

مسير الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي

دراسة ميدانية لصحفيين اذاعة واد سوف الجمهورية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ل.م.د في الاعلام

تخصص: سمعي بصري

تحت إشراف:

الأستاذة. منى بوازدية

إعداد الطلبة

شعباني مريم

عدوكة كنزة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة	الصفة
د. سهام قواسمي	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	رئيسا
د. منى بوازدية	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	مشرفا ومقررا
د. فاطمة الزهراء قيطة	جامعة الشهيد حمه لخضر . الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024

أَعُوذُ بِاللَّهِ مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمَ

﴿ سورة طه، الآية 114 ﴾



شكر وعرفان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا ﴾

صدق الله العظيم

﴿ سورة الكهف آية: 01 ﴾

نتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان لكل من كان له دور في دعمنا ومساندتنا، ولكل من قدّم لنا يد العون بكلمة، أو نصيحة، أو فعل.

إن كلمات الشكر لا تفيكم حقكم، ونذكر بالشكر خاصة مشرفتنا وموجهتنا العزيزة الاستاذة منى بوازدية أرجو أن تعلمي أننا ممتنون لك من أعماق قلوبنا، ونسأل الله أن يجزيك عنا خير الجزاء، وأن يديم عليك نعمه وفضله

كذلك كل الشكر والاحترام لأعضاء لجنة المناقشة لقبول مناقشة هذه المذكرة وتوجيهاتهم القيمة.

إهداء

إلى والدي العزيز،

السبب الأول لعودتي إلى مقاعد الدراسة، والدافع الأقوى الذي أعاد إليّ الأمل بعد التوقف.

إلى من آمن بي حين ترددت، وشجعني حين تراجعت، وكان دعمه النور الذي أنار طريقي من جديد.

وإلى أُمي الحنونة،

التي كانت وما تزال حضناً دافئاً وسنداً صامتاً يمدني بالقوة بدعائها وحنانها الذي لا يعرف حدوداً.

إلى اخوتي الاعزاء كل واحد بإسمه وزوجاتهم وازواجهم،

دمتم لي سنداً بدون أن أطلب، والمأوى وأمل حين تضيق بي الدنيا، ودمتم لي مصدر قوتي وسر سعادتي

إلى بنات عمي وعمتي وبنات خالتي وابنة خالي وصديقاتي كل واحدة بإسمها،

يا من كنتم دائماً جزءاً من أجمل لحظات حياتي وأعز الأصدقاء في رحلة العمر و شاركت معهم الضحكات والذكريات، ودعمكم لي في كل مرة احتجت فيها إلى كلمة طيبة أو ابتسامة تضيء يومي.

والى خالاتي واخوالي وعماتي واعمامي وازواجهم وزوجاتهم الذين ساعدوني في تخطي الصعاب وشاركوني الفرح في لحظاته والألم في لحظاته الأخرى، لن تكفي الكلمات لتعبير عن مدى امتناني لكم ولكنني سأظل دائماً ممتة لوجودكم في حياتي.

مريم



الإهداء

الحمد لله الذي يسر البدايات وأكمل النهايات وبلغنا الغايات الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

الحمد لله الذي ما تم جهد إلا بعونه وما ختم سعي إلا بفضلله

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار..... إلى من علمني العطاء بدون انتظار
.....إلى من أحمل اسمه بكل افتخار

والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة الى..... معنى الحب وفي معنى الحنان والمقالي..... إلى
بسمة الحياة وسر الوجود

إلى من كان دعائها من نجاحي وحنانها بلمس جراحي..... الى ست الحبايب

أمي الحبيبة

وإلى الشموع التي تنير لي الطريق..... وانتظروا هذه اللحظة كثيرا ليفخروا بيكما
أفخر بهم وبوجودهم...سندي وعزي

إلى إخوتي

وأخيرا من قال أنا لها" وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها، ما كنت لأفعل دون توفيق من
الله ها هو اليوم العظيم الذي أجريت سنوات دراستي شاقة حاملة بها حتى توالى بمنه وكرمه
فالحمد لله الذي ما تيقنت ببرا وأملاً إلا وأغرقني سرورا وفرحا ينسيني مشقتي.

كنزة

ملخص الدراسة :

تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على التحولات العميقة التي يشهدها مجال الصحافة بفعل التطور المتسارع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، و على أثرها في مهنة الصحفي، من حيث الأدوار، المهارات، ومستقبل الوظيفة الصحفية.

و قد تم معالجة اشكالية الدراسة من خلال طرح التساؤل التالي :ماهو مصير الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي؟

و كان الهدف من هذه الدراسة إلى استكشاف أثر الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحفي وتحديد مستقبل العمل الصحفي في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة.

اما عن الاجراءات المنهجية المعتمدة فتندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية ، و قد تم الاعتماد على المنهج المسحي ، اما بالنسبة لعينة الدراسة فقد اخترنا عينة قصدية وتم تحديد 15 مفرد، اما الادوات المستخدمة في البحث ، فقد تم الاعتماد على اداة الاستمارة اداة رئيسية تم توزيعها على عينة الدراسة و هم مجموعة من صحفيين إذاعة واد سوف الجهوية ، و أيضا قد تم تقسيم خطة البحث إلى (04) فصول.

توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل تحديًا وفرصة في آنٍ واحد للعمل

الصحفي؛ حيث عبّر الصحفيون عن مخاوف من تقليص الأدوار البشرية، مقابل إدراكهم

لإمكانيات الذكاء الاصطناعي في دعم الإنتاج الإعلامي. كما أظهرت النتائج نقصًا في التكوين

المهني في هذا المجال، ووجود مخاوف أخلاقية تتعلق بالمصداقية والشفافية، ما يبرز الحاجة

إلى التكيف مع التحول الرقمي من خلال التكوين ووضع ضوابط مهنية وأخلاقية واضحة.

الكلمات المفتاحية: مصير، الصحفي، الذكاء الاصطناعي

Study Summary (Translation):

This study aims to shed light on the profound transformations taking place in the field of journalism as a result of the rapid development of artificial intelligence technologies, and their impact on the journalism profession in terms of roles, skills, and the future of journalistic work. The central issue of the study was addressed by posing the following question: What is the fate of journalists in the era of artificial intelligence?

The objective of this study was to explore the impact of artificial intelligence on the journalism profession and to determine the future of journalistic work in light of modern technological developments.

As for the methodological procedures, this study falls within the scope of descriptive research, The survey method was adopted, and a purposive sample of 30 individuals was selected. The main research tool used was a questionnaire, which was distributed to the study sample consisting of journalists from the regional radio station of Oued Souf. The research plan was also divided into(04) chapters.

The study concluded that artificial intelligence represents both a challenge and an opportunity for journalistic work. Journalists expressed concerns about the diminishing of human roles, while also recognizing the potential of AI to support media production. The results also revealed a lack of professional training in this field, along with ethical concerns related to credibility and transparency. This highlights the urgent need to adapt to digital transformation through proper training and the establishment of clear professional and ethical guidelines.

Keywords: fate, Journalist, Artificial Intelligence

المحتويات

I	("وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا")
II	شكر وعرفان
III	إهداء
V	ملخص الدراسة :
VI	Study Summary
X	فهرس الجداول
أ	مقدمة
1	الفصل الأول الإطار المفاهيمي والنظرياتي
4	خطة الفصل الاول
5	تحديد الإشكالية
6	أهمية الدراسة
6	اسباب اختيار الموضوع
7	اهداف الدراسة
8	تحديد مفاهيم الدراسة
9	المقاربة النظرية المختارة
14	الدراسات السابقة
19	الفصل الثاني الإطار النظري
21	تمهيد

22	المبحث الاول: ماهية الصحفي
22	المطلب الاول: خصائص الصحفي الناجح
24	المطلب الثاني: مسؤوليات الصحفي وواجباته
27	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على مهنة الصحفي
30	المطلب الرابع: الإمكانيات المتوفرة للصحفي في بيئة الإعلام الجديد:
32	المبحث الثاني: ماهية الذكاء الاصطناعي
32	المطلب الأول: نشأة الذكاء الاصطناعي
34	المطلب الثاني: اهمية الذكاء الاصطناعي
35	المطلب الثالث: سلبيات الذكاء الاصطناعي
36	المطلب الرابع: تأثير الذكاء الاصطناعي في التحليل الاعلامي و صنع القرار
38	خلاصة الفصل الثاني
39	الفصل الثالث الإطار المنهجي
41	تمهيد
42	منهج الدراسة
42	مجتمع الدراسة
43	أدوات جمع البيانات
45	حدود الدراسة
45	تقديم للمؤسسة الإذاعية -إذاعة واد سوف الجهوية
45	أولاً: تعريف المؤسسة الإذاعية المحلية
46	ثانياً: التعريف بإذاعة واد سوف الجهوية
49	خلاصة الفصل الثالث
50	الفصل الرابع الإطار التطبيقي والميداني
53	تمهيد

54.....	المحور الاول : البيانات الشخصية
57	المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفي للذكاء الاصطناعي ضمن عمله
64	المحور الثالث: التأثيرات الإيجابية و السلبية للذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي
73	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي
83.....	ثانيا: الاجابة عن تساؤلات الدراسة
90.....	ثالثا: النتائج العامة
91.....	خاتمة
92.....	قائمة المراجع
.....	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	المحتوى
48	الفصل الرابع الإطار التطبيقي والميداني
53	تمهيد
54	المحور الاول : البيانات الشخصية
54	جدول رقم (01) يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس
54	جدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية
55	جدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المناصب الوظيفية داخل المؤسسة
56	جدول رقم(04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدة العمل في المجال الاعلامي
57	المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفي للذكاء الاصطناعي ضمن عمله
57	جدول رقم(05) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى معرفته بتقنيات الذكاء الاصطناعي
58	جدول رقم(06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
58	جدول رقم(07) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي
59	جدول رقم(08) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاستخدام الرئيسي للذكاء الاصطناعي
60	جدول رقم(09) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل إنتاج المادة الصحفية
61	جدول رقم(10) يوضح توزيع عينة الدراسة لأسباب الدافعة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي
62	جدول رقم (11) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تلقي التدريب على استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي

63	يُظهر الجدول رقم(12) توزيع عينة الدراسة حسب مدى استعدادهم لتعلم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي:
64	يُظهر الجدول رقم(13) توزيع عينة الدراسة على حسب دقة المعلومات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي في نظرهم
64	المحور الثالث: التأثيرات الإيجابية و السلبية للذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي
64	يُظهر الجدول رقم (14) توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الكتابة او الصياغة الصحفية لديهم.
65	يُظهر الجدول رقم (15) توزيع عينة الدراسة حسب تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الصحفي
66	يُظهر الجدول رقم(16) توزيع عينة الدراسة على حسب رؤيتهم لتأثير الذكاء الاصطناعي على التركيز في الجوانب الإبداعية:
67	1. يُظهر الجدول رقم(17) توزيع عينة الدراسة استفادتهم من الذكاء الاصطناعي في تسريع الوصول إلى المعلومات
67	يُظهر الجدول رقم(18) توزيع عينة الدراسة على حسب رؤيتهم لدور الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وفهم الجمهور و الاتجاهات الاعلامية
68	يُظهر الجدول رقم(19) توزيع عينة الدراسة حسب المجالات التي يمكن للذكاء الاصطناعي ان يساعد الصحفيين فيها
69	يُظهر الجدول رقم (20) توزيع عينة الدراسة حسب الآراء حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الجوانب الإنسانية والأخلاقية في العمل الصحفي
70	يُظهر الجدول رقم(21) توزيع عينة الدراسة على حسب شعورهم بالتهديد من الذكاء الاصطناعي حول مستقبلهم المهني كصحفيين
71	يُظهر الجدول رقم(22) توزيع عينة الدراسة على حسب مواجهتهم لدقة أو مصداقية المعلومات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي
72	يُظهر الجدول رقم (23) توزيع عينة الدراسة على حسب شعورهم بفقدان الهوية أو الأصالة الصحفية بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي
73	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي

73	يُظهر الجدول رقم(24) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثيرهم تقنيات الذكاء الاصطناعي على دور الصحفي التقليدي
74	يُظهر الجدول رقم(25) توزيع عينة الدراسة حسب شعورهم بأن أدوات الذكاء الاصطناعي قد تهدد من امنهم الوظيفي كصحفيين
75	يُظهر الجدول رقم(26) توزيع عينة الدراسة على حسب رؤيتهم لمستقبل الصحافة الورقية في ظل الذكاء الاصطناعي
76	يُظهر الجدول رقم(27) توزيع عينة الدراسة على حسب المهارات التي يجب ان يكتسبها الصحفي لمواكبة الذكاء الاصطناعي
77	يُظهر الجدول رقم(28) توزيع عينة الدراسة حسب اعتقادهم بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستؤدي الى تقليل فرص العمل للصحفيين
78	يُظهر الجدول رقم(29) توزيع عينة الدراسة حسب إمكانية استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز دورهم المهني في ظل الذكاء الاصطناعي
78	يُظهر الجدول رقم(30) توزيع عينة الدراسة حسب التحديات التي تواجه الصحفيين عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم
79	يُظهر الجدول رقم(31) توزيع عينة الدراسة حسب الدور الأساسي الذي يجب ان يركز عليه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي
80	يُظهر الجدول رقم(32) توزيع عينة الدراسة حسب إمكانية دعم المؤسسات الإعلامية للصحفيين التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي
81	يُظهر الجدول رقم (33) توزيع عينة الدراسة حسب مدى أهمية التوازن بين استخدام الذكاء الاصطناعي و الحفاظ على القيم الصحفية التقليدية
82	يُظهر الجدول رقم(34) توزيع عينة الدراسة حسب اعتقادهم على قدرتهم على التكيف مع التغيرات التكنولوجية المستقبلية
83	يُظهر من التساؤل التالي توزيع عينة الدراسة للتحديات الأخرى التي تواجه الصحفيين مع الذكاء الاصطناعي في عملهم كصحفيين؟
83	ثانيا: الاجابة عن تساؤلات الدراسة
90	ثالثا: النتائج العامة

مقدمة

"في زمن تكتب فيه الآلات الأخبار، يبقى السؤال: من يملك الحقيقة؟"

يشهد العالم اليوم طفرة تكنولوجية غير مسبوقة، يتسارع فيها الابتكار بوتيرة هائلة تؤثر في جميع جوانب الحياة الإنسانية، من الهواتف الذكية إلى الحوسبة السحابية، ومن الواقع المعزز إلى البيانات الضخمة، تتغير الطريقة التي نتفاعل بها مع المعلومات والعالم من حولنا بشكل جذري، ومن بين أبرز هذه الابتكارات برز الذكاء الاصطناعي كقوة محركة لإعادة تشكيل قطاعات متعددة، وعلى رأسها قطاع الإعلام والصحافة.

إذ لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد تقنية مساعدة، بل أصبح أداة فعالة في جمع الأخبار، ومعالجة البيانات، والتحقق من صحة المعلومات، بل وفي إنتاج وصياغة المحتوى الصحفي نفسه.

وفي ظل هذا التطور السريع، تطرح العديد من التساؤلات حول مستقبل الصحفي التقليدي: هل سيبقى للعنصر البشري دور في صناعة الإعلام؟ أم أن الذكاء الاصطناعي سيحلّ محله بالكامل؟ وهل يمكن للتكنولوجيا أن تحلّ محلّ الحس الإنساني، والتحليل العميق، والبعد الأخلاقي في تغطية الأخبار؟.

وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة المعنونة بـ "مصير الصحفي في ظل الذكاء

الاصطناعي" والتي سنحاول من خلالها التعرف على مصير الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي، حيث تم تقسيم الدراسة إلى 4 فصول، ركز الفصل الأول على الإطار المفاهيمي والنظرياتي و التي جاء فيها كل من الاشكالية اهمية الدراسة اسباب اختيار موضوع الدراسة، اهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، النظرية المختارة للدراسة واخيرا الدراسات السابقة لهذه الدراسة

اما الفصل الثاني تحت عنوان الإطار النظري للدراسة والذي تم تقسمه هو بدوره الى

جزئين جزء خاص بمتغير العمل الصحفي وجزء خاص بمتغير تقنية الذكاء الاصطناعي



اما الفصل الثالث فهو عبارة عن الإطار المنهجي للدراسة والذي احتوى على (منهج

الدراسة، مجتمع البحث، العينة تعريفها وتحديد لها وعددها، ادوات الدراسة وحدود الدراسة).

واخير الفصل الرابع والخاص بالدراسة الميدانية والذي احتوى على عرض وتحليل نتائج الدراسة

والاجابة على التساؤلات الفرعية من ثم الى استخلاص النتائج العامة.



الفصل الأول

الإطار المفاهيمي

والنظرياتي

خطة الفصل الاول:

تحديد الاشكالية الدراسة

التساؤلات الفرعية للدراسة

اهمية الدراسة

اسباب اختيار موضوع الدراسة

اهداف الدراسة

تحديد مفاهيم الدراسة

المقاربة النظرية للدراسة

الدراسات السابقة

1- تحديد الاشكالية:

منذ نشأة الصحافة كان الصحفيون يعتبرون هم المصدر الرئيسي للمعلومات التي تهم المجتمع، ويديرون الحوار العام حول القضايا المختلفة من خلال تقاريرهم وتحقيقاتهم. الصحفي لا يقتصر على نقل الأخبار فقط، بل هو القادر على تحليلها، تأطيرها، والتأكد من مصداقيتها، وكذلك تأويلها بما يتناسب مع المعايير الأخلاقية. فهو يمثل المرشد والمحلل الذي يتفاعل مع الجمهور ويوجه الرأي العام، في الماضي، كان الصحفي يعتمد على مصادر تقليدية وأدوات بسيطة مثل الورق، الأقلام، المكالمات الهاتفية، والمقابلات المباشرة لجمع الأخبار.

اليوم أصبح بإمكان الصحفيين استخدام التكنولوجيا الحديثة، مثل الهواتف الذكية، الإنترنت، ووسائل الإعلام الاجتماعية، للوصول إلى المعلومات بشكل أسرع وأكثر كفاءة، كما أصبحت الصحافة الرقمية أكثر انتشارًا من الصحافة التقليدية ومن ثم أصبحت وسائل الإعلام الرقمية جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية وفيما كانت الصحافة التقليدية تعتمد على الجهود البشرية والتحقيقات الميدانية، أصبح الذكاء الاصطناعي اليوم أحد العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على طريقة عمل الصحفيين ، كما أحدث الذكاء الاصطناعي (AI) تغييرات جذرية في العديد من المجالات، بما في ذلك الإعلام.

حيث أتاح التقنيات المتقدمة التي تسهم في تحسين الأداء وزيادة الإنتاجية، لكن في الوقت نفسه يثير بعض القضايا والتحديات المتعلقة بالاحتكار، الدقة، والتأثير الاجتماعي .

