي ☐
- ضخ المزيد من الاستثمار في مجال تقنية المعلومات والذكاء الاصطناعي ☐
- ضرورة الاستعانة بأنظمة الذكاء الاصطناعي في تطوير منظومة العمل داخل غرف الأخبار ☐

ضرورة توفير تكوينات في مجال الذكاء الاصطناعي للعاملين بقطاع الإعلام ☐

مقترحات أخرى ، أذكرها.....

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات :

شكر وعرفان

إهداء

ملخص الدراسة :

مقدمة:..... 1

الإطار المنهجي : 4

الإشكالية:..... 4

تساؤلات الدراسة:..... 5

فرضيات الدراسة:..... 5

أهمية الدراسة : 5

أسباب اختيار الدراسة: 6

أهداف الدراسة: 7

مفاهيم الدراسة:..... 7

منهج الدراسة : 10

عينة البحث: 10

المقاربة العلمية للدراسة :.....10

المقاربة النظرية للدراسة : 10

أدوات جمع البيانات : 11

الدراسات السابقة وطرق الاستفادة منها: 12

الإطار النظري 15

الفصل الأول: مدخل إلى أساسيات الذكاء الاصطناعي و تطور المجال الإخباري

المبحث الأول: مدخل عام حول مجال الذكاء الاصطناعي. 18

المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاصطناعي.....18

المطلب الثاني: التطور التاريخي لتقنيات الذكاء الاصطناعي. 19

المطلب الثالث: البيانات الضخمة.....22

المطلب الرابع: التعلم الآلي والتعلم العميق. 23

المبحث الثاني: تقنيات الذكاء الاصطناعي و تطور المجال الإخباري. 26

المطلب الأول: دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المجال الإعلامي. 26

المطلب الثاني : غرف الأخبار الذكية.....27

المطلب الثالث : الممارسات الإعلامية داخل غرف الأخبار الحديثة.....28

المبحث الثالث: التقنيات البصرية الحديثة في صناعة المواد الإعلامية.....30

المطلب الأول: تقنية الواقع المعزز 30

المطلب الثاني : تقنية الواقع الافتراضي: 32

المطلب الثالث: تقنية 360°.....35

المطلب الرابع: تقنية الهولوغرام. 36

الفصل الثاني: الممارسات الإعلامية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي

المبحث الأول : دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام 43

المطلب الأول: صحافة الذكاء الاصطناعي.....43

المطلب الثاني : أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الإعلام 44

المطلب الثالث : الوظائف الأساسية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي المرئي.....51
المبحث الثاني: تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحفي. 54
المطلب الأول : الاستفادة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفي. 54
المطلب الثاني: أخلاقيات مهنة الصحفي في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.....56
المطلب الثالث: تأطير الصحفيين في مجال الذكاء الاصطناعي. 57
المبحث الثالث : مستقبل الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي 60
المطلب الثاني: تحديات صحافة الذكاء الاصطناعي. 61
المطلب الثالث : الحلول الرئيسية لتعزيز التطبيق الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الإعلام.....63
الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة دراسة تحليلية وصفية لعينة من صحفيي قناة النهار
I. بطاقة فنية لقناة النهار: 69
II. تحليل الجداول البسيطة. 70
نتائج الدراسة:..... 101
مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات: 104
خاتمة:..... 107
قائمة المصادر والمراجع : 109
الملاحق:..... 114
فهرس المحتويات :..... 121

فهرس الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	71
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	71
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	72
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	73
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب	74
06	مدى استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي	75
07	تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من طرف صحفيي قناة النهار	76
08	مجالات استخدام الصحفيين العاملين بقناة النهار لأدوات الذكاء الاصطناعي	78
09	مصادر الصحفيين العاملين بقناة النهار في الاطلاع والتعرف على أحدث التقنيات البصرية المستخدمة في انتاج المحتوى المرئي	80
10	التقنيات البصرية الحديثة المتعرف عليها من طرف أفراد العينة	71
11	درجة اهتمام صحفيي قناة النهار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية	83
12	رأي صحفيي قناة النهار حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة العمل الصحفي	84
13	تبرير افراد العينة ارائهم حول تأثير تطبيقات الذكاء	85

	الاصطناعي على جودة العمل الصحفي	
14	توظيف قناة النهار لإحدى التقنيات البصرية الحديثة في انتاج المواد الاعلاميـة	86
15	إجابات أفراد العينة حول التقنيات المستخدمة من طرف قناة النهار	87
16	رأي أفراد العينة حول اهتمام قناة النهار بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية	88
17	مساعي القناة لتعزيز وتطوير أساليب العمل الصحفي ومواكبة التطور الحاصل	89
18	رأي أفراد العينة حول توفير قناة النهار تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي	90
19	أسباب غياب أو نقص استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية	91
20	التحديات التي تطرحها مسألة ادماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام	92
21	مقترحات افراد العينة على المؤسسات من أجل تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار	94
22	علاقة متغير الجنس بمدى استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي	96
23	علاقة متغير العمر بتقييم صحفيي قناة النهار لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية في القناة	97
24	علاقة متغير الخبرة المهنية بادراك صحفيي قناة النهار للتقنيات البصرية الحديثة المستخدمة في مجال الاعلام	98

25	علاقة متغير المستوى التعليمي بمدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي	99
26	علاقة متغير المنصب بمدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي	100

فهرس الأشكال :

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	71
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	71
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	72
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	73
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المنصب	74
06	مدى استخدام صحفيي قناة النهار لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي	75
07	تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة من طرف صحفيي قناة النهار	76
08	مجالات استخدام الصحفيين العاملين بقناة النهار لأدوات الذكاء الاصطناعي	78
09	مصادر الصحفيين العاملين بقناة النهار في الاطلاع والتعرف على أحدث التقنيات البصرية مستخدمة في صناعة الأخبار	80
10	التقنيات البصرية الحديثة المتعرف عليها من طرف أفراد العينة	82
11	درجة اهتمام صحفيي قناة النهار باستخدام تقنيات	83

	الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية	
12	رأي صحفيي قناة النهار حول تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة العمل الصحفي	84
13	تبرير أفراد العينة آرائهم حول تأثير استخدام التقنيات الحديثة على جودة العمل الصحفي	85
14	توظيف قناة النهار لإحدى التقنيات البصرية الحديثة في انتاج المواد الاعلاميـة	86
15	إجابات أفراد العينة حول التقنية المستخدمة من طرف القناة	87
16	رأي أفراد العينة حول اهتمام قناة النهار بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المواد الإعلامية	88
17	مساعي القناة لتعزيز وتطوير أساليب العمل الصحفي ومواكبة التطور الحاصل	89
18	رأي أفراد العينة حول توفير قناة النهار تكوينات للعاملين بها من أجل التمكن من تقنيات الذكاء الاصطناعي	90
19	أسباب غياب أو نقص استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنيات الحديثة في المؤسسات الإعلامية	91
20	التحديات التي تطرحها مسألة ادماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام	93
21	مقترحات افراد العينة على المؤسسات من أجل تعزيز توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار	95