

اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية

دراسة لعينة من الصحفيين في عدد من المواقع الإخبارية الجزائرية

Journalists' Attitudes Towards the Use of Artificial Intelligence
Technology in Creating Content for News Websites
A Study of a Sample of Journalists from Several Algerian News
Websites



عبدالرزاق خليفى *

مخبر بحث التنمية وقضايا المجتمع، جامعة الوادي - الجزائر -

Khelifi-abderrezek@univ-eloued.dz

د. حمزة قدة

جامعة الوادي - الجزائر -

Hamza-guedda@univ-eloued.dz

تاريخ الاستلام: 2024/08/03 تاريخ القبول 2024/10/25 تاريخ النشر 2024/12/17



ملخص

تسعى الدراسة الحالية الى كشف اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية، ولأجل ذلك استعنا بأداة الاستبيان، معتمدين على مقياس ليكرت الثلاثي في قياس مختلف الاتجاهات، وقد خلصت الدراسة الجملة من النتائج أهمها:

يملك صحفيو المواقع الإخبارية في الجزائر مستوى متوسط من الفهم لآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في ممارسة العمل الصحفي، حيث يستخدمون هذه التكنولوجيا بدرجات عالية نسبيا، وفي مجالات عدة أهمها: جمع المادة الصحفية وإعادة

* المؤلف المراسل

تحريرها، هذا ما حقق لهم مزايا عديدة أبرزها: صياغة الخبر بجودة عالية، كما يقرون بوجود عديد المعوقات حيال هذا الاستخدام تتمثل أساسا في نقص الإمكانيات التقنية والتكنولوجية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الاتجاه، الصحفيين، المواقع الإخبارية، الجزائر.

Abstract

The current study aims to uncover journalists' attitudes towards the use of artificial intelligence technology in the content creation of Algerian news websites. To achieve this, we utilized a questionnaire tool, relying on a three-point Likert scale to measure various attitudes. The study concluded with several key findings, the most important of which are:

Journalists on news websites in Algeria have an average level of understanding of the mechanisms for using artificial intelligence technology in journalistic practice, using this technology relatively highly and in several areas, the most significant of which are: collecting journalistic material and re-editing it. This has provided them with numerous advantages, most notably: crafting news with high quality. They also acknowledge the existence of many obstacles to this use, mainly the lack of technical and technological resources.

key words: Artificial intelligence, attitude, journalists, news websites, Algeria.

مقدمة

شهد ميدان الصحافة مؤخرا تحولات عميقة بسبب ظهور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، فمع تحول استهلاك المتلقي للأخبار من وسائط الطباعة التقليدية إلى منصات الإنترنت، يتجه الصحفيون بشكل متزايد نحو اعتماد أدوات وتقنيات تستند بشكل أساسي على الذكاء الاصطناعي لإنشاء محتوى جذاب ومثير لمواقع الأخبار، هذا الاتجاه الناشيء لم يحدث فقط ثورة في آلية إنتاج الأخبار، بل طرح أسئلة مثيرة حول دور الصحفيين البشر في عصر تهيمن عليه الأنظمة الذكية الفائقة.

غير أن الاستغلال الأمثل لهذه التكنولوجيا يتطلب إمكانيات مادية وتقنية كبيرة، مما يجعل الاستفادة منها رهينة ذلك، هذا ما يخلق صعوبات قد تحد من انتشارها وتطور استعمالها، خاصة فيما يتعلق بمدى جاهزية غرف الأخبار لدى المؤسسات الصحفية، التي ستكون أمام ضرورة التكيف مع متطلبات الذكاء الاصطناعي، ما يعني تكاليف إضافية قد تثقل كاهلها بمرور الوقت، وكذا ضرورة تكيف الصحفيين معها، وهو أمر يتطلب مزيدا من التدريب المستمر، والمشاركة بصورة فعالة في مختلف الدورات التكوينية.

فالذكاء الاصطناعي وما حمله من إمكانيات ضخمة، شهد ظهور نسخ مطورة منه خلال السنوات الأخيرة، سمحت بظهور أنماط جديدة من الممارسة الصحفية، تتداخل فيها مهام الصحفي البشري مع نظام الآلة الذكية القائم على الأتمتة، مما شكل محور نقاش لدى عديد الباحثين في مجال الاعلام حول ما يمكن أن يحدثه من تأثيرات سواء على الجمهور أو الصحفي أو حتى المضمون المقدم عن طريقه.

في هذه الورقة البحثية، سنتناول التوجهات الراهنة والمستقبلية لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من قبل الصحفيين في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية، ووجهات نظرهم إزاء هذا الاستخدام، كما سنكشف عن مدى إدراكهم ومعرفتهم بهذه التكنولوجيا وأهميتها في ممارسة العمل الصحفي، وكذا مجالات استفادتهم منها، إضافة الى المزايا التي تقدمها، وكذا الصعوبات والمعوقات المرتبطة بها.

وانطلاقا مما سبق ذكره، يمكن طرح الاشكالية التالية:

ما اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية؟

المبحث الأول: الاطار المنهجي

خلال هذا المبحث يتناول الباحثان مختلف المسارات المنهجية المتبعة في الدراسة، في محاولة لتقديم رؤية أكثر وضوحا حول الموضوع إضافة إلى تقديم بعض المفاهيم والمصطلحات المتضمنة في عنوان الدراسة.