رغم التحولات التكنولوجية يظل الصحفي هو العنصر الأساسي الذي يضمن أن يبقى الإعلام بعيدًا عن التحيزات الآلية، الصحفي هو المسؤول عن ضمان التوازن في عرض الأخبار، ومراعاة القيم الأخلاقية، مثل النزاهة، الشفافية، والدقة، كما أنه المراقب الذي يمكنه تقييم السياق الاجتماعي والسياسي بشكل لا يستطيع الذكاء الاصطناعي محاكاته.

ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

-ما هو مصير الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي بإذاعة وادي سوف الجهوية ؟

التساؤلات الفرعية:

ومن خلال التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية

- ماهي دوافع استخدام الصحفي على الذكاء الاصطناعي ضمن عمله ؟
- ماهي الاثار الناجمة من الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي؟
- ماهي التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي؟

2- أهمية الدراسة:

ترجع الأهمية والقيمة العلمية للموضوع محل الدراسة في طبيعة المتغيرات المرتبطة بالصحفي والذكاء الاصطناعي، والتي تشكل توليفة قابلة للبحث، كما تكمن أهمية دراستنا أنها تعالج المواضيع المطروحة في الوقت الراهن ألا وهي الذكاء الاصطناعي، بالإضافة الى مصير الصحفي ضمن هذه التقنية، ومحاولة التعرف على ايجابياتها وسلبياتها.

وأیضا تتبع أهمية هذه الدراسة من كون تقنيات الذكاء الاصطناعي خلقت عهدا جديدا في صناعة الإعلام، مما جعل المؤسسات الإعلامية أمام العديد من التحديات سواء على مستوى البنية التحتية وتبني التقنيات في غرف الأخبار وفي كافة مجالات العمل الإعلامي ، أو حتى على مستوى وضوح هذا المفهوم لدى العاملين في الحقل الإعلامي من الصحفيين الذين وجدوا أنفسهم أمام ابتكارات وتقنيات ذكية بدأت في فرض نفسها على واقع الممارسة العملية.

وتأتي الدراسة استجابة الى حاجة المكتبة الإعلامية للكلية والجامعة لدراسات وبحوث تتناول التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، وما يمكن ان تضيفه من رصيد علمي للمكتبة الإعلامية.

3- اسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع من أهم المراحل البحث العلمي فهي خطوة هامة لإنجاز البحث، ويمكن حصر اهم هذي الأسباب لاختيار موضوع دراستنا كالآتي:

أ- الأسباب الذاتية :

1-الميل الشخصية للباحثتان لمثل هكذا مواضيع .

2-ارتباط موضوع الدراسة بتخصص الاعلام .

3-حادثة الموضوع .

ب- الأسباب الموضوعية:

1-التدريب على تقنيات البحث العلمي.

2-نقص البحوث التي تناولت موضوع مصير الصحفيين في ظل الذكاء الاصطناعي.

3-التعرف بقدر الإمكان على العلاقة بين الصحفيين وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بصورة موضوعية.

4-قلة الدراسات الإعلامية التي أجريت في هذا المجال، خاصة ان معظم الدراسات أجنبية وتم تطبيقها في دول غربية، ولم يجد مجال تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اهتماما كبيرا من علماء الإعلام والاتصال لإجراء دراسات علمية على هذا الموضوع .

4- اهداف الدراسة :

يتبلور الهدف الرئيسي والأساسي للدراسة في الكشف عن مصير الصحفيين في ظل الذكاء الاصطناعي ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية والتي تتمثل في ما يلي :

1-التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على عمل الصحفيين.

2-رصد وتقييم أداء التطور التقني لمهنة الصحافة بان يكون تهديدا لها أم فرصة لتعزيزها .

1- التعرف على إمكانية حلول تقنية الذكاء الاصطناعي محل الصحفي ام بقاءه مجرد أداة مساعدة.

تحديد مفاهيم الدراسة

• تعريف المصير

لغة: مآل الأمر وعاقبته، يُقال: كان ذلك مصيره، أي مآله¹

اصطلاحاً: هو نهاية الشيء أو الغاية التي يصل إليها الإنسان أو الكائن، سواء كانت حتمية أو ناتجة عن اختيارات حرة. ويستعمل المصطلح في الفلسفة للدلالة على تصور غائي لحياة الإنسان، مرتبط بفكرة القدر أو الحتمية أو الحرية.²

اجرائياً: هو ما يتوقعه الفرد بشأن مآل حياته أو مستقبله بناءً على ظروفه الحالية وخياراته الشخصية.

تعريف الصحفي

لغة: هو من يعمل بالصحف يعني الوراق، "الجورنال" وهي نقلاً عن التسمية الغربية للدلالة على الصحف اليومية، ثم ارتأى رشيد الدحاح إطلاق تسمية "صحيفة" إلا أن نظير الدحاح اللغوي اعتمد لقطة "جريدة" بمعنى الصحف المكتوبة³

اصطلاحاً: هو الشخص الذي يزاول مهنته الرئيسية وبصورة منظمة ومؤدي عنها في واحدة أو أكثر من النشرات أو الجرائد اليومية والدورية الصادرة أو في إحدى أو أكثر من هيئات الإذاعة و التلفزة، كما تقوم مهنته على التتقيب عن الاخبار أو استخدامها أو تحرير أو التعليق عليها، أما عبر الكتابة أو الوسائل السمعية البصرية أو الفوتوغرافية أو بالرسم اليدوي أو الكاريكاتوير.⁴

¹ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة للنشر والتوزيع بالقاهرة، 2000، ط 4، ص. 587.

² الموسوعة الفلسفية العربية، إشراف الدكتور عبد الرحمن بدوي، الجزء الثاني، معهد الإنماء العربي - بيروت، 2003.

³ د- السعيد مزروع، الباحثة فاطمة الزهراء زيدان، " ماهية الصحافة المتخصصة والصحافة الرياضية، مجلة علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي جامعة محمد خيضر-بسكرة- ص1

⁴ د.سالم محمد معوض- الصحافة الاعلامية وتقنياتها الاتصالية- دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان 2019، ص127

اجرائيا: هو ذلك الشخص الذي يزاول مهنة الصحفي من خلال جمع المعلومات والاخبار وتقديمها للجمهور والذي يمتلك مميزات خاصة.

• تعريف الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي يتكون من كلمتين

لغة: في اللغة العربية، يُقصد به الفطنة وسرعة الفهم والإدراك. جاء في لسان العرب لابن منظور: "الذكاء هو تمام الفطنة ورجاحة العقل وسرعة الفهم"⁵.

اصطلاحا: هو القدرة على استنباط افكار أخرى مناسبة إذا ما تطلب للشخص حل مشكلة تحتاج إلى أعمال الذهن⁶.

• الذكاء الاصطناعي

هو عملية محاكاة الذكاء البشري عبر أنظمة الكمبيوتر، فهي محاولة لتقليد سلوك البشر ونمط تفكيرهم وطريقة اتخاذ قراراتهم، وتتم من خل دراسة سلوك البشر عبر إجراء تجارب على تصرفاتهم ووضعهم في مواقف معينة ومراقبة ردود أفعالهم ونمط تفكيرهم وتعاملهم مع هذه المواقف، ومن ثم محاولة محاكاة طريقة التفكير البشرية عبر أنظمة كمبيوتر معقدة⁷.

• **اجرائيا:** هو عبارة عن عمل يتم من خلال الكمبيوتر وذلك بتقليد الفرد في جميع سلوكياته وافكاره

5- المقاربة النظرية المختارة:

• نظرية الاستخدامات و الاشباكات :

⁵ الامام العلامة ابن منظور، لسان العرب، دار احياء التراث العربي، بيروت-لبنان، ط3، الجزء 14، 1999، ص 230

⁶ موسوعة علم النفس للتربية والتعليم، الشاملة، دار المشرق، لبنان والدول العربية، الجزء الرابع، ص179

⁷ ايهاب خليفة، الذكاء الاصطناعي: تأثيرات تزايد دور التقنيات الذكية في الحياة اليومية للبشر، اتجاهات الاحداث،

المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، العدد 20، أبوظبي، مارس - أبريل 2017، ص62

- مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات : يعني مدخل أو نظرية الاستخدامات و الاشباعات تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية ، و تهتم هذه إلى دراسة بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ، و خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين ادى ادراك تاثير عواقب الفروق الفردية ، و التباين الاجتماعي على السلوك المرتبط لوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير و وسائل الإعلام⁸ .

- أصول و نشأة النظرية : يرجع اهتمام بالاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من ان هذه البحوث اهتمت بالاصل بالتاثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام ، و من المنظور التاريخي نجد ان بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات اخرى منذ بداية الابعينيات و في مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الاعلام لشكا اكثر من تركيزها على اختلاف اشباعات الفرد كما يقول عالم الاعلام و الاتصال الجماهيري "كانتر"

و من هذا المنطلق نجد ان لدايات البحوث الاولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو و الصحف حيث افترضت عالمة الاتصال " هيرتا - هيرتزوج " وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات و هي :

. تنافسية

. تربوية

. التقدير الذاتي

. رياضية

. اشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو و هي التحرر العاطفي ، التفكير المبني على الرغبة، النصح .

⁸ . محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، 2010 م ، ص 297 .

من ناحية ثانية استنتج الباحث " ستثمان " دوافع الاهتمام بالاستماعي الموسيقي الجادة و الراديو ، و لازيسفيلد و وولف فيسك عن تطور الطفل بالفكاهة بينما لاحظ بيرلسون استخدامات عديدة للصحيفة من اجل الاخبار و تفسير الشؤون العامة و كاداة من ادوات الحياة ، الراحة ، الاعتبار و الاتصال الاجتماعي .

و من الجدير بالذكر ان هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الابحاث التي قام لها كل من " هيرتا - هيرزج " عام 1944 م و التي هدفت للكشف عن اشباعات الجمهور و الراي و توصلت الى ضرورة اشباع الحاجات العاطفية ، و خلال عام 1945 م فقد تمكن العالم بيرلسون من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة اسبوعين بسبب اضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افقده بسبب غياب هذه الصحف ، و توصل الى انها تقوم بادوار مهمة للجمهور في نقل الاخبار و المعلومات و الهروب من الواقع اليومي ، هذا و قد كان لهذه النظرية اول ظهور على يد اليهوكاتنر و ليمر في كتابيهما استخدام وسائل الاعلام و الاتصال الجماهيري حيث تناولت مواضيع الكتاب حول وظائف وسائل الاعلام من جهة اخرى و دوافع استخدام الفرد من جهة اخرى .

هذا و قد اعتبر اشهر علماء الاتصال و الاعلام امثال لازرفيلد و ريفير و ويلبر انها شكلت نقلة نوعية في دراسات وسائل الاعلام و بالمقابل اعتبروا انها غير مصممة لدراسة اشباع وسائل الاعلام للفرد بقدر ما هي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية و استخدام وسائل الاعلام و الاتصال، و مع تزايد الاهتمام بالاشباعات التي تزود بها وسائل الاعلام جمهورها⁹.

- المنطلقات والاطر النظرية نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

انطلقت فلسفة هذه النظرية من توقعات الجمهور و تطلعاته واستخداماته، فهي نظرية جديدة و مختلفة في حقل الابحاث الاعلامية و نظريات الاعلام كما انها نظرية ديمقراطية

⁹ . بسام عبد الرحمن المشاقبة ، نظريات الاعلام ، ط1 ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2011 م ، ص

تتظر الى الاعلام من وجهة نظر المتلقي و ليس من وجهة نظر القائم بالاعلام او بالاتصال او بالسلطة¹⁰.

فالجمهور وفق هذه النظرية اساس عملية الاتصال اذ يقوم المتلقي لاستمرار لاختيار الرسائل الاعلامية من بين فيض الرسائل الكثيرة التي يريد هو نفسه ان يتلقاها ، و يشكل التعرض لوسائل الاعلام جانبا من بدائل وظيفية لاشباع الحاجات التي يمكن مقارنتها للوهلة الاولى بوظيفة قضاء وقت الفراغ لدى الانسان ، و يفترض هذا المدخل ان اشباع الحاجات يتم من خلال التعرض لوسيلة اعلامية محددة ، و ليس من خلال التعرض لاي وسيلة اعلامية لالاضافة الى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة .

بصفة عامة فان مدخل الاستخدامات و الاشباعات يسعى الى الاجابة عن تساؤل مهم يتعلق باسباب اختيار الجمهور لمتابعة وسيلة اتصال معينة .

باختصار تؤكد هذه النظرية فاعلية الجمهور المتلقي اذ انه دائم التقرير لما يريد ان ياخذه من الاعلام بدل السماح للاعلام بتوجيهه للوجهة التي يريدها، فالجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الاعلام ليلبي حاجاته و يحصل على ما يحتاج اليه¹¹.

- ويمكن تلخيص اهم مقومات هذه النظرية في :

1 . تقوم هذه النظرية على مفهوم المستخدم النشط ، اي تبادل الادوار بين القائمين بالعملية الاتصالية ، وفق درجة من السيطرة و التحكم .

2 . كما ان التفاعلية هي نتيجة منطقية للاهتمام المتزايد لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة ، و في مقدمتها الانترنت ، و هذه التفاعلية متعددة الابعاد كتعدد فرص المشاركة ، الاختيارات المتاحة امام الجمهور ، حجم الجهود المبذول من طرف المشارك في العملية الاتصالية ، من اجل الحصول على المعلومات ، و تشير التفاعلية الى دور الوسيلة في تفعيل و تشجيع التفاعل الشخصي بين قطاعات جماهيرية جديدة .

¹⁰ . بسام عبد الرحمن المشاقبة، نفس المرجع ، ص 79 .

¹¹ . محمد علي ابو العلا ، فن الاتصال الجماهيري بين النظرية و التطبيق ، ط1 ، دار العلم و الايمان للنشر و التوزيع ،

دمشق ، سوريا ، 2013 م ، ص 83 ، 84 .

3 . اما المفهوم الثاني المرتبط بوسائل الاتصال الجديدة هو الجمهور المجزا ، اي امكانية اصال القائم بالاتصال بالرسالة الى جماهير عدة .

4 . و يشير مفهوم اللاتزامنية الى امكانية ارسال و استقبال الرسالة عبر الوسيلة الاتصالية ، في الوقت الذي يتناسب و ظروف طرفي العملية الاتصالية ¹² .

نقاش:

يهتم مدخل الاستخدامات والاشباعات بتحليل وتفسير مصير الصحفيين في ظل الذكاء الاصطناعي ، ذلك حسب رغبة الصحفي في التطوير من أدائه و تحسين جودة المحتوى المقدم ، لكي لا يشعر المتلقي بالتكرار والملل من نفس المحتوى المعروض ، لكن هذا قد يسبب بنقص المجهود الشخصي لدى الصحفي والذي يصبح فيه غير قادر على الاستغناء على هاته التطبيقات منها Gemini google، chat gpt والتي أصبحت أيضا تستخدم لانتاج الاخبار ، التحليل السياسي و الصحفي ، التحقق من المعلومات او حتى كتابة مقالات كاملة وهذا يمكن اعتبار الذكاء الاصطناعي "وسيلة إعلامية جديدة" تنافس الصحفي البشري .

- ويمكن القول ان مدخل الاستخدامات و الاشباعات من انسب المداخل لدراسة موضوع الدراسة حيث يساهم في التعرف على مدى استخدام الصحفيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال انتاج المحتوى .

- الجمهور الآن يريد محتوى يشبع حاجاته بشكل أسرع وأكثر تخصيصا ، وهذا يفرض على الصحفي استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

- الصحفي الذي لا يطور أدواته أو لا يستفيد من الذكاء الاصطناعي سيجد نفسه خارج دائرة "إشباع" حاجات الجمهور .

فيعتبر هذا المدخل على ان مصير الصحفي له سلبيات وايجابيات يقوم عليها من بينها

1-السلبيات:

- انخفاض الاعتماد على الصحفيين في تقديم الأخبار السريعة.

¹² . بسيوني ابراهيم حمادة ، دراسات في تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 2008 ،

- تراجع جمهور الصحف والمواقع الإخبارية التقليدية.
- منافسة حقيقية من أدوات الذكاء الاصطناعي التي تُنتج محتوى عالي الجودة تلقائيًا.

2-الإيجابيات:

- الصحفي يمكن أن يُعيد تشكيل دوره ليصبح مفسرا و محققا ليس ناقل وكاتب فقط
- ضمانه لاخلاقيات المهنة والجودة والمصداقية
- الدمج بين الذكاء الاصطناعي والصحافة قد يُنتج ما يُسمى "الصحفي المعزز بالذكاء الاصطناعي"
- نظرية الاستخدامات والإشباعات توضح أن الذكاء الاصطناعي لن يُنهي الصحافة، لكنه سيُغير وظيفتها. على الصحفي أن يفهم جمهور اليوم، الذي لم يعد يكتفي بالخبر، بل يريد ما هو أعمق، أسرع، وأقرب له.

6- الدراسات السابقة :

• الدراسة الأولى:

- جاءت هذه الدراسة " بعنوان مستقبل الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجا). لي الباحثة ا. م. د/ أسماء محمد مصطفى عرام"¹³
- ويتمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة وهو: ما هو مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي؟ ويتفرع منه عدة تساؤلات فرعية وهي:
- ما السيناريوهات المتوقعة مستقبلا من استخدام الروبوتات في الصحافة كبديل عن الصحفي؟
 - هل الصحافة تستبدل الصحفي ويحل محله الروبوت؟

¹³ أسماء محمد مصطفى عرام، مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجا)،مجلة البحوث الإعلامية. العدد58 ، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2021م

- هل ستمتلك الروبوتات الحس الصحفي والفني والإبداعي والابتكار الذي يمتلكه الصحفي؟
 - هل سيلقي الذكاء الاصطناعي بظلاله على طبيعة العمل الصحفي؟
 - ما مدى استعداد المؤسسات الصحفية للتعامل مع الروبوت في كتابة وتحرير وصياغة الاخبار؟
 - ما المعوقات التي تواجه المؤسسات الصحفية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي الحديثة ؟
 - ما مدى تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على الصحفيين ؟
 - ما الأداء المتوقع من استخدامهم تقنية الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟
 - ما الجهد المتوقع من سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- فقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الاستشراقي وعينة من الصحفيين والإعلاميين بلغ قوامها 30 مفردة وهذا من خلال مجموعة من الأدوات التي استخدمتها الباحثة هنا ألا وهي المقابلة المتعمقة والسيناريوهات .
- كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة منها :
- أنه يجب ألا يلحق الروبوت الصحفي أي ضرر بمهنة الصحافة، ويمكن أن يثبت قبل كل شيء أنه فعال جدا بين أتمتة التحرير والتخصيص، ومن المؤكد أن الناشرين توفرون على جميع الأوراق الراجعة للإجابة على مشكلتهم الحالية الرئيسة وهي تحقيق الدخل من المحتوى.
 - كذلك إن غياب الخصائص البشرية في الروبوت الصحفي هي التي تدفع الفرق الصحفية لتعيين موضوعات يمكن أن نصفها بأنها واقعية بالنسبة لكتاب الروبوت و يتعلق الأمر بمقال عن النتائج الرياضية أو نتائج الانتخابات السياسية أو حتى عن وصفات الطبخ، ويتحقق ذلك عادة في الحالات التي يتعلق الأمر فيها بتجميع بسيط للحقائق أو الأرقام كافيًا للإنتاج المعلومات من دون الحاجة إلى تحليل.
 - التعليق على الدراسة:

تمثل هذه الدراسة أهمية كبيرة بالنسبة لدراستنا، حيث نجد تشابه مع أحد المتغيرات ألا وهو " الذكاء الاصطناعي"، وهو ما سنستفيد منه في دراستنا في الجانب النظري، فقد أفادتنا في توفير جهد مكتبي في البحث عن المراجع المتعلقة بمتغير الذكاء الاصطناعي، وهذا ما تشابه مع دراستنا، و قدمت لنا هذه الدراسة استفادة من خلال المعلومات المتحصلة عليها في العديد من العناصر في الجانب النظري.

2. الدراسة الثانية:

جاءت هذه الدراسة بعنوان " استخدام تقنيات الجيل السابع للذكاء الاصطناعي وتأثيرها على أداء الصحفيين المصريين. للباحثة د. عائشة محمود عاطف ابو هدب" ¹⁴

وقد استهدفت الباحثة الإجابة عن هذه التساؤلات للتعرف على التقنيات المستخدمة

في صحافة الجيل السابع ومدى تأثير هذه التقنيات على أداء الصحفيين:

- ما هي التقنيات التي تستخدمها صحافة الجيل السابع؟
 - ما هي الصعوبات التي تواجه الصحفيين عند استخدامهم لهذه التقنيات؟
 - ما هي الايجابيات والسلبيات الخاصة بتقنيات الجيل السابع؟
 - ما هي التحديات التي يمكن ان يواجهها الصحفيين عند استخدامهم لهذه التقنيات؟
 - ما المهام الصحفية التي يمكن ان يستخدم فيها تقنيات الجيل السابع؟
 - ما أهم التطبيقات والأدوات التي يمكن للصحفيين استخدامها في تقنيات الجيل السابع؟
- وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسحي وعينة من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية بلغ قوامها 150 مفردة وذلك باستخدام أداة الاستبيان .

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وأهمها :

¹⁴ عائشة محمود عاطف ابو هدب، استخدام تقنيات الجيل السابع للذكاء الاصطناعي وتأثيرها على أداء الصحفيين

_ وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام تقنيات الجيل السابع وتنوع أدوات توظيف تقنيات الجيل السابع في العمل الصحفي.

_ وكذلك توجد علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام تقنيات الجيل السابع وطبيعة الموضوعات التي يتم فيها توظيف تقنيات الجيل السابع صحفيا .

_ أيضا وجود علاقة ارتباطية بين إدراك عينة الدراسة ب مميزات المحتوى الصحفي لصحافة الجيل وتقييمها جودة النشر الصحفي في ظل تقنيات الجيل السابع.

_ وجود علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام تقنيات الجيل السابع وقبول عينة الدراسة لتوظيف تقنيات الجيل السابع في المؤسسات الصحفية التي تعمل بها (المنفعة المتوقعة - سهولة الاستخدام - مهارات الاستخدام - المخاطر المتوقعة - الثقة - التكاليف المتوقعة).

- التعليق على الدراسة:

بالنسبة لهذه الدراسة فقد تشابهت مع دراستنا كونها سلطت الضوء على كلا المتغيرين ألا وهما " الذكاء الاصطناعي والصحفيين"، كذلك استخدمنا نفس أداء جمع البيانات وهي الاستبيان، وتم توزيعها على نفس العينة في كلتا الدراستين والمتمثلة في الصحفيين العاملين في المؤسسة، وأيضا هذه الدراسة المنهج المتبع المنهج المسحي، ودراستنا على المنهج المسحي.

3- الدراسة الثالثة:

جاءت هذه الدراسة بعنوان "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم - مصراوي - القاهرة 42. للباحث د . فتحي ابراهيم إسماعيل"

ويبرز التساؤل الرئيسي والأساسي لهذه الدراسة في معرفة: " ما هي اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية ويتفرع من هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتمثل في:

-كيف يتم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الالكترونية؟

-ما مدى نجاح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الالكترونية؟
-ما التأثيرات الايجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الالكترونية المصرية؟

-ما التأثيرات السلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الالكترونية المصرية؟

-ما المهارات التي يتطلبها العمل بالصحف والمواقع الالكترونية المستخدمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي؟

-ما مقترحات تعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الالكترونية المصرية؟

-ما هي التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الالكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي باستخدام أسلوب المقارنة المنهجية وأداة استمارته الاستبيان وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهما منها:

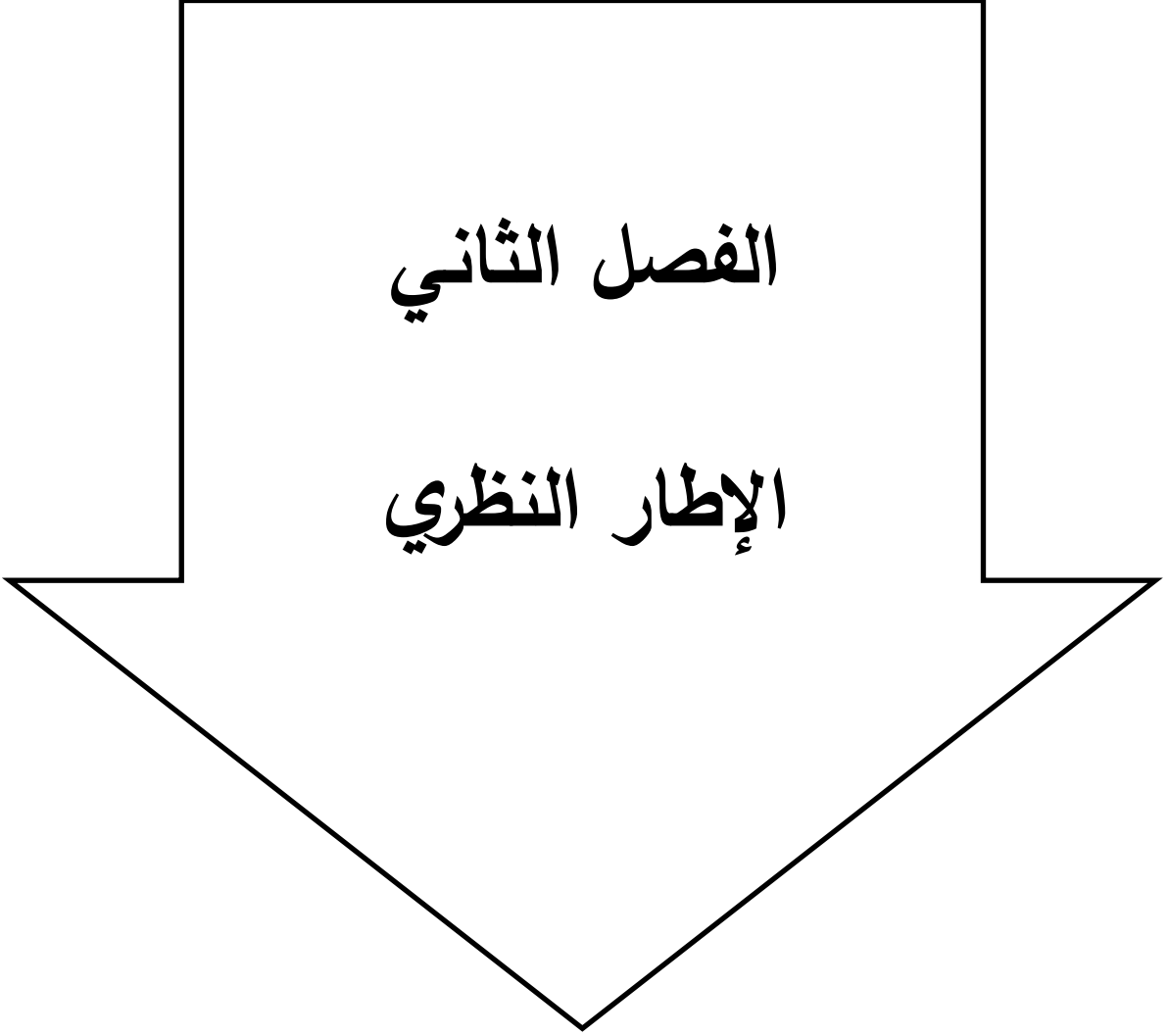
تشير نتائج الدراسة إلى أن 60% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية، وأيضاً تشير نتائج الدراسة إلى أن 22% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف والمواقع الإلكترونية أثر سلبياً وأدى إلى انخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية، وكذلك إلى أن 24% من عينة الدراسة ترى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من الناحية التقنية والتكنولوجية هي تزايد مشكلات قرصنة المعلومات، و إلى أن 27% من عينة الدراسة ترى أن أهم التأثيرات المتوقع حدوثها على الدور الإعلامي للصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي هي توافر الصحفي المتميز ذي المهارات المتعددة ، وتشير نتائج الدراسة الى ان 48 / من عينة الدراسة ترى ان أهم التأثيرات المتوقع حدوثها على

الدور الإعلامي للصحف والمواقع الالكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي هي استخدام كلمات مفتاحيه تساعد المستخدم على سهولة الإبحار في المواقع الالكترونية والاعتماد على مضمون إعلامي متميز على المستويين الكمي والكيفي.

- التعليق على الدراسة:

بالنسبة لهذه الدراسة فقد تشابهت مع دراستنا كونها سلطت الضوء على نفس متغيرات دراستنا وهم (الصحفيين والذكاء الاصطناعي)، وكذلك باستخدام نفس أداة جمع البيانات وهي استمارة الاستبيان ، وأيضا الاعتماد على نفس المنهج المتبع وهو المنهج المسحي.

تم الاستفادة منها من خلال توجيهها لنا في تحديد مفهوم الصحفيين والذكاء الاصطناعي، كذلك توضيح العلاقة بينهما .



الفصل الثاني

الإطار النظري

خطة الفصل الثاني

تمهيد

المبحث الاول: ماهية الصحفي

المطلب الاول: خصائص الصحفي

المطلب الثاني: مسؤوليات الصحفي الناجح

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على مهنة الصحفي

المطلب الرابع: الإمكانيات المتوفرة للصحفي في بيئة الإعلام الجديد

المبحث الثاني: ماهية الذكاء الاصطناعي

المطلب الاول: نشأة الذكاء الاصطناعي

المطلب الثاني: أهمية الذكاء الاصطناعي

المطلب الثالث: سلبيات الذكاء الاصطناعي

المطلب الرابع: تأثير الذكاء الاصطناعي في التحليل الاعلامي و صنع القرار

خلاصة الفصل

تمهيد

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورًا تكنولوجيًا متسارعًا غير ملامح الحياة في مختلف المجالات، إذ أصبحت الثورة الرقمية من أبرز سمات العصر الحديث، ومن بين أبرز تجليات هذا التطور، يبرز الذكاء الاصطناعي كأحدى الركائز التقنية التي أثّرت بعمق في أنماط العمل والإنتاج، بل وأعدت تشكيل طرق التفكير والتفاعل الإنساني مع المعلومات والبيئة المحيطة، فقد بات الذكاء الاصطناعي، بمختلف تطبيقاته، عنصرًا فاعلاً في العديد من المهن، بدءًا من الصناعة والطب، وصولًا إلى التعليم، والبحث العلمي، والإعلام.

وفي هذا السياق، لم تكن مهنة الصحافة بمعزل عن هذا التحول الرقمي، بل كانت من بين القطاعات التي استفادت بشكل كبير من الإمكانيات الهائلة التي يتيحها الذكاء الاصطناعي. فقد ساهم هذا الأخير في إحداث تغييرات جوهرية في طريقة جمع المعلومات، ومعالجتها، ونشرها، فضلًا عن دوره في تسهيل المهام الصحفية وتسريعها، بما في ذلك التحرير، والتدقيق، وتحليل البيانات، والتفاعل مع الجمهور، وإذ يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي اليوم كأداة مساعدة ذات فعالية عالية، فإنه في المقابل يطرح تحديات جديدة، سواء على مستوى الممارسة المهنية أو القيم الأخلاقية التي يقوم عليها العمل الصحفي.

لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد خيار أو رفاهية تقنية في مجال الصحافة، بل أضحت واقعًا لا يمكن تجاهله، وضرورة حتمية لمواكبة تطورات العصر، مما يدفع إلى التساؤل عن مآلات هذه العلاقة المتنامية بين الصحافة والتكنولوجيا، وعن الحدود الفاصلة بين الإبداع الإنساني والمساهمة الآلية.

حيث سنتطرق في هذا الفصل إلى العناصر التالية :

المبحث الاول: ماهية الصحفي

المطلب الاول: خصائص الصحفي الناجح

أكد العديد من الباحثين الإعلاميين والصحفيين البارزين على أهمية العنصر البشري في إنجاح الصحيفة التي ينتمي إليها، وقد وضع بعضهم شروطاً يتوجب توافرها في الصحفيين وصولاً لهذه الغاية وأهمها ما أورده هيلي وارد وهي: الدقة والسرعة والقدرة على الملاحظة والمسايرة، واحترام القانون

والتواضع واحترام الأسرار المؤمنة لدى المصادر الخاصة، وتقدير النتائج التي تؤول إليها القصة الصحفية من جهة تأثيراتها على مختلف الأشخاص من سياسيين وأناس عاديين، والقدرة على التعامل مع الناس كمصادر إخبارية وكأصدقاء، كل ذلك في إطار من الحس الإنساني والحرص على المحبة.

وتختلف الخصائص التي يتميز بها الصحفي في بعض الأحيان من بلد إلى آخر، وحسب خصوصية كل دولة وثقافتها ونظامها السياسي، وإذا أردنا أن نلخص أهم الخصائص التي يستحسن أن تتوفر في الصحفي، ويتميز بها عن بقية المهن فيمكن ذكر ما يلي:

1. المعرفة: فيجب على الصحفي أن تكون معرفته معرفة شاملة وجامعة، خاصة للموضوع أو الملف أو التخصص الذي يتبعه الصحفي، وتحقيق المعرفة يكون من خلال المطالعة للكتب والمجلات والجرائد، والبحث في الإنترنت، والاستفادة من تجارب الآخرين والاحتكاك بزملاء المهنة والاستماع إليهم وإلى تجاربهم، مع إتقان اللغة و التنوع فيها إلى لغات عدة قدر المستطاع.

2. الإخلاص: إن سر نجاح الكثير من الصحفيين هو إخلاصهم للعمل الذي يؤدونه، والتاريخ يبين أن هم الذين أخلصوا أفكارهم بقوا أحياء خلاصهم التاريخ في سجله بأحرف من ذهب.

3. الدقة: وتعني الدقة أن كل عبارة في القصة الخبرية أو التقرير الخبري، وكذا كل اسم أو تاريخ أو اقتباس لا بد أن تكون صحيحة ومن كلام المصدر، فضلاً عن تقديم عبارات الخبر واضحة لا لبس فيها والدقة لا تعني فقط صحة التفاصيل، ولكن صحة الانطباع العام كذلك والذي يتحقق بوضع التفاصيل كلها معاً، والدقة عامل مكمل لصدق الخبر، فقد يكون الخبر

صحيحاً ولكن لا تراعي فيه الدقة في نشره بالطريقة التي تحفظ عليه صحته، ويكون من نتيجة ذلك بطبيعة الحال إما سوء الفهم أو فقدان الخبر قيمته عند النشر.

4.الصدق: إن الحياة المهنية للصحفي مرتبطة بصدقه، فالصحفي الذي يكتب ويذيع أخباراً كاذبة ولا يتأكد منها يصبح مع مرور الوقت غير أهل الثقة وينفر منه القراء والمشاهدون، فالصدق يعتبر من أهم معايير وقيم الممارسة الصحفية والأساس الذي يبني عليه منتج المادة الصحفية، ولا يقتصر صدق الصحفي مع الآخرين من مصادر وجمهور بل يمتد ليشمل صدق الصحفي مع نفسه.

5.السرعة في الاتصال: تمكن سرعة الصحفي في التغطية الشاملة للأحداث والوقائع من الفوز بالسبق الصحفي Scoop أو Exclusivité، والذي يعني الحدث الهام الذي تنشره الوسيلة الإعلامية قبل بقية الوسائل الإعلامية الأخرى.

6.أدوات العمل: من الضروري على الصحفي أن تكون معه مسجلة وأشرطة إضافية وأقلام وأوراق مع البطاقة المهنية وتكليف بمهمة.

7.قوة الاقتراح: الصحفي الناجح لا يكتفي بتوجيهات رئيس التحرير أو رئيس القسم، بل يجب أن يكون قوة اقتراح للموضوعات و أن يكون فطنا و متابعاً للأحداث و يبحث دائماً عن المبادرة.

8.محبة المتلقي (الجمهور): تجري المؤسسات الإعلامية الأجنبية امتحانات نفسية للصحفيين الجدد لمعرفة درجة تعلقهم بالجمهور حتى يتم توظيفهم، فمحبة القراء والمشاهدين جزء من الإخلاص والنجاح في العمل الصحفي.

9.الأسلوب السهل الممتنع: أسلوب الصحفي يجب أن يستطيع التعامل معه الفلاح البسيط والدكتور الأكاديمي، و هذا يكون من خلال اعتماد ما يسمى بأسلوب السهل الممتنع الجامع بين الأسلوب الأدبي و العلمي وبين جماليات اللغة و البيان وقوة الطرح.

10. استقلال الصحفي في أداء عمله: يعد الاستقلال المهني دعامة أساسية من دعائم ممارسة المهنة¹⁵.

المطلب الثاني: مسؤوليات الصحفي وواجباته

أولاً: مسؤوليات الصحفي

يقصد بها تلك الالتزامات والواجبات التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة أساساً في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة، شاملة، دقيقة وواضحة، مع ضرورة الالتزام بالقوانين والضوابط العامة المتعلقة بالمهنة مع احترام أخلاقيات العمل الصحفي، وكذا الالتزام بمواثيق الشرف الصحفي الوطني والإقليمي والعالمي.

كما يجب على الصحفي الحفاظ على مبادئ المجتمع ومقوماته وكذا عدم انتهاك حق من حقوق المواطنين، أو المساس بإحدى حرياتهم، ويضاف إلى تلك الواجبات الالتزام بتنفيذ حقوق (الرد والتصحيح) لذوي الشأن على ما ينشر ويبث نحوهم بوسائل الإعلام المختلفة.

ويؤكل إلى الصحفي أداء المهام والمسؤوليات التالية:

1. الالتزام بأداب وأخلاقيات المهنة:

حيث نصت المادة (92) بأنه يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لأداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته لنشاطه الصحفي، وزيادة على الأحكام الواردة في المادة 02 من القانون العضوي، يجب على الصحفيين على الخصوص:

- احترام شعارات الدولة ورموزها .
- التحلي الدائم بإعداد خبر موضوعي وكامل .
- نقل الوقائع والاحداث بشكل موضوعي وبنزاهة.
- تصحيح كل خبر غير صحيح .