1. تساؤلات الدراسة

- للإحاطة أكثر بالموضوع، ارتأينا تفكيك التساؤل الرئيس الى جملة من التساؤلات الفرعية نوجزها فيما يلي :
- ما مدى فهم وإدراك الصحفيين في المواقع الإخبارية الجزائرية لآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في ممارسة العمل الصحفي؟
 - ما تقييم الصحفيين لمجالات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية؟
 - ما تقييم الصحفيين لمزايا استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية؟
 - ما هي معوقات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية من وجهة نظر الصحفيين؟

2. أهداف الدراسة

- تسعى الدراسة الحالية الى تحقيق هدف رئيس يتمثل في الكشف عن طبيعة اتجاهات الصحفيين (المبحوثين) نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية، كما ينطوي هذا الهدف على جملة من الأهداف الفرعية، تتمثل في ما يلي :
- الوقوف على مدى وعي وإدراك الصحفيين عينة الدراسة لآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وأهميتها في ممارسة العمل الصحفي.

- رصد وجهة نظر المبحوثين حول أهم مجالات استخدامهم لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية .
- التعرف على أهم المزايا التي تمنحها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة محتوى المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين.
- الكشف عن أبرز معوقات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين عينة الدراسة.

3. أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من كونها:

- حسب المسح الذي قام به الباحثان للتراث العلمي المتاح، تعد من الدراسات الأولى وطنيا التي تتناول موضوع توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية، مما جعلها تشكل إضافة هامة للمكتبة العلمية الجزائرية.
- تتناول أحد المواضيع المهمة والجديدة في مجال الممارسة الصحفية وصناعة الاعلام بصفة عامة، حيث تسلط الضوء على الجوانب التطبيقية للممارسة الصحفية الحديث.
- تعتبر الدراسة الحالية مرجعا مهما للمؤسسات الصحفية لتشكيل رؤيتها حول الموضوع، بما يسمح بتقوية حضورها على الساحة الإعلامية وتطوير قدراتها الإنتاجية.

4. نوع الدراسة ومنهجها

- تتنمي الدراسة التي بين أيدينا الى البحوث الوصفية، التي تسعى الى التعرض للظاهرة من خلال وصفها ودراسة خصائصها في وقتها الراهن، بالإضافة الى تحليل وتفسير مختلف العلاقات التي تربط متغيراتها بغية فهمها، وهذا للخروج بتعميمات حولها .
- واتجهت دراستنا الى الاعتماد على منهج المسح، الذي يعرف على أنه "أحد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم"¹، حيث يعتبر المنهج الأكثر شيوعا في الدراسات الإعلامية كونه يسعى الى

جمع البيانات والمعلومات من المبحوثين لتكوين تصور واضح حول الظاهرة المراد دراستها، ففي دراستنا تركز جهد الباحثين حول وصف وكشف طبيعة اتجاهات الصحفيين في المواقع الاخبارية الجزائرية نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، ومدى إدراكهم وتقييمهم لهذا الاستخدام، إضافة الى إبراز أهم المعقوقات والصعوبات التي تواجه ذلك.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة

تعتبر مرحلة ضبط وتحديد عينة الدراسة من المراحل المهمة في البحث العلمي التي يجب على الباحث ان يوليها اهتماما بالغا، وهذا من خلال الحرص على ان تكون مناسبة ومثلة تمثيلا دقيقا لمجتمع البحث الأصلي، يعرف هذا الأخير على أنه: "المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات"²، وبما أن دراستنا تتمحور حول دراسة طبيعة اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية، فإن مجتمع البحث في الدراسة الحالية يشمل صحفيي المواقع الإخبارية الجزائرية، الذين يستخدمون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ويتمتعون بخصائص وسمات تمثل نقطة اشتراك بينهم، سواء ما تعلق بالجانب الهيكلي والتنظيمي للمؤسسات التي ينتمون لها، أو بالصفات الشخصية للمبحوثين أنفسهم.

باعتبار أن العينة جزء من مجتمع البحث الاصلي، فإن اختيارها يجب ان يتم بطريقة تجعلها ممثلة له، وتعرف على أنها: "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"³. وبما أن مجتمع البحث في دراستنا - كما اشرنا سابقا- هم صحفيو المواقع الإخبارية الجزائرية، فإن اختيار مفردات الدراسة تم بناء على العينة المتاحة، أي أنها تعتمد على عنصر الإتاحة وقبول المبحوثين المشاركة في الدراسة، يذكر أن الباحثان قد

وجدا صعوبة في تطبيق العينة العمدية نظرا لعدم تلقي استجابات كافية من طرف الصحفيين في عدد من المواقع الإخبارية التي تم مراسلتها في هذا الشأن، وقد طبقت دراستنا على ما مجموعه 42 مفردة من الصحفيين العاملين في مواقع إخبارية جزائرية معتمد من طرف وزارة الاتصال، كنا قد وقفنا على أن توطينها كان على النطاق dz، لذلك تم استبعاد ما دون ذلك. وقد شملت القائمة عديد المواقع التي لها تمثيل في عينة الدراسة وهي: سبق برس، شهاب برس، اوراس نيوز، دزاير توب، الجزائر الآن، خبر برس، دزاير نيوز، لبارتي نيوز.