¹⁵ - إسماعيل شكري معمر، تطور مكانة الصحفي في التشريع الإعلامي الجزائري-دراسة وصفية تحليلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، 2017/2018،

- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر .
- الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني .
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية أو العنف أو عدم التسامح.
- الامتناع عن السرقة الادبية والوشاية والقذف .
- الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية .
- الامتناع عن نشر أو بث صور أو اقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن .
- كما يتمتع عن الصحفي انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة وهو ما تنص عليه المادة 169¹⁶

2- الالتزام بالمسؤولية:

ان عدم الالتزام بالقواعد الأخلاقية للممارسات الإعلامية، كما أن عدم الالتزام بضوابط حرية الإعلام، وكذا عد التزام الصحفي بحدود النشر مما يعرضه الى تحمل المسؤولية بنوعيتها المدنية والجنائية.

فالمسؤولية بوجه عام هي المؤاخذة التي يتحملها الشخص نتيجة أفعاله أو أفعال اخرين مسؤول عنهم.

والمسؤولية القانونية هي مخالفة قاعدة قانونية ينشأ عنها ضرر، قد يمس المجتمع أو احد أفراده، ما يتوجب جزاء قد يكون عقوبة تقع على مخالفة قاعدة، او تعويضها يلزم بدفعة، فتنقسم المسؤولية الى :

أ- **مسؤولية مدنية:** وتعني التزام المدين بتعويض الضرر الذي ترتب على اخلاله بالالتزام يقع عليه، فهي التي توجب على الفاعل الذي سبب لغيره ضررا ان يعوضه .

¹⁶ - عجال يونس، حقوق وواجبات الصحفيين منذ 1990 الى 2014-دراسة مسحية لآراء عينة من الصحفيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام،

ب- **مسؤولية جزائية:** تعني تحمل الفرد للتبعات القانونية لجريمته من غرامات وعقوبات سالبة للحريات ، وتقوم المسؤولية الجزائية عند وجود ضرر يصيب المجتمع أو يهدد سلامته.

وان الحديث عن مسؤولية الصحفي، يقودنا الى التطرق عن الاشكال التالية:

- **مسؤولية الصحفي في ظل نظام المسؤولية المبنية على التتابع:** تقوم هذه المسؤولية على فكرة حصر المسؤولين في نظر القانون وترتيبهم على نحو معين، بحيث لا يسأل احد منهم مادام يوجد من قدمه القانون عليه في التدريب التدريجي .

وبالرجوع الى القانون العضوي للإعلام 2012، فقد تطرق الى المسؤولية في الباب الثامن، ونص المادة (115): يتحمل المدير مسؤولية النشرية أو مدير جهاز الصحافة الإلكترونية، وكذا صاحب الكتابة أو الرسم مسؤوليه كل كتابة أو رسم يتم نشرها من طرف نشرية دورية أو صحافة الكترونية، ويتحمل مدير خدمة الاتصال السمعي البصري أو عبر الانترنت وصاحب الخبر الذي يتم بثه المسؤولية عن الخبر السمعي أو البصري المبت من قبل خدمة الاتصال السمعي البصري أو عبر الإنترنت أو الصحف.

- **مسؤولية الصحفي في ظل نظام المسؤولية المبنية على التضامن:** تقوم هذه النظرية على أساس تحميل المدير أو المحرر المسؤول أو الناشر المسؤولية الجزائية عن الجريمة بصفة دائمة بوصفه فاعلا أصليا لها، استنادا إلى أنها لا تقع الا بالنشر الذي يباشره أي منهما، بينما لا يتحمل الصحفي المسؤولية الا كشريك، فيتضامن كل فريق العمل في تحمل المسؤولية.

3- الالتزام بحق الرد والتصحيح (الرد والتصويب):

لقد عالج القانون العضوي للإعلام 12-05 حق الرد والتصحيح الذي يعتبر واجب في الباب السابع في المواد 100 الى 114، حيث نصت المادة 101 بأنه "يحق لكل شخص يرى أنه تعرض لاتهامات كاذبة من شأنها المساس بشرفه أو سمعته أن يستعمل حقه في الرد"، وجاء في المادة 104 "بأنه يجب على المدير مسؤول النشرية إدراج الرد او التصحيح المرسل إليه في العدد المقبل للدورية مجانا وحسب الأشكال نفسها¹⁷

ثانيا: واجبات الصحفي

¹⁷ - عجال يونس، مرجع سابق، ص 184

- 1- التحري عن الحقيقة والدقة: يجب على التأكد من صحة المعلومات وعدم الاعتماد على الشائعات أو المصادر غير الموثوقة.
- 2- الحياد والموضوعية: تقديم الاخبار بموضوعية دون التحيز أو التأثير بمصالح الشخصية أو السياسية.
- 3- احترام الحياة الخاصة: الامتناع عن نشر تفاصيل تمس خصوصية الأفراد إلا إذا كانت تخدم مصلحة عامة وواضحة.
- 4- الشفافية والمصادقية: توضيح مصادر المعلومات قدر الإمكان، والابتعاد عن تظليل الجمهور.
- 5- الالتزام بالقوانين والأخلاقيات: احترام القانون الجزائري المنظم للعمل الصحفي، والالتزام بميثاق أخلاقيات المهنة.
- 6- تصحيح الأخطاء: من واجب الصحفي الاعتراف بالأخطاء وتقديم التصحيح بسرعة ووضوح.
- 7- الدفاع عن حرية التعبير: الوقوف مع حرية الإعلام والدفاع عنها كجزء من مسؤولياته كمثقف ومهني¹⁸.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على مهنة الصحفي

تؤثر على الصحفي مجموعة من العوامل قسمها الباحثون الذين اهتموا بدراسات المرسل إلى أربعة عوامل هي:

أولاً: عوامل متعلقة بالمجتمع وتقاليده:

يؤثر النظام الاجتماعي على الصحفي حيث يقع على عاتق الصحفي مراعاة قيم وتقاليده مجتمعه والحفاظ عليها في هذا الصدد يشير وارين بريد: "أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم الصحفي تغطية كاملة للأحداث التي تقع حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصي أو أنه عمل

¹⁸ بدون م، مجلة الصحفي الجزائري، المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، العدد 15، 2021، ص 22.

سلبي، ولكن الصحفي يغفل أحيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية".

ثانيا: عوامل متعلقة بطبيعة المهنة الصحفي: تنقسم هذه العوامل إلى:

1. السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية:

لا يمكن للصحفيين أن يكتبوا عن أي شيء يريدونه لأن المؤسسات الصحفية لديها سياسة تحريرية يجب أن يلتزموا بها فهي تحتم عليهم انتهاج فكر مهني معين.

فهذه السياسة التحريرية هي انعكاس لرؤية المالك، المحررين، توجهات النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة على المضمون الصحفي وتوجهاته وطرق تقديمه بما يؤدي إلى تحقيق أهداف المالك، المؤسسة الصحفية، أهداف المجتمع، في إطار عملية التأثير والتأثر المتبادلة بين المجتمع بنظمه ومكوناته وبين وسائل الإعلام.¹⁹

2. مصادر الأخبار:

تشكل العلاقة القائمة بين الصحفي والمصدر عاملا مهما في توجيه الأخبار، فهذه العلاقة تقوم على أساس بين طرفين متناقضين، أحدهما وهو المصدر صاحب القرار أو المعلومة، يريد الاحتفاظ أحيانا بسرية المعلومات وتوصيلها للناس بشكل معين، والطرف الثاني وهو الصحفي يريد الوصول إلى الحقيقة، كل الحقيقة وأن ينشرها كما هي، ومع هذا التناقض يجد الصحفي نفسه في وضع محير، فالنصيحة التي يتلقاها عندما يبدأ حياته المهنية هي أن يكون على علاقة وطيدة بمصادر الأخبار .

لأن الصحفي ما هو إلا مجموعة مصادر فإذا فقد مصادره تجمد مهنيا، وفي الوقت نفسه نجد أن الاقتراب الشديد من المصدر يتلقاها عندما يبدأ حياته المهنية ومحاولة إيجاد علاقة

¹⁹ - خيرة خديم، محمد بركان، الصحفي المحترف في عصر الاعلام الجديد -دراسة في الإمكانيات التجاوزات والتهديدات-

مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد: 13، عدد: 02، ديسمبر: 2018، ص 120

وثيقة للحصول على المعلومة والخبر تجعله يفقد قدرا كبيرا من الحيادية المطلوبة في الصحفي²⁰.

لذلك يجب أن تقوم علاقة الصحفي بمصادره على المهنية والاحترام.

3. علاقات العمل وضغوطه:

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي²¹.

ثالثا: عوامل متعلقة بالجمهور:

يؤثر الجمهور على الصحفي وعلى ممارسته المهنية لذا يجب أن تكون طبيعة الجمهور الذي يتوجه إليه في مقدمة الأمور التي يفكر بها وتكون دليل عمله، وعلى الرغم "أن الملايين قد تسمع أو تشاهد فإن المتلقين قد يكونون أفرادا أو مجاميع صغيرة كعائلة في غرفة المعيشة أو مجموعة مراقبين في ساحة المدرسة أو بعض طلاب كلية مجتمعين في غرفة من غرف القسم الداخلي للطلاب، وقد يكون المتلقي شخصا في حافلة أو في طريق خارجي أو شخص وحيدا في غرفة نومه أو في سيارته، ويكون جمهور الانترنت أكثر انفرادية. لذا على الصحفي أن يأخذ في الاعتبار بأنه يكتب في آن واحد لمجموعة صغيرة من الناس يشتركون في أشياء كثيرة والمجموعة كبيرة من الناس لا يشتركون في شيء²².

رابعا: عوامل متعلقة بالتكنولوجيا

²⁰ - بوبكر بوعزيز، مصادر الخبر الصحفي: من وكالة الأنباء إلى الفيس بوك، جامعة الجلفة، مجلة آفاق للعلوم، د/م، العدد

السابع، مارس: 2017، ص 166

²¹ - ياسين قرناني، سحر أم الرتم، الصحفي بين واجب الخدمة العمومية والضغوطات المهنية، جامعة محمد لمين دباغين

سطيف 2، مجلة الرواق، د/م، العدد الرابع، ديسمبر: 2016، ص 26

²² - هिला يريدي روبرت، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الاعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، مراجعة: أحمد نوري،

دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية، ط: 01، 2014، ص 19

• **التحول الرقمي:** أصبحت الصحافة تعتمد بشكل كبير على المنصات الرقمية لنشر الأخبار والمحتوى، مما يفرض على الصحفيين التكيف مع أدوات النشر الإلكتروني وإدارة المحتوى عبر الإنترنت .

• **وسائل التواصل الاجتماعي:** تستخدم كوسيلة لنشر الأخبار والتفاعل مع الجمهور، لكنها تفرض أيضا تحديات تتعلق بسرعة النشر والتحقق من المعلومات.

• **أدوات التحقق من المعلومات:** في ظل الانتشار الكبير للأخبار الكاذبة، أصبح من الضروري ان يتقن الصحفي استخدام أدوات وتقنيات التحقق الرقمي.

• **الصحافة المتنقلة:** استخدام الهواتف الذكية في التصوير والتسجيل والنشر، مما يتطلب من الصحفي امتلاك مهارات تقنية عالية.

• **الذكاء الاصطناعي:** بعض المؤسسات الإعلامية بدأت في استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار وتحليل البيانات، وهو ما يغير من دور الصحفي²³.

المطلب الرابع: الإمكانيات المتوفرة للصحفي في بيئة الإعلام الجديد:

إن الإعلام الجديد من النوع الإعلامي الذي بفضل خصائصه الغير مسبوقه والتي من بينها التفاعلية والوسائط المتعددة، و التشاركية، والتنوع اللاتزامنية، واللامهايرية وفرت للصحفي مجموعة من الإمكانيات من شأنها تعزيز مهمته وجعلها أكثر سهولة مما كانت عليه سابقا، ومن هذه الإمكانيات يمكننا ذكر :

1. الإمكانيات التقنية والتكنولوجية:

يأتي على رأس الإمكانيات التقنية الكمبيوتر الذي أصبح جزء أساسي وركيزة مهمة لعمل الصحفي في ظل الإعلام الجديد لأن بفضلله يستطيع الصحفي القيام ب:

- تخزين المعلومات.

- تداول المعلومات ومعالجتها بسرعة.

²³ أمل صادق، التحولات الرقمية وتأثيرها على مهنة الصحافة، مجلة البحوث الإعلامية، العدد42، 2021، ص-ص

-تحميل المعلومات إلى قاعدة بيانات.

-البحث في قاعدة البيانات وتحليلها.

كما يساعد الكمبيوتر الصحفي في الاستغلال الأمثل للأرشيف و يتيح له إمكانية الكشف عن ماضي الموضوعات والأحداث الجديدة بأحداث مشابهة لها في الماضي، ويمكنه من مقارنة الأحداث الجديدة بأحداث مشابهة لها في الماضي، من خلال الحصول على المعلومات والبيانات ومواقع المؤسسات والسجلات والإحصائيات والمنظمات الدولية».

2.مصادر جديدة للأخبار:

وفر الإعلام الجديد للصحفي مجموعة من المصادر التي من شأنها تيسير مهمة الصحفي في بحثه عن المعلومات والبيانات اللازمة لإعداد وانجاز مواده الإعلامية ومن أبرز هذه المصادر نجد محركات البحث على الانترنت المواقع الإلكترونية، بنوك المعلومات الإلكترونية، قواعد البيانات المفتوحة المصدر المدونات الإلكترونية، الموسوعات الإلكترونية شبكات التواصل الاجتماعي، منتجات صحافة المواطن، فكل هذه التجميعية من المصادر تتيح للصحفي:

- السرعة والفورية في النفاذ للمصادر وفي الحصول على المعلومات والبيانات وفي التواصل مع الناس.

- الحصول على ردود فعل وعلى معلومات ذات علاقة بالبعد الإنساني وعلى أفكار لقصص إخبارية.

- النفاذ إلى تنوع واسع من آراء الناس.

- تعزيز العلاقة مع الجمهور وإنشاء جماعة وفية من المتابعين.

- الحصول على معلومات غير خاضعة للرقابة وبطريقة مباشرة.

وما يمكن قوله حول هذه المصادر الجديدة أنها تتطلب مهارة البحث والتحقق من الأخبار ففي عصر الإعلام الجديد الصعوبة ليست في الحصول على المعلومة، بقدر ما تكون في عملية التأكد والتحقق منها.

3. مهن صحفية جديدة:

أدى الإعلام الجديد إلى ظهور أشكال صحفية جديدة أشهرها صحافة البيانات وصحافة الهاتف المحمول وبالتالي توفير فرص جديدة للصحفي في استغلال خصائص الإعلام الجديد لتقديم أنواع إعلامية أكثر عمقا وتفاعلية.

حيث تسمح صحافة البيانات بإعداد قصص خبرية عن طريق معالجة مجموعة كبيرة من البيانات أين يجد الصحفي قصته الخبرية، أو يضيف لها أبعادا جديدة، من بين طيات قواعد البيانات المختلفة، وتضمينها بالرسوم البيانية واستخدام التصوير المرئي المبسط للبيانات والتصوير المرئي التفاعلي ومجالات أخرى أكثر حركة مثل التصوير المحاكي للمحتوى. كما تمكن التحديثات الأخيرة على تطبيقات الهاتف المحمول من استعمالات غير متناهية، إذ بإمكان الصحفي والمصور الصحفي أو التقني التصوير والتركيب وإضافة النص والموسيقى وتصحيح الألوان، وحتى أن جودة التقارير المنتجة ومقاطع الفيديو المركبة بالهاتف تضاهي جودة انتاجات أخرى تتطلب استعمال كاميرا وحاسوب.

4. التدريب الإعلامي الإلكتروني:

دفع الإعلام الجديد العاملين في مجال الإعلام إلى "رفع مستوى المهنية في العمل الإعلامي لوسائل الإعلام كافة، لأن هذه المهنية هي الأداة الوحيدة القادرة على مساعدة الإعلاميين في استقطاب المتلقين وزيادة تفاعلهم مع الأداء الإعلامي لهذه الوسائل، وذلك لا يكون إلا من خلال التدريب الإعلامي"

فبفضل الإعلام الجديد أصبح التدريب الإعلامي متاح للصحفي بفضل منصات التدريب الإلكترونية التي تمكنه من صقل كفاءته في مختلف المجالات من خلال بيئة تدريب تفاعلية باستخدام الوسائط المتعددة وذلك في أقصر وقت، وبأقل جهد ممكن.²⁴

المبحث الثاني: ماهية الذكاء الاصطناعي

المطلب الأول: نشأة الذكاء الاصطناعي

²⁴ - خيرة خديم، محمد بركان، مرجع سابق، ص 123-125-126

يعود تاريخ نشأة الذكاء الاصطناعي إلى الخمسينات من القرن الماضي، حيث كانت هناك مجموعة من العلماء والمهندسين الذين عملوا على تطوير النظم الحاسوبية التي تستطيع تحقيق الذكاء الصناعي. ومن بين هؤلاء العلماء الشهيرين جون مكارثر ومارفين مينسكي وألان نيويوكلايتون لويس وغيرهم. ويشير (Russell، 2010) في كتابه (Artificial intelligence a modern approach)، أنه في عام 1956 عقدت مؤتمر في دارتموث في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تم تأسيس مصطلح "الذكاء الاصطناعي" وتم تحديد مجالات الأبحاث التي يمكن أن يستخدم فيها الذكاء الاصطناعي، ومنذ ذلك الوقت، شهدت التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي تطوراً كبيراً وتوسعا في الاستخدامات والتطبيقات، وأصبح الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً حيوياً في العديد من المجالات مثل التجارة الإلكترونية والرعاية الصحية والتصنيع وغيرها.

ويمكن توسيع الحديث حول نشأة الذكاء الاصطناعي عن طريق الإشارة إلى بعض الأحداث الرئيسية التي ساهمت في تطوره، وهي على النحو التالي: (Russell, 2010)

- في الستينات من القرن الماضي، تم تطوير الخوارزميات اللازمة لبناء نظم الذكاء الاصطناعي، مثل خوارزمية شجرة القرار وخوارزمية إعادة الصياغة وغيرها.
- في السبعينات، تم تطوير النظم الخبيرة Systems Expert، وهي نظم تستند إلى قواعد المعرفة والتي تهدف إلى تطوير نظم يمكنها اتخاذ القرارات بشكل مستقل.
- في الثمانينات، تم تطوير تقنيات التعلم الآلي وشبكات العصب الاصطناعي وذلك لتحسين قدرة النظم الحاسوبية على تعلم الأنماط والعلاقات في البيانات .

في السنوات الأخيرة، تم تطوير تقنيات تعلم العمق Deep Learning والتي تعتمد على استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية لتحسين قدرة النظم الحاسوبية على فهم الصور والصوتيات والنصوص بشكل أفضل. لذلك يمكننا القول أن نشأة الذكاء الاصطناعي كانت

متعددة الأبعاد ومتشعبة، وهو ما أدى إلى تطوره المتسارع في السنوات الأخيرة واستخداماته المتعددة في العديد من المجالات²⁵

المطلب الثاني: أهمية الذكاء الاصطناعي

بإختصار شديد إن أهمية الذكاء الاصطناعي أكبر من أن تحصى في نقاط سريعة ولكن يمكن الإشارة الى بعض جوانبها ومنها :

• من المتوقع ان يسهم الذكاء الاصطناعي في المحافظة على الخبرات البشرية المتراكمة بنقلها للآلات الذكية .