6. أدوات جمع البيانات

بالنظر إلى توجه الباحثين في الدراسة الحالية الى رصد وقياس اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية لصناعة المحتوى، فتعتبر أداة الاستبيان مناسبة لهذا الغرض البحثي، والتي تعرف بأنها: "مجموعة أسئلة توجه الى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع او مشكلة أو موقف"⁴، حيث اعتمد الباحثان على مقياس ليكرت الثلاثي في المحاور الثلاثة الأخيرة، فنجد أن هذا المقياس يحتوي على مجموعة من العبارات تمثل الاتجاه المراد قياسه، وقد ضبطت لكي تتيح للمبحوثين التعبير عن رأيهم، من خلال اختيار درجة موافقتهم أو حيادهم أو معارضتهم . وبهذا جاءت استمارة الاستبيان مكونة من أسئلة البيانات الشخصية لمفردات العينة وشملت: نوع الجنس، الفئة العمرية، سنوات الخبرة، الوظيفة المشغولة واسم الموقع، إضافة الى أربعة محاور رئيسية، وذلك وفقا لأسئلة الدراسة وأهدافها، وقد كانت موزعة على النحو التالي :

❖ **المحور الأول:** ويضم خمسة اسئلة تتعلق بقياس مدى فهم وإدراك المبحوثين

لآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وأهميتها في ممارسة العمل الصحفي.

❖ **المحور الثاني:** ويضم تسعة عبارات تتعلق بتقييم المبحوثين لأهم مجالات استخدام

تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية.

❖ **المحور الثالث:** ويضم ستة عبارات تتعلق بتقييم المبحوثين لأهم مزايا استخدام

تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة محتوى المواقع الإخبارية.

❖ **المحور الرابع:** ويضم سبعة عبارات تتعلق بأبرز معوقات استخدام المبحوثين

لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية من وجهة

نظرهم.

يذكر أن اعتمادنا كان على الاستبانة الالكترونية، التي تم ارسالها عبر إيميلات عدد

من المواقع الإخبارية المعتمدة، كما تم طرحها عبر مختلف المنصات الاجتماعية وهي:

التلغرام، الفيسبوك، المسنجر والواتس آب، التي تجمع عديد الصحفيين النشطين في

مجموعات افتراضية عبر هذه الشبكات، وقد تم ذلك خلال شهر ماي من سنة 2024.

7. إجراءات الصدق والثبات

1.7. **صدق أداة الدراسة:** بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة، وقبل توزيعها على أفراد

العينة، تم عرضها على مجموعة من الأستاذة بغرض تحكيمها والتأكد من صدقها، وبناء

على الملاحظات المقدمة تم إدخال تعديلات على بعض الأجزاء من فقراتها سواء بالزيادة

أو الحذف، وكذا طريقة بناءها وترتيبها.

2.7. **ثبات أداة الدراسة:** طبق الباحثان أسلوب Test – Retest على عينة قوامها

7 مفردات (سيتم استبعادها من العينة الأساسية فيما بعد)، أي بواقع يفوق 10% من

الحجم الكلي للعينة، بفارق زمني قدره 15 يوما، حيث حققت النتيجة معامل ثبات

يفوق 88%، وهو ما يعتبر مؤشرا جيدا على ثبات الأداة ووضوحها بالنسبة للمبحوثين.

كما تم تطبيق معامل الثبات الفا كرونباخ على المحاور الثلاث الأخيرة، كما سيتم ايضاحه

خلال مناقشة النتائج، حيث سجل الباحثان القيم التالية:

الجدول رقم (01): يمثل قيم معامل الثبات الفاكرونباخ على مستوى المحاور الثلاثة الأخيرة

المحور الرابع	المحور الثالث	المحور الثاني	المحاور
0.860	0.764	0.868	معامل الفاكرونباخ

المصدر: من انجاز الباحثين، مستخرج من برنامج التحليل الاحصائي SPSS

يبين الجدول رقم (01) أن هناك قيم ثبات جيدة بالنسبة للمحاور المحددة، يمكن الاعتماد عليها في الدراسة.

8. مفاهيم الدراسة

1.8. الاتجاه: يعرفه منير حجاب على أنه: " تعبير محدد عن قيمة أو معتقد، ولهذا يشتمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقاً"⁵، والاتجاه أساساً يعبر عما ينتج في وجدان الشخص، فيمثل رأيه أو اعتقاده بالأشياء، وعلى أساسه يتحدد موقفه من الأشياء سواءً بالقبول أو الرفض مع تحديد شدة قبوله أو رفضه، ومن ثم، يؤكد هذا التعريف على أهمية تأثير تجارب الفرد و خبراته في تشكيل اتجاهاته، كما يلقي الضوء على التفاعل النسبي، حيث تظهر بعض الاستجابات بصورة مؤقتة ولا يمكن اعتبارها جزءاً من نطاق الاتجاهات.⁶

2.8. المواقع الإخبارية: وتعتبر من صيغ الواب التي تتولى نشر الأخبار والمعلومات بصورة آنية حول مختلف الوقائع والقضايا المتداولة فتختلف هذه المواقع في الموضوعات التي تتناولها، ومصادرها، وطريقة معالجتها، ودرجة موثوقيتها. ويمكن أن تكون تابعة لوسائل إعلامية معروفة مثل البي بي سي أو الجزيرة، كما يمكن أيضاً أن تتأسس من طرف فرد ما أو جماعة، حيث، "تركز المواقع الاخبارية على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية، وربما تضيف إليها بعض التحليلات الإخبارية والتقارير"⁷.

3.8. الذكاء الاصطناعي: يعد الذكاء الاصطناعي أحد أقسام علم الحواسيب، وأحد المرتكزات المهمة التي تعتمد عليها صناعة التكنولوجيا في عصرنا الحالي، فيمكن التعرف

على الذكاء الاصطناعي من خلال قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على تنفيذ مهام محددة، من حيث مبدأ عملها تحاكي الإنسان الذي يمتلك ميزة التفكير أو امكانية التعلم من تجارب فارطة أو غيرها من الآليات المختلفة التي تستوجب عمليات ذهنية. كما يعرفه Minsky على أنه: "بناء برامج الكمبيوتر التي تنخرط في المهام التي يتم إنجازها بشكل مرض من قبل البشر"⁸.

المبحث الثاني: الجانب التطبيقي

تستند هذه المرحلة من الدراسة الى ما تم تحصيله من بيانات بناءً على معطيات استمارة الاستبيان، وهذا بعد تصنيفها ضمن الجداول التفريغية وتحويلها الى أرقام، مما يسهل علينا التعامل معها إحصائياً، وعليه تم منح الدرجات وفق مايلي :

الدرجة (01) للإجابة معارض، الدرجة (02) للإجابة محايد، الدرجة (03) للإجابة موافق. وقد شملت هذه العملية المحاور الثلاث الأخيرة من الاستبيان.

ووفقاً للسياق العام للدراسة قمنا بتصنيف الاتجاهات حسب قيمة المتوسط الحسابي، وذلك بتطبيق العبارة الرياضية التالية:

طول المدى = (أكبر درجة - أقل درجة) / أكبر درجة.

ف نجد أن: طول المدى = 0.66

ولتحديد اتجاه العينة كل مرة نضيف 0.66 الى الدرجات، لتحصل على ما يلي :

- اتجاه سلبي [من 1 الى 1.66].

- اتجاه محايد [من 1.67 الى 2.33].

- اتجاه إيجابي [من 2.34 الى 3].

1. عرض النتائج وتفسيرها

المحور الأول (مدى فهم وإدراك المبحوثين لآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في ممارسة العمل الصحفي)

الجدول (02): ويمثل درجة استخدام المبحوثين لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم كصحفيين.

الأجوبة	التكرارات	النسبة المئوية	كا	درجة الحرية	مستوى الدلالة
عالية	32	76.20	36.000	2	.000
متوسطة	8	19			
منخفضة	2	4.80			
ن = 42					

المصدر: اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج spss (بأقاي الجدول من نفس المصدر) تبين نتائج الجدول رقم (02) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، فنجد بلوغ قيمة كا=36.000 عند درجة الحرية 2، ومستوى دلالة 0.000 بقيمة تقل عن 0.05 وهو ما يدل على انه دال إحصائيا.

وتشير النتائج الى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اثناء ممارسة عملهم كصحفيين، حيث يذكر 76.19% من المبحوثين أنهم يستخدمونها بدرجة عالية، بينما يقر 19.04% منهم أنهم يستخدمونها بدرجة متوسطة، أما باقي أفراد العينة وبما نسبته 4.76% ذكروا أنهم يستخدمونها بدرجة منخفضة. وهو ما يعني وجود اقبال كبير من طرف الصحفيين الجزائريين في المواقع الإخبارية على استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وهذه نتيجة منطقية كون أن التطبيقات المستحدثة من الذكاء الاصطناعي استقطبت الكثير من الصحفيين نظرا لعديد الخصائص التي تتمتع بها، والتي يمكنهم الاستفادة منها بشكل كبير اثناء ممارسة عملهم كصحفيين، فنجد أن نمط استعمالها وطبيعتها عملها تتميز بالسهولة نوعا ما، بالأخص في تنفيذ المهام البسيطة التي لا تحتاج معرفة كبيرة، فالصحفي هنا لا يحتاج أكثر من كتابة الأوامر أو طرح المشكلة.