• بسبب الذكاء الاصطناعي سيتمكن الانسان من استخدام اللغة الانسانية في التعامل مع الآلات عوضا عن لغات البرمجة الحاسوبية مما يجعل الآلات واستخدامها في تناول كل شرائح المجتمع حتى من ذوي الاحتياجات الخاصة بعد ان كان التعامل مع الآلات المتقدمة حكرا على المختصين وذوي الخبرات .

• سيلعب الذكاء الاصطناعي دوراً مهماً في الكثير من الميادين الحساسة كالمساعدة في تشخيص الامراض ووصف الادوية، والاستشارات القانونية والمهنية، والتعليم التفاعلي، والمجالات الامنية والعسكرية .

• ستسهم الانظمة الذكية في المجالات التي يصنع فيها القرار. فهذه الانظمة تتمتع بالاستقلالية والدقة والموضوعية وبالتالي تكون قراراتها بعيدة عن الخطأ والانحياز والعنصرية أو الاحكام المسبقة أو حتى التدخلات الخارجية أو الشخصية .

• ستخفف الآلات الذكية عن الانسان الكثير من المخاطر و الضغوطات النفسية وتجعله يركز على اشياء اكثر اهمية واكثر إنسانية ويكون ذلك بتوظيف هذه الآلات للقيام بالاعمال الشاقة والخطرة واستكشاف الاماكن المجهولة والمشاركة في عمليات الانقاذ اثناء الكوارث الطبيعية كما سيكون لهذه الآلات دور فعال في الميادين التي تتضمن تفاصيل كثيرة تتسم بالتعقيد، والتي

²⁵ يحي محمد ربيع أزيبي، باحث ماجستير - دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات الصحية دراسة حالة مستشفيات صحه جازان The role of intelligence in health services A case study of Jazan Health Hospital ص35-36-37،

مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، مجلد 4 عدد 8 يناير 2024

تحتاج الى تركيز عقلي متعب وحضور ذهني متواصل وقرارات حساسة وسريعة لا تحتل التأخير والخطأ ، فأهمية الذكاء الاصطناعي تشمل العديد من الجوانب وفعلا ليس من السهل حصرها، وعلينا الاعتراف بأن الذكاء الاصطناعي قد يكون اكثر قدرة حتى على البحوث العلمية، وقد يتسلم عجلة القيادة للوصول الى المزيد من الاكتشافات، وبالتالي سيكون عاملا مهما في زيادة تسارع النمو والتطور في الميادين العلمية كافة²⁶.

المطلب الثالث: سلبيات الذكاء الاصطناعي

على الرغم من ان للذكاء الاصطناعي تأثيرا ايجابيا كبيرا على حياة البشر في زيادة الفعالية والراحة في حياتنا اليومية، الا ان له ايضا بعض السلبيات المتوقعة، من ابرزها:

1-فقدان الوظائف:

تسببت أنظمة الذكاء الاصطناعي في انتفاء الحاجة للعنصر البشري في كثير من الوظائف وحل مكانة عميل ذكاء اصطناعي يقوم بنفس المهام التي يقوم البشر، وبكفاءة وفعالية أعلى وتكلفة اقل بكثير ودون كلل او ملل.

مما يجعل الاستغناء عن الموظف حلا مناسباً للشركات التي تطمح الى مواكبة التطور بتكلفة اقل.

2- زيادة الفارق في الدخل بين طبقات المجتمع:

نتيجة فقد كثيرين لوظائفهم سينخفض معدل دخل بعض طبقات المجتمع، بالمقابل سترتفع انتاجية الشركات والأرباح وهذا يؤدي الى ازدياد ثروات أرباب العمل وخلق تفرقة بين طبقات المجتمع.

3- سباق تسلح عالمي باستخدام الذكاء الاصطناعي:

حيث يمكن استخدام هذه التقنيات في الطائرات بدون طيار وغيرها من الاسلحة التي تؤدي الى الدمار. ولكن تكمن المشكلة ان تطوير مثل هذه التقنيات اصبح سهلا ومتوفرا، وقد

²⁶ - عادل عبد النور بن عبد النور - مدخل الى عالم الذكاء الاصطناعي، د/ن، - المملكة العربية السعودية - مدينة الملك

عبد العزيز للعلوم، 24ديسمبر 2005، التقنية ص8

ينتج عنه توفرها في ايد غير مضمونة في اماكن مختلفة في العالم. حيث لا توجد اتفاقات دولية تحد من هذه التقنية، مما يشكل خطرا على المدنيين وعلى الدول. يذكر هنا ان بعض العلماء في شركة غوغل، قد وقعوا اتفاقية تمنع استخدام الذكاء الاصطناعي لأغراض عسكرية.

4-انعدام الخصوصية الشخصية:

حيث ان هذه الادوات التقنية الجديدة تشترط على المستخدم تزويدها بالبيانات لقاء توفير خدمات مقننة، فإن لم يزودها العميل ببياناته الشخصية فلن يحصل على المميزات التي يخلص عليها العملاء الاخرون، مما يشكل ضغطا نحو التخلي عن الخصوصية وتزويد الشركة ببيانات شخصية مقابل راحته.²⁷

المطلب الرابع: تأثير الذكاء الاصطناعي في التحليل الاعلامي و صنع القرار

يمكن للذكاء الاصطناعي تحديد الاتجاهات والانماط في سلوك الجمهور، مما يسمح للفرق باتخاذ قرارات مستنيرة بشأن المحتوى الخاص بهم، ومن خلال تحليل المشاعر ورؤى الجمهور، يمكن للمبدعين تحسين عملهم من خلال قياس ردود أفعال الجمهور تجاه المحتوى . يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل نشاط الوسائط الاجتماعية وتحديد الموضوعات او الكلمات الرئيسية الشائعة التي يمكن دمجها في المحتوى لتحسين الرؤية والمشاركة. كما يمكن ان يساعد الذكاء الاصطناعي أيضا المبدعين على فهم مشاعر وآراء جمهورهم، مما يمكنهم من تصميم المحتوى الخاص بهم وفقا لذلك.

تُستخدم تقنية الذكاء الاصطناعي بالفعل في عمليات البث لقياس أداء الإعلانات مع الجمهور المستهدف، كما انه يساعد على تتبع كل المحتوى الذي يتم بثه عبر الهواء وفهرسته لتسهيل سحب عمليات التحقق من الهواء، وإعادة استخدام المحتوى ، وإعادة توظيف المحتوى لقنوات أخرى مثل وسائل التواصل الاجتماعي²⁸.

²⁷ إضاءات نشرة توعوية، "الذكاء الاصطناعي Intelligence Artificial"، المجلد، 13 العدد، 4 معهد الدراسات

المصرفية، الكويت، 2021 ص10.

²⁸ د. لمياء محسن محمد، مجالات الذكاء الاصطناعي تطبيقات واخلاقيات، دار العربي للنشر والتوزيع ، سنة 2023 ،

سنرى استمرار التحليلات التنبؤية في التحسين والمساعدة في التنبؤ بأداء المحتوى وتوجيه القرارات الاستراتيجية وتحسين الرؤية، يمكن لهذه المعلومات أن توجه القرارات الاستراتيجية وتساعد منشئي المحتوى لتحقيق أقصى قدر من الوصول والمشاركة²⁹.

²⁹ د.لمياء محسن محمد، مرجع نفسه ص242

خلاصة الفصل الثاني

و من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل نستنتج انّ للصحفي دوراً فاعلاً و محورياً في نقل المعلومة وتشكيل الرأي العام، إذ يقوم بدور أساسي في البحث عن الحقائق، وتحليل الأحداث، ونقلها للجمهور في إطار من الموضوعية والمهنية وتستند مهنة الصحافة على مهارات التحري، والكتابة، والتواصل، إلى جانب الالتزام بأخلاقيات المهنة، مثل الصدق، والدقة، والاستقلالية.

و تم التطرق كذلك للذكاء الاصطناعي على أنه قدرة الأنظمة الحاسوبية على محاكاة السلوك البشري الذكي، من خلال التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتحليل البيانات. وقد شهد هذا المجال تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة، مما جعله يدخل بقوة إلى مختلف القطاعات، ومن بينها الصحافة.

لقد أثر الذكاء الاصطناعي بشكل كبير على مهنة الصحفي، حيث أدى إلى ظهور أدوات وتقنيات جديدة مكّنت من تسريع عمليات جمع الأخبار، وتحريرها، وتحليلها، بل وحتى إنتاج محتوى إخباري بشكل آلي، كما ساعد في تحسين استهداف الجمهور وتقديم محتوى مخصص وفقاً لاهتماماته.

ورغم هذه المزايا، فإن الذكاء الاصطناعي يطرح تحديات حقيقية، تتعلق بمستقبل دور الصحفي، واحتمال تراجع الأدوار التقليدية لصالح الأتمتة، فضلاً عن إشكاليات أخلاقية تتصل بمصداقية الأخبار، والانحيازات الخوارزمية، وحدود تدخل الآلة في العمل التحريري.

أصبح من الضروري إعادة تعريف العلاقة بين الصحفي والتكنولوجيا، على أساس تكاملي، يضمن الاستفادة من القدرات التقنية دون المساس بجوهر العمل الصحفي القائم على الإبداع الإنساني والبعد النقدي.

الفصل الثالث

الإطار المنهجي

خطة الفصل الثالث

تمهيد

منهج الدراسة

مجتمع بحث الدراسة

أدوات جمع بيانات الدراسة

حدود الدراسة (زمانية - مكانية - بشرية)

خلاصة

تمهيد

بعد طرح تساؤلات جوهرية حول مستقبل مهنة الصحفي، وما إذا كانت الآلة قادرة على تعويض الإنسان في أداء مهام تتطلب الحس النقدي، والتحقق من المعلومات، والتفاعل مع القضايا المجتمعية. وبين من يرى في الذكاء الاصطناعي فرصة لتحسين جودة العمل الصحفي، ومن يعتبره تهديدًا مباشرًا للصحفي كفاعل بشري، تتجلى أهمية البحث في هذا الموضوع.

وتأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على هذا الواقع الجديد، من خلال اعتماد المنهج المسحي الذي يسمح بجمع بيانات من الميدان وتحليلها، بهدف فهم تمثّل الصحفيين للذكاء الاصطناعي، ومدى استخدامهم له، وانعكاسات ذلك على أدائهم المهني. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكوّنة من 15 صحفيًا من إذاعة واد سوف الجهوية، بالاعتماد على أدوات الملاحظة والاستبيان، داخل مقر الإذاعة الواقع بحي الرمال ببلدية الوادي.

ومن هذا المنطلق، نسعى في هذا الفصل إلى تحديد الإطار المنهجي لدراستنا، باعتباره الركيزة الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي

منهج الدراسة:

يرى عبد الباسط محمد حسن أن المنهج يشير الى الطريق المؤدية الى الكشف عن الحقيقة بواسطة طائفة من القواعد التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى تصل الى نتيجة معلومة³⁰، ويسمى العلم الذي يبحث في طرق البحث عن الحقيقة بعلم المناهج. يعتبر التقسيم الذي أورده فان دالين عن البحوث الوصفية أكثر من المؤلفات العربية التي تناولت طرق وأساليب الدراسات الوصفية منها طريقة الدراسات المسحية³¹.

منهج الدراسة الذي اعتمدنا عليه هو المنهج المسحي وعليه فيعرف كالتالي:

إن الدراسات المسحية تتضمن جميع البيانات لعدد كبير من الحالات يقصد تشخيص أوضاعها أو جوانب معينة من تلك الأوضاع دون اقتصار حالة واحدة، تفيدنا نتائج هذه الدراسات عادة في حل الكثير من المشكلات بما تقدمه من معلومات تشخيصية عن الموضوعات المتصلة بتلك المشكلات.

وتختلف الدراسات المسحية فيما بينها من حيث مجالها أو سعة موضوعها فمنها ما يمتد على أمة بأكملها ومنها يقتصر على مادة من المواد في مرحلة دراسية معينة.

وعليه وحسب طبيعة دراستنا الا وهي مصير الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي ، نفرض استخدام المنهج المسحي حيث نقوم بدراسة مسحية لعدد من الحالات وتشخيصها ومسح توجهاتهم حول هذا الموضوع³².

مجتمع الدراسة:

ان المقصود بمجتمع البحث هو جميع الوحدات المستهدفة من البحث مباشرة أو من خلال تعميم أو توسيع النتائج، أي هو كل الوحدات البشرية أو غير البشرية الفرية في دراسة الحالة مثلا أو الجماعة المستهدفة من جمع البيانات في البحث أفراد أو مجموعات أو هيئات أو أحداث عمليات أو فضاءات أو أشياء أو حيوانات أو كلمات..... ، وكلها قد تكون هي نفسها

30 - محمد لبيب النجحي، محمد منير مرسي: البحث التربوي-اصوله ومناهجه- ط3، عال الكتب القاهرة، مصر، 1994،

ص 185

31 بلقيي فطوم، منهجية البحث في علوم الاعلام و الاتصال، د/ن، ، ص6

32 رحيم يونس كرو الزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار العجلة، ط1، 2008، عمان، 2017، ص 102

مجتمع البحث أو احد عناصره تبعا لطبيعة الموضوع البحث و أهدافه (صحفية معينة كمجتمع بحث تحلل مقالاتها) أو كوحدة بحث أولية تنتمي الى مجتمع بحثي أوسع يخص كل وسائل الإعلام في بلد معين³³.

ويمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في إذاعة واد سوف الجهوية وهم 15 صحفيا

أدوات جمع البيانات:

إن عملية جمع البيانات مهمة جدا في أي بحث كان وخاصة في البحوث الاجتماعية، بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم والمناسب لأدوات جمع البيانات، فهذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الوسائل و الطرق و الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معني، وإذا كانت أدوات جمع البيانات متعددة و مختلفة فإن طبيعة الدراسة هي التي تحدد حجم و نوعية و طبيعة أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها الباحث. و هنا في دراستنا هذه اعتمدنا على أدوات جمع البيانات الضرورية وهي:

1-الملاحظة:

الملاحظة هي مشاهدة منهجية تعتمد على الحواس وما تستعين به من أدوات الرصد والقياس أي أنها المشاهدة للظواهر في أحوالها المختلفة وأوضاعها المتعددة لجمع البيانات وتسجيلها وتحليلها للتعبير عنها بأرقام³⁴.

اعتمدنا على الملاحظة المباشرة لتوثيق تفاعل الصحفيين مع الأدوات التكنولوجية المستخدمة في عملهم، ولاحظنا كيف أن الذكاء الاصطناعي أصبح جزءا من الروتين اليومي لهم سواء في جمع المعلومات أو في تحرير المحتوى الصحفي، كما قمنا بتوزيع استبيان على الصحفيين وراقبنا عن كثب إجاباتهم التي تمحورت حول تأثير الذكاء الاصطناعي على ممارساتهم الصحفية.

³³ فضيل دليو، مدخل الى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، طبعة الكترونية، بن عكنون - الجزائر، مارس 2024، ص 178.

³⁴ - ينظر مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي إعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، ط1، 2000م، ص، 174.

هذه الملاحظة الشخصية والتفاعل المباشر مع الصحفيين ساعدنا على فهم أعمق للتحديات والفرص التي يقدمها الذكاء الاصطناعي في هذا المجال.

2-استمارة استبيان:

وتعرف استمارة الاستبيان على انها أداة لجمع البيانات من الافراد او الجماعات كبيرة الحجم ذات كثافة سكانية عالية وعن طريق عمل استمارة تضم مجموعة من الأسئلة او العبارات بغية الوصول الي معلومات كيفية او كمية .³⁵

وتم تقسيمها إلى 4 محاور، المحور الأول يتضمن البيانات الشخصية (الجنس، العمر، نوع المنصب في المؤسسة، مدة المجال في العمل الصحفي).

والمحور الثاني بعنوان دوافع استخدام الصحفي للذكاء الاصطناعي ضمن عمله، وتضمن 9 أسئلة مغلقة.

والمحور الثالث بعنوان التأثيرات الايجابية والسلبية للذكاء الاصطناعي على عمل الصحفي، وقد تضمن 10 أسئلة مغلقة.

والمحور الرابع التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي وقد تضمن 12 أسئلة مغلقة ومفتوحة.

وللتحقق من صدق الاستمارة تم عرضها للتحكيم من طرف أساتذة بجامعة الشهيد حمه لخضر³⁶، وفي هذه المرحلة تم تغيير بعض الأسئلة.

تغيرت بعض الخيارات في الأسئلة مثل خيارات السؤال الثالث كان تحت عنوان الخبرات المهنية اصبح نوع المنصب في المؤسسة .

والسؤال الخامس ما مدى معرفتك بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المجال الإعلامي؟ والذي تم فيه حذف الخيار لا اعرف لانه كان قد يلغي الاستمارة .

³⁵ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2 دار وائل للطباعة والنشر، 0222،

ص.24.

³⁶ د. صالح دليلة، دكتوراة في جامعة الشهيد حمة لخضر

كذلك بعد تغير الإجابات في السؤال السادس هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك الصحفي؟ تم الاستبدال من نستعمل نعم ام لا، الى نستعمل احيانا. نادر. دائما لانه يلغي الاستثمار

قبل التغير في السؤال التاسع كان ماهي المجالات التي تستخدم فيها الذكاء الاصطناعي بشكل أساسي ؟ بعد التغير اصبح هل تعتمد على الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل إنتاج المادة الصحفية؟ .

في السؤال رقم 12 والذي بعنوان ما مدى استعدادك لتعلم واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في عملك الصحفي؟ وتم حذف الخيار لا اعلم لانه يلغي الاستثمار .

كذلك في السؤال رقم 14 والذي بعنوان هل ساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الكتابة أو الصياغة الصحفية لديك؟ تم حذف الخيار لم اجرّب ذلك .

حدود الدراسة:

المجال الجغرافي:

أجريت الدراسة بولاية الوادي، والتي ارتبطت بالمؤسسة الإعلامية المتمثلة في إذاعة واد سوف الجهوية والواقع مقرها في حي الرمال .

تقديم للمؤسسة الإذاعية -إذاعة واد سوف الجهوية

أولا: تعريف المؤسسة الإذاعية المحلية

تعرف الإذاعة المحلية بأنها عبارة عن جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا بمعنى أن الإذاعة المحلية تبث برامجها لمخاطبة مجتمع محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والثقافية وكذا الاجتماعية، بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود فروق فردية بين أفراد هذا المجتمع الواحد. (قدوري، 2017، ص 343)

وتعرف الإذاعة المحلية كذلك بأنها " تلك الإذاعة التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من جميع النواحي، هذا المجتمع له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، على أن تحده

حدود جغرافية و تشمله رقعة الإرسال المحلي، فالإذاعة المحلية كوسيلة اتصال جماهيرية مرتبطة أساسا بمجتمع خاص ومحدد المعالم والظروف.

كما تعرف بأنها " أحد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها ترتبط مع بعضها البعض، بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس، مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة، ويعتمد المجتمع المحلي اعتمادا كليا على كل ما في الإذاعة من أفكار، بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف، وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب وشكل ومضمون الإعلام المحلي. (خضير، 2016، ص 10)

ثانيا: التعريف بإذاعة واد سوف الجهوية:

إذاعة الوادي الصوت المنطلق من بين الكثران من نبع عمق الرمال وسحر النخيل المعبر عن أصالة المنطقة الضاربة في أعماق التاريخ وعنوان الفعل الثقافي اليومي في مدينة الإبداع والأدب والحركية التتموية، وهي إحدى المحطات الإذاعية المحلية تنطلق من مدينة الوادي، مقرها في الوادي أو المحافظة رقم 39، تقع بالجنوب الشرقي من الجزائر.

1-النشأة والتطور:

في 21 نوفمبر 1996 كان الانطلاق الفعلي لإذاعة الوادي الجهوية، وقد اشرف يومها وزير الاتصال ميهوب مهيوبي " على تدشينها رفقة المدير العام آنذاك السيد عبد القادر العلمي وكان مدير المحطة السيد إبراهيم زيوش، وبثت إذاعة الوادي برامجها على موجة (أف أم 89) بأربع ساعات يوميا ، وعرفت إذاعة الوادي المحلية خلال صيرورتها التاريخية تحولات كثيرة مسّت عدة مستويات: الحجم الساعي للبث، الشبكة البرمجية، الوضع القانوني والمالي، و نوضّح المسار التطوري الإذاعي بوضع بطاقة وصفية تصف لنا أهم مميزات الإذاعة من سنة 1996 إلى سنة 2016.

اسم الإذاعة : كانت يوم 21 نوفمبر 1996 إذاعة سوف الجهوية ثم تحوّل اسمها إلى إذاعة الوادي الجهوية ثم إذاعة الجزائر من الوادي حاليا.

2- مقر الإذاعة: حي الرمال ببلدية الوادي

تطور الحجم الساعي للبث منذ تاريخ إنشاء الإذاعة : 4 ساعات يوميا : من الساعة 08.00 إلى الساعة 12.00 بدءا من 1996/11/21 . - من 4 إلى 8 : / يوميا / من الساعة 08.00 إلى الساعة 16.00 بدءا من 1998/07/05 . من 8 إلى 12 : / يوميا / من الساعة 07.00 إلى الساعة 00.07 بدءا من 2006/06/17 . من 12 إلى 13 : / يوميا / من الساعة 06.55 إلى الساعة 08.00 بدءا من 2008 .

طبيعة التردد : رقمي . البريد الإلكتروني : RadioSouf@gmail.com - البث الحي : www.radioeloued.dz . المنطقة الرئيسية للبث والإرسال: مدينة الوادي.

3-أقسام الإذاعة وموردها البشري :

تتكوّن إذاعة الوادي الجهوية من مدير المحطة و30 موظفا ،متمثلين في مدير وسكرتيرة وصحافيين ومنشطين وتقنيين ومخرجين وعمال أمن والسائقين، ونستطيع ان نوجز العمل فيما يلي : عن إعداد الحصص الإخبارية والرياضية والبلاطوهات المفتوحة والحصص الخاصة والنشرات وتغطية الأحداث المحلية المختلفة من تظاهرات وملتقيات وندوات وزيارات رسمية للمسؤولين واحتجاجات وغيرها.

ويعمل ضمن القسم 08 صحافيين مهمتهم بالدرجة الأولى السهر على ضمان التغطية الإخبارية اليومية عبر المواجيز والنشرات وتواجد الإذاعة في جميع الأحداث المحلية للتغطية الإعلامية.

قسم الإنتاج : وهو القسم المسؤول عن إنتاج وإعداد مختلف البرامج : الترفيهية والثقافية والتربوية والتاريخية والدينية ،و ضبط التنسيق في المواعيد والبرامج المعدة خلال فترة البث اليومي ،ويضمن القسم عملية تنسيق البرامج وبرمجة الحصص والمواد الإعلامية المسجلة في أيام الأسبوع بما يتوافق مع الشبكة البرمجية ،وتوزيعها حسب التوقيت الزمني المخصص لها وكذا السهر على استضافة الفاعلين في الأنشطة الثقافية والفنية والعلمية في بلاطوهات الإذاعة، ويعمل في القسم اثنا عشرة موظفا ستة منشطين وستة مخرجين.

المجال الزمني:

يتمثل المجال الزمني لدراستنا في الصحفيين ودورهم في ظل الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الإذاعية، -دراسة ميدانية بإذاعة الوادي الجهوية-، في المدة والفترة التي استغرقنا فيها للوصول وتحقيق أهداف الدراسة والتي امتدت ، خلال الموسم الجامعي ابتداءا من 20 فيفري 2025 الى غاية 20 ماي 2025

المجال البشري:

المتمثل في صحفيين إذاعة واد سوف الجهوية.

خلاصة الفصل الثالث

لقد قدم هذا الفصل صورة أولية عن موضوع دراستنا، وذلك من خلال المتناول المتبع، فقد عرضت الإشكالية بشكل يشرح دور الصحفيين في ظل الذكاء الاصطناعي، وترجم ذلك الى سؤال مركزي يبحث عن هذا الدور وهذا تجسد في أسئلة فرعية و الأكيد ان لكل دراسة أسباب تدفع لتناولها وهذا ما يكسبها نوعا من الأهمية، فحبت أهدافها، ولتحقيقها كان لزاما ترجمة الأسئلة الى مفاهيم أساسية تعبر عن متغيرات الدراسة، واستندت الدراسة على دراسات سابقة تناولت احد متغيرات الدراسة مع توضيح أوجه الاستفادة من كل منها على حدة.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي والميداني

خطة الفصل الرابع

تمهيد

عرض وتحليل بيانات الدراسة

الإجابة على التساؤلات الفرعية للدراسة

النتائج العامة للدراسة

خاتمة

تمهيد

في إطار دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي، قمنا بزيارة الإذاعة الجهوية للوادي، حيث كان لنا شرف اللقاء بمجموعة من الصحفيين العاملين في هذا المجال.

قد استقبلنا الصحفيون بأحسن استقبال، وأبدوا استعدادهم الكامل للتفاعل معنا ومشاركة آرائهم حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في عملهم اليومي، من خلال هذه الزيارة، لاحظنا تفاعلاً إيجابياً من قبل الصحفيين، الذين عبروا عن آرائهم بصراحة واهتمام حول التحديات والفرص التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.

وقد تم جمع آرائهم من خلال استبيان تم توزيعه عليهم، حيث تمحورت إجاباتهم حول عدة محاور، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير والصياغة، التحديات المرتبطة به، وأثره على مستقبل المهنة.

وقد أثرت هذه اللقاءات في إثراء البحث وجعلتنا نلمس عن كثب واقع العمل الصحفي في ظل هذه التقنيات الحديثة.

أولاً : تحليل بيانات الدراسة :

المحور الاول : البيانات الشخصية

جدول رقم 1 يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	9	60%
%إناث	6	40%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01)اعلاه، توزيع العينة المدروسة وفقاً للجنس، حيث بلغ عدد الذكور 9 أفراد، أي ما يمثل 60% من إجمالي العينة، بينما بلغ عدد الإناث 6 أفراد، أي بنسبة 40%. يتضح من هذه الأرقام أن الذكور يشكلون النسبة الأكبر من المشاركين في الدراسة.

جدول رقم (02) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 21 الى 30 سنة	1	6.76%
من 31 الى 40 سنة	1	6.67%
من 41 فما فوق	13	86.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) اعلاه، توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية، وجاءت النتائج كالتالي:

عدد المشاركين الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 30 سنة هو 1 فرد، بنسبة 6.67%.

عدد المشاركين الذين تتراوح أعمارهم بين 31 إلى 40 سنة هو أيضًا 1 فرد، بنسبة 6.67%.

بينما الغالبية العظمى من المشاركين تقع أعمارهم في فئة 41 سنة فما فوق، بعدد 13 فردًا، وهو ما يمثل 86.67% من العينة.

يتضح أن أغلب أفراد العينة من الفئة العمرية الكبيرة (41 سنة فأكثر)، مما يشير إلى أن الدراسة تستند بشكل كبير على آراء وتجارب أشخاص أكبر سنًا .

جدول رقم (03) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المناصب الوظيفية داخل المؤسسة

نوع المنصب في المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
محرر	0	0%
مذيع	5	33.33%
مخرج	6	40%
مراسل	3	20%
مدير	1	6.76%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) اعلاه، بيانات توزيع العينة حسب المناصب الوظيفية داخل المؤسسة، وقد جاءت على النحو التالي، حيث شكل المخرجون النسبة الأكبر ، بنسبة

40.00% من إجمالي العينة، والمذيعون جاءوا في المرتبة الثانية بنسبة 33.33%، يليها المراسلون بنسبة 20.00%، ومدير واحد فقط ضمن العينة بنسبة 6.67%، محررون لم يكونوا ممثلين في العينة، بنسبة 0.00%.

تشير هذه النتائج إلى أن العينة أغلبهم عاملين تركز بدرجة كبيرة على العاملين في الجانب الفني والإعلامي المباشر، مثل الإخراج والتقديم، مع غياب كامل للمحررين.

جدول رقم (04) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدة العمل في المجال الاعلامي

مدة العمل في المجال الإعلامي	التكرار	النسبة المئوية
من 3 الى 5 سنوات	1	6.76%
من 5 الى 10 سنوات	0	0%
من 10 الى 15	1	6.76%
من 15 وأكثر	13	86.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) اعلاه تفاوتاً كبيراً في خبرات افراد العينة من حيث عدد سنوات العمل في المجال الصحفي، حيث مثلت فئة من 15 سنة فما أكثر اكبر تمثالت بنسبة 86.67%، كما تساوت فئتان بنسبة 6.67، لتليها اخر فئة التي لم يمثلها أي فرد بنسبة 0.00%.

تُبين هذه النتائج أن أغلب المشاركين يتمتعون بخبرة طويلة تتجاوز 15 عامًا في المجال الصحفي، ما قد يعكس نضجاً مهنيًا وخبرة تراكمية عالية في المهنة. في المقابل، نلاحظ تمثيلًا

ضعيفًا جدًا للفئات ذات الخبرة المتوسطة أو القليلة، بل وانعدامًا تامًا لفئة "من 5 إلى 10 سنوات".

المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفي للذكاء الاصطناعي ضمن عمله

جدول رقم (05) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مدى معرفته بتقنيات الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
عميقة	0	0%
متوسطة	10	66.67%
سطحية	5	33.33%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) اعلاه، ان نسبة معرفة متوسطة هي الأكثر شيوعًا، حيث أبدى أفراد العينة هذا المستوى من الفهم، أي ما يمثل 66.67% من العينة، وان ثاني نسبة معرفة سطحية جاءت في المرتبة الثانية، أي بنسبة 33.33% من العينة ، واخيرا نسبة معرفة عميقة لم تُسجَل لدى أي من العينة، بنسبة 0.00%.

والتي تُظهر لنا من خلالها أن أغلب افراد العينة يمتلكون معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام، ما يشير إلى وعي عام مقبول، كما نلاحظ غياب تام للمعرفة العميقة، ما يكشف عن فجوة في التخصص قد تضعف الاستخدام الفعّال لهذه التقنيات. كما أن وجود نسبة غير قليلة بمعرفة سطحية يبرز الحاجة إلى تدريب وتطوير مهني لتعزيز كفاءة العاملين في هذا المجال.

جدول رقم(06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
أحيانا	6	40%
دائما	4	26.67%
نادرا ما استخدمها	5	33.33%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم(06) اعلاه، تفاوتًا في مدى استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم، حيث حصلت نسبة أحيانًا على 40.00%، ثاني نسبة نادرا على 33.33%، و دائمًا بنسبة 26.67%.

نلاحظ من خلال ما تُظهره البيانات أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين لا يزال محدودًا وغير منتظم.

و يمكن ارجاع سبب ذلك بانها تقنية جديدة في مجال الاعلام

جدول رقم(07) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
يومي	4	26.67%
اسبوعي	6	40%
شهري	5	33.33%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من الجدول رقم (07) اعلاه، ان من يستخدمونه بشكل اسبوعي حصلت على اكثر نسبة ب 40% من العينة ، و 33.33% شهريًا، بينما 26.67% فقط يستخدمونه بشكل يومي. وهذا يُشير إلى أن الذكاء الاصطناعي ما زال يُستخدم كأداة مساندة وليس كجزء أساسي ودائم من روتين العمل اليومي.

جدول رقم (08) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاستخدام الرئيسي للذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
كتابة الاخبار	6	40%
التحرير اللغوي	4	26.67%
توليد العناوين	0	0%
البحث على مصادر المعلومات	8	53.33%
تحليل البيانات او توجهات الجمهور	9	60%
أخرى اذكرها	0	0%
المجموع	27 ³⁷	180 ³⁸ %

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) اعلاه، أن أبرز استخدامات الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين في تحليل بيانات أو توجهات الجمهور بنسبة 60.00%، تليها البحث عن مصادر المعلومات بنسبة 53.33%، أما كتابة الأخبار فتمثل نسبة 40.00% من الاستخدام، بينما

³⁷ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود اكثر من إجابة للاختيارات

³⁸ "مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة".

التحرير اللغوي يستخدمه فيها 26.67% فقط من المشاركين. وان عدم استخدام الذكاء الاصطناعي إطلاقاً في توليد العناوين أو لأي أغراض أخرى (0.00%)

و يمكن ارجاع سبب استخدام تقنية الذكاء الاصناعي اكثر في تحليل البيانات ممكن الى أنه قادر على معالجة كميات ضخمة من المعلومات بسرعة ودقة، مما يساعد الصحفيين في استخلاص التوجهات والأنماط التي تعزز من جودة التقارير والتحليلات الصحفية.

جدول رقم (09) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل إنتاج المادة الصحفية

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
جميع المراحل	1	6.67%
مرحلة البحث وجمع المعلومات	5	33.33%
مرحلة الصياغة والتحرير	10	66.67%
مرحلة التدقيق اللغوي	0	0%
اخرى اذكرها	0	0%
المجموع	16 ³⁹	106.67% ⁴⁰

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) اعلاه، أن معظم افراد العينة يعتمدون على الذكاء الاصطناعي في مرحلة الصياغة والتحرير، بنسبة 66.67%، يلي ذلك مرحلة البحث وجمع المعلومات بنسبة 33.33%، في حين فقط فرد واحد (6.67%) يستخدم الذكاء

³⁹ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود اكثر من إجابة للاختيارات

⁴⁰ مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة

الاصطناعي في جميع مراحل الإنتاج الصحفي، بينما لم يُسجل أي استخدام له في مرحلة التدقيق اللغوي أو في مراحل أخرى.

و يمكن ارجاع سبب الاعتماد اكثر على تقنية الذكاء الاصطناعي في مرحلة الصياغة و التحليل اكثر بنسبة 66.67% إلى فعاليته في تسريع الإنتاج وتحسين جودة النصوص، بما يواكب متطلبات العمل الصحفي اليومي.

جدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة لأسباب الدافعة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
تسريع انتاج المحتوى	5	33.33%
تقليل الجهد البدني والذهني	7	46.67%
تحسين جودة التحرير	6	40%
التوجيه من المؤسسة او الادارة	0	0%
جمع وتحليل البيانات	0	0%
لا استخدمه في أي مجال	2	13.33%
المجموع	20 ⁴¹	133 ⁴² %

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) اعلاه، ان أغلب افراد العينة يستخدمون الذكاء الاصطناعي لتقليل الجهد البدني و الذهني بنسبة 46.67%، يليه استخدامه لتحسين جودة التحرير (40%)، ثم لتسريع إنتاج المحتوى (33.33%)، كما أن 13.33% لا

يستخدمونه إطلاقاً، ثم أنه لا أحد يستخدمه بتوجيه من المؤسسة أو لأغراض جمع وتحليل البيانات، مما يدل على أن الاستخدام يتم بشكل فردي وليس ضمن سياسة مؤسسية. فأفراد العينة يعتمدون على تقنية الذكاء الاصطناعي و ذلك لتقليل الجهد البدني و الذهني بأكبر نسبة 64.67 و هذا لاعتبارها اهم ميزة من مميزات تقنية الذكاء الاصطناعي في العملية الاعلامية

جدول رقم (11) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تلقي التدريب على استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم	1	6.67%
لا	12	80%
احتاج الى تدريب	2	13.33%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) اعلاه، أن 80% من افراد العينة لم يتلقوا أي تدريب على أدوات الذكاء الاصطناعي، بينما 13.33% يشعرون بالحاجة إلى تدريب، وفقط 6.67% تلقوا تدريباً فعلياً.

وهذا يدل على وجود نقص واضح في التأهيل والتدريب المهني، رغم استخدام بعض الصحفيين لهذه الأدوات. ويُبرز ذلك أهمية توفير برامج تدريبية متخصصة، لضمان الاستخدام الفعال والمسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي.

يُظهر الجدول رقم(12) توزيع عينة الدراسة حسب مدى استعدادهم لتعلم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي:

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
مستعد جدا	4	26.67%
مستعد الى حد ما	11	73.33%
غير مستعد	0	0%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12)اعلاه، أن جميع افراد العينة يبدون استعدادًا لتعلم واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، حيث أعرب 73.33% عن استعداد "إلى حد ما"، بينما 26.67% قالوا إنهم "مستعدون جدًا"، ولم يُسجَل أي رفض أو عدم استعداد، مما يعكس تقبلاً إيجابياً عاماً لهذه التقنيات، ويفتح المجال أمام المؤسسات الإعلامية لاستثمار هذا الاستعداد في تقديم برامج تدريبية فعالة تدعم التطوير المهني وتعزز كفاءة العمل الصحفي.

ايضا باعتبار تقنية الذكاء الاصطناعي، كما ان الذكاء الاصطناعي سيكون دوراً مهماً في الكثير من الميادين الحساسة كالمساعدة في تشخيص الامراض ووصف الادوية، والاستشارات القانونية والمهنية، والتعليم التفاعلي، والمجالات الامنية والعسكرية

يُظهر الجدول رقم(13) توزيع عينة الدراسة على حسب دقة المعلومات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي في نظرهم

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
دقيقة جدا	0	%0
دقيقة غالبا	7	%46.67
غير دقيقة احيانا	8	%53.33
غير دقيقة اطلاقا	0	%0
المجموع	15	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) اعلاه، إلى أن افراد العينة لديهم نظرة متحفظة تجاه دقة المعلومات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي؛ حيث يرى 53.33% أن المعلومات "غير دقيقة أحيانا"، بينما يرى 46.67% أنها "دقيقة غالبا"، ولم يعبر أي مشارك عن اعتقاده بأنها "دقيقة جدًا" أو "غير دقيقة إطلاقاً"، وهذا يعبر من الآثار السلبية لتقنية الذكاء الاصطناعي ضمن العمل الصحفي .