الجدول (03): ويمثل مستوى معرفة المبحوثين بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المجال صناعة المحتوى

الصحفي

الأجوبة	التكرارات	النسبة المئوية %	كا	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مرتفع	17	40.5	13.857	2	.001
متوسط	22	52.4			
ضعيف	3	7.1			

تبين نتائج الجدول رقم (03) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية، فنجد بلوغ قيمة $K=2=6.143$ عند درجة الحرية 2، ومستوى دلالة 0.046 أي بقيمة تقل عن 0.05، ما يعني أنها دالة إحصائية. حيث يرى 52.40% من المبحوثين أن لديهم مستوى متوسط من المعرفة المتعلقة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، بينما يشير 40.50% منهم أنهم يتمتعون بمستوى مرتفع منها، فيما يقر باقي أفراد العينة بما نسبته 7.14% أن مستوى معرفتهم بها مازال ضعيفا، وهذا ما يمكن تفسيره بأن الصحفيين الجزائريين في المواقع الاخبارية مازالو حديثي العهد بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وهم في مرحلة اكتشافها وتجريبها بغية التعرف على مزاياها بشكل أكبر، بالإضافة الى التطورات السريعة والمتلاحقة التي شهدتها في السنوات الأخيرة، مما خلق صعوبة في مواكبة مستجداتها، هذا ما انعكس على درجة معرفتهم بها.

الجدول (04): يمثل مصادر التزود بالمعرفة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بالنسبة للمبحوثين

الأجوبة	التكرارات	النسبة المئوية %	ك2	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مواقع الكترونية تعليمية	35	49.29	45.127	4	.000
دورات تحسين المستوى في مؤسسة العمل	2	2.81			
بتوجيهات من زملاء العمل	16	22.53			
المشاركة في دورات تكوينية مدفوعة	10	14.08			
المحاضرات والملتقيات	8	11.26			
ن=42					

تبين نتائج الجدول رقم (04) ان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية، فنجد بلوغ قيمة $K=2=45.127$ عند درجة الحرية 4، ومستوى دلالة 0.000 أي بقيمة أقل من 0.05، ما يعني أنها دالة إحصائية، حيث عبر غالبية أفراد العينة بما نسبته 49.29% ان تزودهم بالمعرفة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي تتم عن طريق مواقع الكترونية تعليمية، فيما يذكر باقي أفراد العينة أنها تتم عن طريق مصادر مختلفة فيشير 22.53% أنها تتم بتوجيهات من زملاء العمل، و 14.08% عن طريق المشاركة في دورات تكوينية

مدفوعة، بينما افاد 11.26% من خلال محاضرات وملتقيات، في حين ذكر 2.81% منهم أنها كانت خلال دورات تحسين المستوى المنظمة في مؤسسة العمل. ويمكن تفسير لجوء الصحفيين الجزائريين في المواقع الإخبارية الى خلق مبادرات شخصية في اكتسابهم لمهارات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، بغياب الدورات التدريبية الرسمية في المؤسسات التي يعملون بها، بالإضافة الى اتخاذهم أبسط الطرق للوصول الى المعلومة المتعلقة بذلك، سواء عن طريق اللجوء الى البرامج التدريبية المجانية المنتشرة عبر مختلف المواقع الالكترونية التعليمية، أو في اطار تفاعل الصحفيين أنفسهم داخل مؤسستهم.

الجدول (05): ويمثل رأي المبحوثين فيما إذا كان استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يساعد

على ممارسة العمل الصحفي بشكل افضل

الأجوبة	التكرارات	النسبة المئوية %	كا	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نعم	31	73.80	31.286	2	.000
الى حد ما	7	16.66			
لا	4	9.52			
ن = 42					

تبين نتائج الجدول رقم (05) أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية، فنجد بلوغ قيمة $كا=31.286$ عند درجة الحرية 2، ومستوى دلالة 0.000 أي بقيمة أقل من 0.05 ما يعني أنها دالة إحصائية، حيث نجد أن غالبية أفراد العينة بما نسبته 73.80% يرون أن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تساعد على ممارسة العمل الصحفي بشكل أفضل، في حين يشير 16.66% منهم أنها تساعد على ذلك لكن بشكل محدود، بينما يذكر 9.52% منهم أنها لا تساعد على ذلك. وقد تفسر هذه النتيجة نظرا لظهور العديد من أدوات الذكاء الاصطناعي في السنوات الأخير، تضع بين يدي المستخدم خيارات عدة، مع السرعة في الإنجاز وبأقل جهد وتكلفة، مما ولد لديهم انطبعا ايجابيا حول فوائدها.

الجدول رقم(06): ويمثل تأثير تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على مستقبل ممارسة العمل الصحفي من

وجهة نظر المبحوثين

الأجوبة	التكرارات	النسبة المئوية %	كا	درجة الحرية	مستوى الدلالة
إيجابي	13	31	1.857	2	.395
لا اعرف	18	42.9			
سلي	11	26.2			
ن = 42					

تبين نتائج الجدول رقم (06) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، فنجد بلوغ قيمة $كا=1.857$ عند درجة الحرية 2، ومستوى دلالة 0.395 أي بقيمة أكبر من 0.05 ما يعني أنها غير دالة احصائياً، حيث أشار ما نسبته 38.09% من أفراد العينة أنه من المحتمل أن يكون تأثير تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على ممارسة العمل الصحفي إيجابياً، بينما يقر 33.33% منهم أنه سيكون له تأثيرات سلبية، بينما يذكر 28.57% بأن لا رأي لهم بشأن ذلك. ويمكن تفسير التباين المسجل في النتائج المحصل عليها بالتطورات المتسارعة التي يشهدها ميدان البحث في الذكاء الاصطناعي مما صعب التنبؤ بمستوى إمكانياته المستقبلية، ومن ثمة صعوبة التكهن بحجم الأثر الذي قد يحدثه، وهو ما انعكس على رأي الصحفيين واختلافهم بشأن آثاره المحتملة على مستقبل ممارسة العمل الصحفي.