المحور الثالث: التأثيرات الإيجابية و السلبية للذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي

يُظهر الجدول رقم (14) توزيع عينة الدراسة حسب مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الكتابة او الصياغة الصحفية لديهم.

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، تحسن ملحوظ	5	%33.33
تحسن بسيط	9	%60
لا يوجد تأثير	1	%6.67
يؤثر سلبا على الجودة	0	%0
المجموع	15	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) اعلاه، أن أغلبية افراد يرون أن الذكاء الاصطناعي ساهم في تحسين جودة كتابتهم وصياغتهم الصحفية، حيث أفاد 60% بأنه ساهم "بشكل بسيط"، بينما أشار 33.33% إلى أنه أحدث "تحسناً ملحوظاً". بالمقابل، ذكر 6.67% فقط أن لا تأثير له، ولم يُسجَل أي رأي بوجود تأثير سلبي. وهذا ما يدل على الجانب الايجابي لتقنية الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي .

يُظهر الجدول رقم (15) توزيع عينة الدراسة حسب تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الصحفي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
يحسن من الجودة بشكل كبير	5	33.33%
يحسن من الجودة بشكل طفيف	10	66.67%
لا يؤثر على الجودة	0	0%
يقلل من الجودة	0	0%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول (15) رقم اعلاه، إلى أن افراد العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي يُحسّن من جودة المحتوى الصحفي بنسبة 66.67% يرون أن التحسين "طفيف والتي تعتبر اكبر نسبة اختارتها افراد العينة، لتليها يحسن من الجودة بشكل كبير بنسبة 33.33% ، كما لم يُسجَل أي رأي بعدم وجود تأثير أو تأثير سلبي.

فمن خلال اجابة افراد العينة نرى ان تقنية الذكاء الاصطناعي عملت على تحسين جودة المحتوى الصحفي باكبر نسبة قدرت ب 66.67% فهذا يدل على الانعكاس الايجابي لتقنية الذكاء الاصطناعي على المحتوى الصحفي

يُظهر الجدول رقم(16) توزيع عينة الدراسة على حسب رؤيتهم لتأثير الذكاء الاصطناعي على التركيز في الجوانب الإبداعية:

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، تماما	3	20%
نعم، الى حد ما	12	80%
لا، اشعر بفرق	0	0%
لا، يعطيني احيانا	1	6.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16)اعلاه، إلى أن الغالبية العظمى من افراد العينة 80% يرون أن الذكاء الاصطناعي يمنحهم وقتًا إضافيًا "إلى حد ما" للتركيز على الجوانب الإبداعية في العمل الصحفي، بينما 20% يشعرون بذلك "تمامًا"، كما أشار أحد من العينة 6.67% إلى أن الذكاء الاصطناعي يعطله أحيانًا، واحتياجات العمل، كما نلاحظ أن نسبة من لا يشعرون بفرق تُذكر كانت صفرًا، مما يدل على أن الذكاء الاصطناعي يترك أثرًا ملموسًا على تنظيم الوقت.

ومع ذلك ما يشير إلى احتمالية وجود تحديات في الاستخدام أو عدم توافق بين الأدوات.

1. يُظهر الجدول رقم(17) توزيع عينة الدراسة استفادتهم من الذكاء الاصطناعي في

تسريع الوصول إلى المعلومات:

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	3	20%
أحياناً	9	60%
نادراً	3	20%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلالرقم(17) الجدول اعلاه، إلى أن غالبية افراد العينة 60% يجدون أن الذكاء الاصطناعي يساعدهم أحياناً في الوصول إلى المعلومات أو المصادر بشكل أسرع من الطرق اليدوية، في حين أن 20% فقط أكدوا استفادتهم الدائمة منه في هذا الجانب، و20% ذكروا أن الفائدة تكون نادرة. فمن خلال الجدول اعلاه و الذي بيّن ان افراد العينة يرون ام تقنية الذكاء الاصطناعي ساعدتهم في الوصول الى المعلومات بأكبر نسبة قدرت ب 60 % فهذا يدل على ان الذكاء الاصطناعي يُستخدم جزئياً في تسريع الوصول إلى المعلومات، ما يشير إلى وعي متزايد بفعاليتها، رغم أن استخدامه لا يزال محدوداً أو مرتبطاً بسياقات معينة.

يُظهر الجدول رقم(18) توزيع عينة الدراسة على حسب رؤيتهم لدور الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وفهم الجمهور و الاتجاهات الاعلامية

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
فعال جدا	1	6.67%
فعال الى حد ما	8	53.33%
لم اجره في هذا المجال	6	40%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) اعلاه، أن أكثر من نصف افراد العينة 53.33% يرون أن الذكاء الاصطناعي يساعدهم في تحليل البيانات وفهم الجمهور أو الاتجاهات الإعلامية "إلى حد ما"، بينما يرى 6.67% فقط أنه فعال جدًا. في المقابل، 40% لم يسبق لهم استخدامه في هذا المجال.

يشير هذا إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل الجمهور لا تزال غير مستخدمة بشكل واسع بين العاملين في الإعلام، رغم إدراك بعضهم لفوائدها.

يُظهر الجدول رقم (19) توزيع عينة الدراسة حسب المجالات التي يمكن للذكاء الاصطناعي ان يساعد الصحفيين فيها

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
جمع البيانات وتحليلها	8	53.33%
كتابة التقارير الاخبارية	5	33.33%
تحرير المحتوى	6	40%
جميع ما سبق	1	6.67%
المجموع	20 ⁴³	133 ⁴⁴ %

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) اعلاه، أن افراد من العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يقدم مساعدة فعالة في مجالات متعددة من العمل الصحفي في جمع البيانات وتحليلها والتي حصلت على أكثر نسبة قدرت ب 53.33%، وهو ما يعكس الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي في تتبع الاتجاهات وتفسير سلوك الجمهور،

⁴³ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود أكثر من إجابة للاختيارات .

⁴⁴ "مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة

لإليه تحرير المحتوى وقدر ب 40.00% في حين افادوا 33.33% من افراد العينة على اختيارهم في كتابة التقارير الإخبارية ، بينما يرى 6.67% فقط أنه مفيد في جميع ما سبق، ما يعكس تبايناً في مدى شمولية استخدامه لدى الصحفيين.

يُظهر الجدول رقم (20) توزيع عينة الدراسة حسب الآراء حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الجوانب الإنسانية والأخلاقية في العمل الصحفي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، بشكل واضح	4	26.67%
أحياناً	5	33.33%
لا يؤثر	5	33.33%
يساعد في الحفاظ على الحيادية	1	6.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ في الجدول رقم (20) اعلاه، انقساماً واضحاً في آراء افراد العينة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الجوانب الإنسانية والأخلاقية في العمل الصحفي حيث "تساوت فئتان من افراد العينة المشاركين في الرأي، حيث اختار 33.33% أن الذكاء الاصطناعي يؤثر أحياناً على الجوانب الأخلاقية، لأنه قد يسهّل نشر الأخبار الكاذبة، يهدد الخصوصية، ويقلل من المسؤولية التحريرية.

بينما رأى نفس النسبة أنه لا يؤثر، من جهة أخرى يرى 26.67% أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يضعف هذه الجوانب بشكل واضح، في المقابل أفاد 6.67% أنه يساعد في الحفاظ على الحيادية.

يُظهر الجدول رقم(21) توزيع عينة الدراسة على حسب شعورهم بالتهديد من الذكاء الاصطناعي حول مستقبلهم المهني كصحفيين

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم اشعر بقلق كبير	1	6.67%
اشعر بقلق بسيط	3	20%
لا اشعر بأي تهديد	10	66.67%
لا أعرف	1	6.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21)اعلاه، أن النسبة الأكبر من أفراد العينة 66.67% لا يرون أن الذكاء الاصطناعي يُشكل تهديدًا حقيقيًا على مستقبلهم المهني في مجال الصحافة، في المقابل، أبدى حوالي ربع العينة 26.67% نوعًا من القلق تجاه الذكاء الاصطناعي، بشكل بسيط.

كما نلاحظ أن هناك تقاربًا في آراء أفراد العينة، حيث جاءت كل من الإجابتين "بشكل كبير " و "لا اعرف" بنفس النسبة المقدرة بـ 6.67%، ما يدل على انقسام متوازن في التقديرات بخصوص تأثير الذكاء الاصطناعي، ويعكس تنوعًا في وجهات النظر حول الموضوع المدروس، يُفسّر ذلك باعتبار الصحفيين الذكاء الاصطناعي أداة داعمة لا تُهدد دورهم المهني.

يُظهر الجدول رقم(22) توزيع عينة الدراسة على حسب مواجهتهم لدقة أو مصداقية المعلومات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
كثيرا	1	%6.67
احيانا	13	%86.67
نادرا	0	%0
ابدا	1	%6.67
المجموع	15	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال رقم (22) الجدول اعلاه، أن نسبة كبيرة من أفراد العينة %86.67 واجهوا مشكلات في الدقة أو المصداقية "أحيانا"، ما يعكس إدراكًا عامًا بين الصحفيين بأن الذكاء الاصطناعي قد لا يكون دائمًا مصدرًا موثوقًا أو دقيقًا للمعلومات، خصوصًا عند استخدامه في المهام المتعلقة بالبحث أو إنتاج المحتوى.

في المقابل، نرى انقسامًا لأراء افراد العينة بنسبة %6.67 الفئة التي اجابت ب"قليلا جدا" ذكرت أن مثل هذه المشكلات تحدث "كثيرًا"، ما يُشير إلى وجود بعض التجارب السلبية المتكررة مع الذكاء الاصطناعي، ربما نتيجة الاعتماد المفرط على هذه التقنيات دون التحقق الإنساني من المعطيات، و الفئة التي أجابت ب"أبدًا" ، فقد تكون إما لم تستخدم الذكاء الاصطناعي بما يكفي لتواجه هذه المشكلات.

فاكبر نسبة لافراد العينة قد واجهت مشاكل في الثقة و المصداقية اثناء استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي و هذا راجع او يدل على ان أدوات الذكاء الاصطناعي تفرض على المستخدم تقديم بياناته الشخصية مقابل خدمات مخصصة، ما يؤدي إلى التخلي جزئيًا عن الخصوصية مقابل الراحة.

يُظهر الجدول رقم (23) توزيع عينة الدراسة على حسب شعورهم بفقدان الهوية أو الأصالة الصحفية بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، بشكل كبير	0	0%
قليلا	6	40%
لا، اشعر بذلك	4	26.67%
على العكس يعززها	3	20%
لم استخدمه بما يكفي للحكم	2	13.33%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) اعلاه، ان 40% من افراد العينة يشعرون بفقدان طفيف للأصالة، مما يدل على أن هناك درجة من الحذر أو القلق المحدود تجاه الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي، خصوصًا في المهام التي تتطلب أسلوبًا شخصيًا أو بعدًا إنسانيًا في المعالجة الإعلامية، وان 26.67% لا يشعرون بأي تأثير على الهوية الصحفية، وهي نسبة تُظهر أن ربع العينة تقريبًا لا يرون في استخدام الذكاء الاصطناعي أي مساس بجوهر عملهم الصحفي، بل يتعاملون معه كأداة تقنية بحتة، كما يرى 20% أن الذكاء الاصطناعي يعزز الأصالة الصحفية، وهو مؤشر مثير للاهتمام؛ إذ يعكس إيمان بعض الصحفيين بأن هذه الأدوات قد تُستخدم لتعزيز الجودة والكفاءة والابتكار في العمل الصحفي، وليس لتقليد أو إضعاف الهوية، و 13.33% لم يستخدموا الذكاء الاصطناعي بشكل كافٍ، مما يدل على تفاوت في الخبرات التقنية بين أفراد العينة، وهو أمر متوقع في ظل التحولات الرقمية الحديثة التي لم تشمل الجميع بعد، واخيرا غياب الشعور الحاد بفقدان الهوية الصحفية 0% يشير إلى أن أحدًا من الصحفيين لم يشعر بأن الذكاء الاصطناعي يهدد جوهر هويته المهنية بشكل كبير، وهو مؤشر على وجود نوع من التكيف والتقبل لهذه الأدوات.

المحور الرابع: التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي

يُظهر الجدول رقم (24) توزيع عينة الدراسة حسب مدى تأثيرهم تقنيات الذكاء الاصطناعي على دور الصحفي التقليدي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
تأثير كبير	3	20%
تأثير متوسط	11	73.33%
تأثير ضئيل	0	0%
لا تأثير	1	6.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) اعلاه، ان النسبة الأكبر من افراد العينة بنسبة 73.33% أبدوا رأياً مفاده أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل متوسط على دور الصحفي التقليدي، كما ان 20% من افراد العينة يشعرون أن الذكاء الاصطناعي له تأثير كبير على دور الصحفي التقليدي تشير إلى وجود وعي متزايد بأهمية الذكاء الاصطناعي في أتمتة العمل الصحفي وتحسين السرعة والدقة في إنتاج المحتوى، فقط 6.67% من افراد العينة رأوا أن الذكاء الاصطناعي لا يؤثر على دور الصحفي التقليدي، في حين أن لا أحد من افراد العينة اعتبر أن تأثير الذكاء الاصطناعي ضئيل، مما يشير إلى إدراك عام بأن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يؤثر بشكل ما على العمل الصحفي، حتى وإن كان هذا التأثير محدوداً أو متوسطاً في بعض الحالات.

يُظهر الجدول رقم(25) توزيع عينة الدراسة حسب شعورهم بأن أدوات الذكاء الاصطناعي قد تهدد من امنهم الوظيفي كصحفيين

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، بشكل كبير	1	6.67%
اشعر بتهديد بسيط	0	0%
لا اشعر باي تهديد	12	80%
على العكس، أرى انها فرصة للتطور	0	0%
غير متأكد	2	13.33%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) أعلاه، أن الغالبية من افراد العينة أي بنسبة 80% لا يشعرون بأن الذكاء الاصطناعي يشكل تهديدًا على أمنهم الوظيفي. هذا يشير إلى مستوى مرتفع من الثقة في أن المهارات الإنسانية، كما بلغت نسبة "نعم، بشكل كبير" - 6.67% من افراد العينة، التي أشارت إلى وجود قلق فردي لدى بعض من افراد العينة حول إمكانية أن تؤدي الأدوات الذكية إلى تقليص الحاجة للعنصر البشري، في حين اقر البعض الاخر من افراد العينة على غير متأكد بنسبة 13.33% التي عكست ضبابية أو ترددًا لدى بعض الافراد في الحكم على تأثير الذكاء الاصطناعي على أمنهم الوظيفي، بالمقابل تساوت نسبة أشعر بتهديد بسيط" و"أراها فرصة للتطور ب 0.00% أي يعني غياب الردود في هذين الخيارين يدل على انقسام حاد في المواقف بين من يرى تهديدًا كبيرًا ومن لا يرى أي تهديد.

يُظهر الجدول رقم(26) توزيع عينة الدراسة على حسب رؤيتهم لمستقبل الصحافة الورقية في ظل الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
ستستمر بقوة	2	%13.33
ستتراجع تدريجيا	6	%40
ستندمج مع الصحافة الرقمية	7	%46.67
ستختفي تماما	0	%0
المجموع	15	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) أعلاه، ان البعض من افراد العينة افادو بنسبة كبيرة ان مستقبل الصحافة الورقية ستندمج مع الصحافة الرقمية في ظل الذكاء الاصطناعي بنسبة %46.67 والتي كانت اكثر فئة ، ويعني ذلك ان مستقبل الصحافة الورقية يكمن استمرارها في الاندماج التدريجي مع المنصات الرقمية والتي بذلك تستفيد من أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التفاعل و تخصيص المحتوى ، في حين نسبة كبيرة من افراد العينة %40 يتوقعون تراجعاً تدريجياً للصحافة الورقية، دون أن تختفي نهائياً في المستقبل القريب، وبنسبة أقلية من الصحفيين %13.33 لا تزال تؤمن بأن الصحافة الورقية وستستمر بقوة وتحافظ على حضورها القوي، بالمقابل أن لا أحدهم افاد العينة يتوقع اختفاء كاملاً للصحافة الورقية.

يُظهر الجدول رقم(27) توزيع عينة الدراسة على حسب المهارات التي يجب ان يكتسبها الصحفي لمواكبة الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
مهارات البرمجة وتطوير الموقع	5	33.33%
تحليل البيانات الضخمة	5	33.33%
التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي	4	26.67%
جميع ما سبق	1	6.67%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ في الجدول رقم (27) اعلاه، انقسامًا واضحًا في آراء افراد العينة حول المهارات التي يجب ان يكتسبها الصحفي لمواكبة التقنيات الذكاء الاصطناعي "تساوت فئتان من افراد العينة المشاركين في الرأي، حيث اختار 33.33% من افراد العينة مهارات البرمجة وتطوير المواقع كما أشار ثلث افراد العينة الى ان الصحفي في العصر الرقمي بحاجة إلى إتقان تقنيات البرمجة وتطوير المواقع، فيما اختار الثلث الاخر أي بنسبة 33.33% أيضا تحليل البيانات الضخمة

حيث تعكس هذه النسبة إدراكًا لأهمية الصحافة المعتمدة على البيانات، بينما يرى الربع من افراد العينة أي بنسبة 26.67% التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي حيث يدرك أهمية استخدام الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، مثل مولدات النصوص، أدوات الترجمة، وتلخيص المحتوى، بالمقابل ان افراد العينة المتبقية بنسبة 6.67% والتي تعتبر النسبة المنخفضة التي اختارت "جميع ما سبق" تعني أن افراد العينة

يفضلون التخصص في مهارة معينة تعليمية مرنة تسمح بتطوير المهارات حسب التوجه المهني.

يُظهر الجدول رقم(28) توزيع عينة الدراسة حسب اعتقادهم بان تقنيات الذكاء الاصطناعي ستؤدي الى تقليل فرص العمل للصحفيين

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، بشكل كبير	3	20%
نعم، الى حد ما	4	26.67%
لا، سنخلق فرص عمل جديدة	5	33.33%
لا اعلم	3	20%
المجموع	15	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) أعلاه، ان النسبة الأكبر من افراد العينة اتجهوا بنسبة 33.33% إلى "لا، سنخلق فرص عمل جديدة" ، على الرغم من القدرة على الاستغناء على بعض المهام الروتينية، في حين ان نسبة من بعض افراد العينة اتجوا الى "نعم، الى حد ما" بنسبة 26.67% وذلك تعبيرا على خوفهم من ان تحل الآلات محل العنصر البشري ، في حين انقسمت فئتين من افراد العينة بنسبة 40% ، الفئة الأولى والتي ادلت ب"نعم، بشكل كبير" بنسبة 20% ترى أن الذكاء الاصطناعي يشكل تهديداً فعلياً وكبيراً لوظائفهم التقليدية، وهو ما يعكس مخاوف حقيقية من الاستبدال، والفئة الثانية التي ادلت ب" لا اعلم" بنسبة 20% والتي عبرت عن عدم وضوح الرؤية، ما يشير إلى غياب المعرفة أو التفاعل الكافي مع الذكاء الاصطناعي، وبالتالي الحاجة إلى مزيد من التكوين والتوعية.