من خلال الأسئلة المطروحة، وبالنظر إلى المتغيرات والمؤشرات المتضمنة لها، فقد لاحظنا تبايناً في بعض الإجابات، إلا أن النتائج المسجلة في هذا المحور تدل على وجود رغبة وتقبل لدى عينة الدراسة في مواكبة التطورات الجارية في مجال الصحافة، والمتمثلة في إدخال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتوى الصحفي الرقمي.

الجدول (07) ويمثل نتائج المحور الثاني (تقييم المبحوثين لمجالات استخدام تكنولوجيا الذكاء

الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		مجالات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
84	0,71	2,90	-	-	9,53	4	90,47	38	جمع المادة الصحفية وإعادة تحريرها وفق القالب الخاص بالموقع
77,67	0,82	2,71	2,38	1	23,80	10	73,80	31	إنتاج الفيديوهات والصور والرسوم
76,67	0,78	2,40	7,14	3	45,23	19	47,61	20	استخدامها في الجرافيكس ومختلف المؤثرات البصرية
83,33	0,69	2,81	-	-	19,04	8	80,95	34	إنتاج القصص الإخبارية

77,67	0,79	2,43	7,14	3	42,85	18	50	21	استعمال قوالب غير تقليدية في الكتابة والتحرير الصحفي
77	0,81	2,67	4,76	2	23,80	10	71,42	30	تحويل الكلام الى نص مكتوب
69,67	0,87	2,43	4,76	2	47,61	20	47,61	20	فحص المعلومات والبيانات والتأكد منها قبل نشرها
82,67	0,74	2,81	4,76	2	9,52	4	85,71	36	توليد الأفكار واقتراح العناوين الصحفية
77	0,79	2,71	4,76	2	19,04	8	76,19	32	الترجمة الفورية
الفاكرونباخ = 0.868 المتوسط الحسابي = 2.65، الانحراف المعياري = 0.78، الوزن النسبي = 78.41									

يمثل الجدول رقم (07) تقييم الباحثين لمجالات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية، حيث بلغت قيمة معامل الفايكرونباخ 0.868 مما يدل على تجانس فقرات هذا المحور وترابطها، كما سجلنا وزن نسبي يقدر بـ 78.41%، وانحراف معياري قدره 0.78.

حسب رأي الصحفيين الجزائريين فإن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ساهمت في مجالات عدة تخص صناعة محتوى المواقع الإخبارية، إذ بلغ متوسط شدة الاتجاه العام لإيجاباتهم حول هذا التساؤل (2.65)، وهو ما يدل على أن لديهم اتجاهها إيجابياً نحوه، وقد سجلنا أعلى متوسط شدة اتجاه في ثلاثة عبارات وهي:

- جمع المادة الصحفية وإعادة تحريرها وفق القالب الخاص بالموقع (2.90).

- إنتاج القصص الإخبارية (2.81).

- توليد الأفكار واقتراح العناوين الصحفية (2.81).

أما فيما يتعلق بأقل متوسط شدة اتجاه فقد تركز في العبارتين التاليتين:

- فحص المعلومات والبيانات والتأكد منها قبل نشرها (2.43).

- استخدامها في الجرافيكس ومختلف المؤثرات البصرية (2.40).

تعكس النتيجة المسجلة وجود استخدام فعلي وحقيقي للصحفيين الجزائريين في المواقع الإخبارية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي واستغلالها في صناعة المحتوى -تأكيداً لما ورد في الجدول (02)- مع وجود ميل نحو استغلالها في الجانب الإبداعي من الممارسة الصحفية، وهو ما دلت عليه العبارات الثلاث التي سجلت أعلى قيمة للمتوسط

الحسابي، ومرد ذلك كون أن النسخ المطورة من الذكاء الاصطناعي تتميز بقدرتها على توليد الأفكار واقتراح المواضيع ووضع العناوين عن طريق رصد الأنماط بصورة آلية، دون تدخل بشري، لذلك يلجأ معظم الصحفيين إليها بغرض توفير الوقت والجهد، عكس المعالجة التقليدية للبيانات الصحفية التي تتطلب وقت وجهد كبيرين.

الجدول (08) ويمثل نتائج المحور الثالث (تقييم المبحوثين لمزايا استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي

في مجال صناعة محتوى المواقع الاخبارية)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		مزايا استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.33	0,68	2,59	-	-	7.14	3	92.85	39	الكفاءة في صياغة الخبر بجودة عالية والدقة في إخراجه
82.6	0,74	2,48	7.14	3	30.95	13	61.90	26	القدرة على التحكم الجيد في الدردشات الآلية بالمواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي
74	0,81	2,22	2.38	1	38.09	16	59.52	25	فعاليتها في معالجة البيانات الضخمة وتحليلها وتصنيفها ومن ثم تبويبها في أقسام الأخبار
84	0,71	2,51	12.96	-	19.04	8	80,95	34	كفاءتها في إعادة صياغة المحتويات الصحفية بما يتلاءم مع طبيعة القراء
77.67	0,77	2,33	2.38	1	26,19	11	71,42	30	تتيح ترجمة المحتوى الصحفي الى لغات عديدة بما يناسب مع لغة القراء
76	0,8	2,27	7.14	3	40.47	17	52,38	22	القدرة على التحقق من الشائعات والأخبار المزيفة بمختلف وسائل الاعلام الاخرى والشبكات الاجتماعية
الفكرونباخ = 0.764 المتوسط الحسابي = 2.40، الانحراف المعياري = 0.77، الوزن النسبي = 80									

يمثل الجدول رقم(08) تقييم المبحوثين لمزايا استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الاخبارية، حيث جاءت قيمة معامل الفاكرونباخ للمحور ككل بـ 0.764 مما يدل على تجانس فقرات هذا المحور وترابطها، بوزن نسبي يقدر بـ 80%، وانحراف معياري قدره 0.77.

حسب وجهة نظر الصحفيين الجزائريين في المواقع الإخبارية فإن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، قد قدم لهم مزايا عديدة وبدرجة عالية نسبيا فيما يتعلق بصناعة المحتوى، إذ بلغ متوسط شدة الاتجاه العام لاجاباتهم على هذا التساؤل (2.40)، وهو ما يدل على وجود اتجاه إيجابي نحوه، حيث سجلنا أعلى متوسط شدة اتجاه في العبارتين التاليتين:

- الكفاءة في صياغة الخبر بجودة عالية، والدقة في إخراجه (2.59) .
- كفاءتها في إعادة صياغة المحتويات الصحفية بما يتلاءم مع طبيعة القراءة (2.51) .
- أما فيما يتعلق بأقل متوسط شدة اتجاه فقد تركز في العبارتين التاليتين:
- القدرة على التحقق من الشائعات والأخبار المزيفة بمختلف وسائل الاعلام الاخرى وبالشبكات الاجتماعية (2.27) .
- كفاءتها في معالجة البيانات الضخمة وتحليلها وتصنيفها ومن ثم تبويبها في أقسام الأخبار (2.22) .

تظهر النتيجة المسجلة عن وجود مزايا عديدة تدفع بالصحفيين الجزائريين في المواقع الإخبارية الى التوجه نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتوى، تتعلق بالأساس بجودة ودقة المحتويات الصحفية المنتجة عن طريق الذكاء الاصطناعي، وكذا الكفاءة في إعادة صياغتها. كما نجد انهم لا يتمتعون بمزاياها بدرجة كبيرة في مجال معالجة البيانات والتحقق من الشائعات والأخبار المزيفة، وهذا يرجع لكون ان الاستفادة من هذه المزايا يتطلب معرفة ومهارة عالية، وهذا ما لا يتوافق مع مستوى معرفة افراد العينة المبحوثين بهذه التكنولوجيا -استنادا لما ورد في نتائج الجدول رقم (03) - .

الجدول (09) ويمثل نتائج المحور الرابع (معوقات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الاخبارية من وجهة نظر المبحوثين)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		معوقات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.54	0.80	2.48	19.04	8	14.28	6	66.66	28	نقص الإمكانيات المادية والتقنية اللازمة لتوظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في ممارسة العمل الصحفي
85.71	0,66	2.57	9.25	4	25.92	10	66.66	28	قلة المتخصصين في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على مستوى المؤسسة (الموقع)
92.06	0.53	2.76	4.76	2	14.28	6	80.95	34	غياب الدورات التكوينية في الذكاء الاصطناعي لفائدة العاملين بالمؤسسات الصحفية
81,75	0.74	2.45	14.28	6	26.19	11	59.52	25	عدم تقبل إدارة الموقع لفكرة استخدام الذكاء الاصطناعي في ممارسة العمل الصحفي، ومن ثمة لا تدعم هذا التوجه.
	0.67	1.55	54.76	23	35.71	15	14.81	4	عدم اقتناع الصحفيين بمدى أهمية هذه التكنولوجيا في تطوير الأداء

51.59										الصحفي في مؤسستهم
68.25	0.62	2.05	47.6	20	31	13	21.42	9		عدم وجود اتفاق على جدوى استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي
70.63	0.87	2.12	30.95	13	26.19	11	42.85	18		صعوبة التدرّب على الذكاء الاصطناعي بسبب التقدم السن ونقص الخبرة في مجال التكنولوجيا لدى بعض الصحفيين
الفاكرونباخ = 0.816، المتوسط الحسابي = 1.99، الانحراف المعياري = 0.78، الوزن النسبي = 74.60										

يمثل الجدول رقم (09) معوقات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية من وجهة نظر المبحوثين، حيث جاءت قيمة معامل الفا كرونباخ للمحور ككل 0.816 مما يدل على تجانس فقرات هذا المحور وتربطها، وبوزن نسبي يقدر بـ 74.60%، وانحراف معياري قدره 0.78.

يرى الصحفيون الجزائريون في المواقع الإخبارية أن معوقات استخدام الذكاء الاصطناعي في مؤسستهم متوسطة نسبياً، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه نحو هذا التساؤل (1.24)، وهو ما يدل على وجود اتجاه محايد نحوه، وقد سجلنا أعلى متوسط شدة اتجاه في العبارتين التالية:

- غياب الدورات التكوينية في الذكاء الاصطناعي لفائدة العاملين بالمؤسسات الصحفية (2.76).

- قلة المتخصصين في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على مستوى المؤسسة (2.57).

- نقص الإمكانيات المادية والتقنية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي (2.48).

والملاحظ أنه في العبارات الثلاثة جاء متوسط شدة اتجاهها إيجابياً، وبالتالي تمثل أبرز معوقات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى المواقع الإخبارية الجزائرية من وجهة نظر المبحوثين.

أما فيما يخص أقل متوسط شدة اتجاه فقد تركز في العبارتين التاليتين:

- عدم اقتناع الصحفيين بمدى أهمية هذه التكنولوجيا في تطوير الأداء الصحفي في مؤسستهم (1.55).

- عدم وجود اتفاق على جدوى استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي (1.74).

ويفسر الباحثان النتيجة المسجلة ربما لعدم قدرة المؤسسة على تحمل المزيد من الأعباء المادية في ظل نقص التمويل الكافي لتغطية متطلبات استخدامها، أو نظرا لعدم اقتناع مسؤولي المواقع الإخبارية الجزائرية بضرورة استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى في مؤسستهم، يسجل ذلك، رغم عدم وجود اعتراض من طرف الصحفيين انفسهم على ذلك، كون أنهم يعتبرون ما هو موجود لا يلي الاحتياجات الحقيقية للاستفادة المثلى من هذه التكنولوجيا الحديثة.

2. النتائج العامة للدراسة

- تبين أن غالبية صحفيي المواقع الإخبارية الجزائرية (المبحوثين) يستخدمون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم كصحفيين، وبدرجات عالية نسبيا.

- يمتلك غالبية الصحفيون أفراد العينة في المواقع الإخبارية الجزائرية مستوى متوسط من المعرفة المتعلقة بآليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، اكتسبها عن طريق مبادرات واجتهادات شخصية من طرفهم.

- يرى غالبية الصحفيون أفراد العينة في المواقع الإخبارية الجزائرية أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ساعدت على ممارسة العمل الصحفي بشكل أفضل، لكنهم يتخذون موقفا حياديا بشأن مستقبل الممارسة الصحفية في ظل التطورات السريعة والمتلاحقة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الحديثة.

- يرى الصحفيون أفراد العينة في المواقع الإخبارية الجزائرية أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ساهمت بشكل إيجابي وفعال في مجالات عدة من صناعة المحتوى، خصوصا ما تعلق بالجانب الإبداعي في الممارسة الصحفية.

- إن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من طرف صحفيي المواقع الإخبارية الجزائرية قدم لهم العديد من المزايا في مجال صناعة المحتوى، ويتعلق الأمر خصوصا بجودة المحتوى والدقة في صياغته .

- يرى الصحفيون أفراد العينة في المواقع الإخبارية الجزائرية أن هناك عدة معوقات تواجه استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتوى، تتعلق أساسا بالجوانب التقنية والتكنولوجية، ويتمثل أهمها في غياب الدورات التكوينية وقلة المتخصصين في المجال، إضافة الى نقص الإمكانيات المادية والتقنية اللازمة لذلك .

خاتمة

وفي الختام يمكن الاستنتاج بأن استخدام التكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة محتوى المواقع الإخبارية يعتبر توجهها حيويًا وأمرًا متزايد الأهمية، حيث ظهرت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي كأداة فعالة تساعد الصحفيين على تعزيز إنتاجيتهم وتحسين جودة المحتوى الذي يتم تقديمه للقراء، كما اتاحت هذه التكنولوجيا إمكانيات عدة مثل تحليل اللغة الطبيعية وتعلم الآلة والتصنيف التلقائي للمعلومات، الوصول إلى مصادر ضخمة من البيانات وتحليلها بشكل سريع وفعال، وعلى ضوء ما سبق يمكن إدراج مجموعة من التوصيات نوجزها فيما يلي :

- رفع مستوى تكوين الصحفيين، من خلال تنظيم دورات تكوينية وتسطير برامج تدريبية من طرف المؤسسات الصحفية حول كيفية استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتعامل معها بشكل فعال.

- تكييف غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية مع متطلبات استغلال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، من خلال توفير الإمكانيات اللازمة، للإستفادة من قدراتها الهائلة بشكل أمثل.

- يجب على الصحفيين الانفتاح أكثر على المستحدثات الجديدة بما فيها الذكاء الاصطناعي، وفي الوقت ذاته التحلي بروح المسؤولية اتجاه ما يمكن ان يقدم للجمهور عن طريقها.

الهوامش

- 1- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، مصر، 2000، ص158.
- 2- محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، اليمن، 2019، ص158.
- 3- المحمودي، المرجع نفسه، ص160.
- 4- رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004، ص108.
- 5- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص18.
- 6- منال قدواح: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، رسالة ماجستير، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008، ص92.
- 7- جمال عبدالناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الالكترونية، دار النفائس، الأردن، 2013، ص108.
- 8- عبدالله موسى، أحمد حبيب بلال: الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر، دار الكتب المصرية، مصر، 2019، ص12.