فنلاحظ ان اكبر نسبة ترى بانها أداة داعمة ومكملة للعمل الصحفي، وليس كبديل يُهدد وجود الصحفيين. هذا يدل على الدور الايجابي لهذه التقنية في مجال الاعلام

يُظهر الجدول رقم(29) توزيع عينة الدراسة حسب إمكانية استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز دورهم المهني في ظل الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
التفاعل مع الجمهور	8	53.33%
بناء علامة تجارية شخصية	2	13.33%
نشر الاخبار والتقارير	4	26.67%
جميع ما سبق	3	20%
المجموع	17 ⁴⁵	113.33% ⁴⁶

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) أعلاه، أن أكثر من نصف المشاركين يرون أن التفاعل مع الجمهور بنسبة 53.33% هو الاستخدام الأهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ما يعكس إدراكًا متزايدًا لأهمية الانخراط المباشر مع المتلقين، بينما ثاني أعلى نسبة والتي تكون " نشر الاخبار والتقارير " والتي بلغت نسبتها 26.67%، بينما اختاروا افراد العينة الآخرين "جميع ما سبق" بنسبة 20%، لتكون نسبة "بناء العلامة التجارية الشخصية" والتي قدرت بـ 13.33% كأخر اختيار يمكن للصحفيين التفكير فيه، مما يدل على أن الصحفيين يركزون أكثر على الجانب التواصلية لا التسويقية أو التقريرية في الشبكات الرقمية.

يُظهر الجدول رقم(30) توزيع عينة الدراسة حسب التحديات التي تواجه الصحفيين عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم

⁴⁵ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود اكثر من إجابة للاختيارات

⁴⁶ "مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة".

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نقص التدريب والتأهيل	11	73.33%
قضايا الخصوصية والأمان	0	0%
التحقق من مصداقية المعلومات	7	46.67%
جميع ما سبق	3	20%
المجموع	20 ⁴⁷	140 ⁴⁸ %

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) ان افراد العينة يرون بان اهم التحديات التي تواجههم هي نقص التدريب والتأهيل يمثل التحدي الأكبر كما يراه غالبية افراد العينة، بنسبة تجاوزت 70%. هذا يشير إلى فجوة معرفية ومهارية تعيق التبنّي الفعّال لأدوات الذكاء الاصطناعي، في حين البعض الآخر من افراد العينة يرى بنسبة 46.67% اجاباتهم نحو "التحقق من مصداقية المعلومات"، بالمقابل اتجه بعض افراد العينة الى اختيار إجابة "جميع ماسبق" بنسبة 20%، و المفاجئ أن "قضايا الخصوصية" لم تُعتبر تحدياً، ما قد يعكس إما قلة الوعي بها أو أولوية العوائق المهنية المباشرة مثل المهارات والتكوين.

يُظهر الجدول رقم (31) توزيع عينة الدراسة حسب الدور الأساسي الذي يجب ان يركز عليه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
--------	---------	----------------

⁴⁷ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود اكثر من إجابة للاختيارات

⁴⁸ "مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة".

جمع المعلومات	2	13.33%
تحليل وتفسير الاخبار	7	46.67%
التحقق من صحة المعلومات	8	53.33%
جميع مما سبق	2	13.33%
المجموع	19 ⁴⁹	126.67% ⁵⁰

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31) أعلاه، أن أفراد العينة ان الدور الاساسي الذي يجب التركيز عليه في ظل الذكاء الاصطناعي جمع المعلومات بنسبة 13.33% و تحليل و تفسير بنسبة 46.67%، والتحقق من صحة المعلومات بنسبة 53.33%، بينما جميع مما سبق بنسبة 13.33%، كما اتجهوا نحو "التحقق من صحة المعلومات" بنسبة تفوق 50% والذي يعتبر الدور الأهم للصحفي في العصر الرقمي، ليلبيها بتحليل وتفسير الأخبار بنسبة تفوق الـ 40%، فيما اختار بعض من فئة افراد العينة بنسبة 13.33% لاجابة " جمع المعلومات بالمقابل لنسبة مماثلة لبعض من فئة أخرى من افراد العينة لاجابة "جميع ما سبق" وهذا يعكس تصورًا واضحًا بأن الذكاء الاصطناعي قد يساعد في جمع المعلومات، لكنه لا يستطيع أن يحل محل الوعي النقدي والتحريري للصحفي في التأكد والتفسير.

يُظهر الجدول رقم(32) توزيع عينة الدراسة حسب إمكانية دعم المؤسسات الإعلامية للصحفيين التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
توفير دورات تدريبية	10	66.67%

⁴⁹ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود اكثر من إجابة للاختيارات

⁵⁰ "مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة".

تحديث الأدوات والتقنيات	6	40%
تشجيع الابتكار والتدريب	1	6.67%
جميع ما سبق	2	13.33%
المجموع	19 ⁵¹	126.67% ⁵²

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) أعلاه، انه يمكن للمؤسسات الاعلامية دعم الصحفيين في التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال توفير دورات تدريبية بنسبة 66.67% و تحديث الادوات و التقنيات بنسبة 40% و تشجيع الابتكار و التدريب بنسبة 6.67% و جميع ما سبق بنسبة 13.33% ، على ان اكبر فئة من افراد العينة اتجهوا نحو إجابة "توفير دورات تدريبية" بنسبة 66.67% أي الحاجة لتوفير التدريب بوصفه أولوية لدى الصحفيين، ويأتي تحديث الأدوات و التقنيات بنسبة 40% في المرتبة الثانية، مما يعكس قناعة بأن التقنيات الحديثة دون تكوين كافٍ لا تفي بالغرض، بالمقابل ان فئة معينة من افراد العينة توجهت ل"جميع ماسبق" بنسبة 13.33% ، كما ان ضعف نسبة "تشجيع الابتكار" والتي قدرت بنسبة 6.67% توحى بأن المؤسسات لا تتيح مساحة كبيرة للتجريب، بل تعتمد غالبًا على الحلول الجاهزة.

يُظهر الجدول رقم (33) توزيع عينة الدراسة حسب مدى أهمية التوازن بين استخدام الذكاء الاصطناعي و الحفاظ على القيم الصحفية التقليدية

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
مهم جدا	8	53.33%
مهم الى حد ما	7	46.67%

⁵¹ المجموع يفوق عدد العينة نظرا لوجود اكثر من إجابة للاختيارات

⁵² "مجموع النسب يتجاوز 100% بسبب إمكانية اختيار أكثر من إجابة".

غير مهم	0	%0
لا اعلم	0	%0
المجموع	15	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (33) أعلاه، ان اتجاه افراد العينة بشكل كبير نحو مدى أهمية التوازن بين استخدام الذكاء الاصطناعي و الحفاظ على القيم الصحفية التقليدية ب"مهم جدا " بنسبة 53.33% ، بينما اتجه البعض الاخر من افراد العينة ل"مهم الى حد ما" بنسبة 46.67% ، ليبين أن الذكاء الاصطناعي لا يُنظر إليه كبديل بل كأداة مساعدة يجب أن تظل خاضعة للمبادئ المهنية مثل الصدق، النزاهة، بالمقابل لم تحصل الاجابتين "غير مهم" و "لا اعلم" أي على اختيار من قبل افراد العينة ، فهذا يدل على الخوف من تمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم الصحفية التقليدية لدى الصحفيين على فقدان وظائفهم.

يُظهر الجدول رقم(34) توزيع عينة الدراسة حسب اعتقادهم على قدرتهم على التكيف مع التغيرات التكنولوجية المستقبلية

السؤال	التكرار	النسبة المئوية
نعم، بالتأكيد	12	%80
نعم، الى حد ما	2	%13.33
لا، سيكون الامر صعبا	0	%0
لا اعلم	1	%6.67
المجموع	15	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (34) أعلاه، ان بنسبة 80% من افراد العينة اقروا انهم قادرين على التكيف مع التغيرات التكنولوجية ويُظهرون درجة عالية من التفاؤل، بينما البعض الاخر أجاب ب"نعم الى حد ما" بنسبة 13.33% خوفا من عدم تأقلمهم مع هذه التطورات التكنولوجية خاصة ان البعض منهم اعتاد على الطرق التقليدية والتي أصبحت تتلاشى بوجود هذه التغيرات

الجديدة، فالمقابل فضل احد افراد العينة الإجابة ب"لا اعرف" كما ان لا احد من افراد العينة اعتبر انه سيكون غير قادر على التكيف مع التغيرات التكنولوجية فقد بقيت مابين نعم بشكل كبير و نعم الى حد ما .

يُظهر من التساؤل التالي توزيع عينة الدراسة للتحديات الأخرى التي تواجه الصحفيين مع الذكاء الاصطناعي في عملهم كصحفيين؟

بما أن لدينا إجابتين فقط من 15 فردًا، فإن النسبة المئوية لكل إجابة هي:

13.33% من العينة ذكرت "مواكبة التطور التكنولوجي".

13.33% من العينة ذكرت "نقص التكوين".

"من خلال النتائج، يظهر أن التحديات التي يواجهها الصحفيون تركز أساسًا على صعوبة التكيف مع التقدم التكنولوجي السريع، فضلاً عن نقص التدريب المتخصص في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال. وهذا يبرز الحاجة الملحة إلى برامج تدريبية مستمرة تهدف إلى تطوير مهارات الصحفيين وتمكينهم من مواكبة التحولات التكنولوجية السريعة في قطاع الإعلام."

ثانياً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

الإجابة على السؤال الفرعي الاول :

ماهي دوافع استخدام الصحفي للذكاء الاصطناعي ضمن عمله؟

- أظهرت الدراسة ان أغلب أفراد العينة يمتلكون معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام بنسبة % 66.67 ما يشير إلى وعي عام مقبول، وهذا حسب الجدول رقم 05.

- توصلت الدراسة أيضا الى أن اغلب افراد العينة كان استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي أحيانا فقط بنسبة 40% ، أي انه لا يزال محدودًا وغير منتظم من خلال ما أوضحته في الجدول رقم 06.

- جاءت من خلال الدراسة أيضا ان من يستخدمونه بشكل أسبوعي حصلت على أكثر نسبة ب 40% من عينة الدراسة. وهذا يُشير إلى أن الذكاء الاصطناعي ما زال يُستخدم كأداة مساندة وليس كجزء أساسي ودائم من روتين العمل اليومي، كما هو موضح في الجدول رقم 07.

- وأظهرت الدراسة أيضا على أن اغلب افراد العينة، كانت أبرز استخداماتهم للذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات أو توجهات الجمهور بنسبة 60% ، هذا يدل على إدراكهم للقيمة العملية للذكاء الاصطناعي في فهم الجمهور وتحليل سلوكياته، مما يساعدهم في توجيه المحتوى الإعلامي بشكل أكثر دقة وفعالية، كما جاء في الجدول رقم 08.

- توصلت الدراسة الى ان اغلب افراد العينة يعتمدون على الذكاء الاصطناعي في مرحلة الصياغة والتحرير، بنسبة 66.67%، ويرجع ذلك إلى قدرة الذكاء الاصطناعي على تسهيل الصياغة وتحسين الأسلوب بما يختصر الوقت والجهد التحريري، حسب ما جاء في الجدول رقم 09.

- بينت الدراسة ان أغلب أفراد العينة يستخدمون الذكاء الاصطناعي لتقليل الجهد البدني و الذهني بنسبة 64.67%، و هذا لاعتبارها أهم ميزة من مميزات تقنية الذكاء الاصطناعي في العملية الإعلامية، كما جاء في الجدول رقم 10

- وبينت الدراسة أيضا اغلب أفراد العينة أي بنسبة 80% لم يتلقوا أي تدريب على أدوات الذكاء الاصطناعي، وهذا يدل على وجود نقص واضح في التأهيل والتدريب المهني، رغم استخدام بعض الصحفيين لهذه الأدوات، حسب ماهو موضح في جدول رقم 11.

- جاءت من خلال هذه الدراسة أيضا ان اغلب افراد العينة مستعدون الى حد ما بنسبة 73.33%، لتعلمهم كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، ويُشير ذلك إلى وجود قابلية مبدئية لتبني الذكاء الاصطناعي تعكس وعيًا متزايدًا بأهميته في تطوير الممارسة الصحفية، كما جاء في الجدول رقم 12.

- كشفت الدراسة أيضا ان اغلب افراد العينة بنسبة 53.33% أن المعلومات "غير دقيقة أحيانًا"، ويُعبر هذا إلى اعتماد بعض أدوات الذكاء الاصطناعي على بيانات غير موثوقة أو عدم قدرتها على فهم السياق الصحفي بدقة، كما هو موضح في الجدول رقم 13.

2. الإجابة على السؤال الفرعي الثاني :

ماهي الآثار الناجمة من الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي ؟ .

- توصلت الدراسة الى أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي ساهم في تحسين جودة كتابتهم وصياغتهم الصحفية تحسن بسيط بنسبة 60%، ويدل هذا على أن الذكاء الاصطناعي يقدم دعمًا تقنيًا جزئيًا في الصياغة، دون أن يحدث تحولًا جذريًا في أساليب الكتابة الصحفية، كما هو موضح في الجدول رقم 14

- وبينت الدراسة أيضا ان أغلب أفراد العينة ترى ان تقنيات الذكاء الاصطناعي عملت على تحسين جودة المحتوى الصحفي بشكل طفيف بنسبة 66.67% وهذا يوضح أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم كأداة مساعدة لتحسين المحتوى، لكن دون أن يحدث تأثيرًا عميقًا أو تغييرًا جوهريًا في جودة الإنتاج الصحفي، كما هو موضح في جدول رقم 15.

- جاءت من خلال هذه الدراسة أيضا ان اغلب افراد العينة أي بنسبة 80% يرون أن الذكاء الاصطناعي يمنحهم وقتًا إضافيًا "إلى حد ما" للتركيز على الجوانب الإبداعية في العمل الصحفي، وهذا يدل على أن الذكاء الاصطناعي يُسهم في تخفيف الأعباء التقنية والروتينية، مما يتيح للصحفيين مساحة أكبر للاشتغال على الجوانب الإبداعية والتحريرية، كما هو موضح حسب الجدول رقم 16.

- كشفت هذه الدراسة ان اغلبية افراد العينة أي بنسبة 60% يجدون أن الذكاء الاصطناعي يساعدهم أحيانًا في الوصول إلى المعلومات أو المصادر بشكل أسرع من الطرق اليدوية، وهذا يدل على أن الذكاء الاصطناعي بدأ يُسهّل الوصول إلى المعلومات، مما يعزز كفاءة الصحفيين في جمع المعطيات بشكل أسرع، من خلال ما تبينه الجدول رقم 17.

- أوضحت الدراسة ان أفراد من العينة يرون أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يقدم مساعدة فعالة الى حد ما والتي حصلت على أكثر نسبة قدرت ب 53.33% في مجالات متعددة من العمل الصحفي في جمع البيانات وتحليلها، وهو ما يعكس الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي في تتبع الاتجاهات وتفسير سلوك الجمهور وان يقدم حلول سريعة لبعض الإشكاليات في توفير المعلومات، حسب ما جاء في الجدول رقم 18.

- أبرزت الدراسة أيضا على ان غالبية افراد العينة ان اكثر المجالات التي يمكن للذكاء الاصطناعي ان يساعدهم فيها هي جمع البيانات وتحليلها بنسبة 53.33%، وهذا يدل على اعتماد الصحفيين على الذكاء الاصطناعي في الجوانب التحليلية أكثر من الإبداعية، كما جاء في الجدول رقم 19.

- رأينا ان ما توصلت اليه الدراسة ان هناك انقسامًا واضحًا في آراء أفراد العينة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الجوانب الإنسانية والأخلاقية في العمل الصحفي حيث "تساوت فئتان من أفراد العينة المشاركين في الرأي، حيث اختار 33.33% أن الذكاء الاصطناعي يؤثر أحيانًا على الجوانب الأخلاقية، بينما رأى نفس النسبة أنه لا يؤثر، وهذا

الاختلاف يعبر عن التفاوت في المراحل العمرية والفكرية يؤثر عللا رأي كل فئة، كما وضعه الجدول رقم 20.

- توصلت الدراسة بأن 40% من غالبية أفراد العينة يشعرون بفقدان طفيف للأصالة، مما يدل على أن هناك درجة من الحذر أو القلق المحدود تجاه الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي، خصوصًا في المهام التي تتطلب أسلوبًا شخصيًا أو بعدًا إنسانيًا في المعالجة الإعلامية، كما هو موضح في الجدول رقم 21.

- أظهرت الدراسة بأن 86.67% من اغلبية افراد العينة واجهوا مشكلات في الدقة أو المصادقية "أحيانًا"، ما يعكس إدراكًا عامًا بين الصحفيين بأن الذكاء الاصطناعي قد لا يكون دائمًا مصدرًا موثوقًا أو دقيقًا للمعلومات، خصوصًا عند استخدامه في المهام المتعلقة بالبحث أو إنتاج المحتوى، كما هو موضح في الجدول رقم 22.

- برزت الدراسة أن 40% من افراد العينة يشعرون بفقدان طفيف للأصالة، مما يدل على أن هناك درجة من الحذر أو القلق المحدود تجاه الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي، خصوصًا في المهام التي تتطلب أسلوبًا شخصيًا أو بعدًا إنسانيًا في المعالجة الإعلامية، كما هو موضح في الجدول رقم 23.

3. الإجابة على السؤال الفرعي الثالث:

ماهي التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي؟

- وضحت الدراسة ان النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة 73.33% أبدوا رأيًا مفاده أن الذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل متوسط على دور الصحفي التقليدي، وهذا يدل على أن الصحفيين يرون الذكاء الاصطناعي كتغيير جزئي لا يلغي دورهم بل يكمله، كما وضعه الجدول رقم 24.

- توصلت الدراسة الى أن الغالبية من أفراد العينة أي بنسبة 80% لا يشعرون بأن الذكاء الاصطناعي يشكل تهديدًا على أمنهم الوظيفي، هذا يشير إلى مستوى مرتفع من الثقة في أن المهارات الإنسانية، كما هو واضح في الجدول رقم 25.

- بينت الدراسة ان البعض من أفراد العينة أفادوا بنسبة كبيرة ان مستقبل الصحافة الورقية ستندمج مع الصحافة الرقمية في ظل الذكاء الاصطناعي بنسبة 46.67% والتي كانت أكثر فئة ، ويعني ذلك ان مستقبل الصحافة الورقية يكمن استمرارها في الاندماج التدريجي مع المنصات الرقمية والتي بذلك تستفيد من أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التفاعل و تخصيص المحتوى، ولكن لا احد يتوقع ان تختفي الصحافة الورقية لأنها تبقى هي الأصل، كما هو واضح في الجدول رقم 26.

- توصلت الدراسة على ان افراد العينة انقسموا الى فئتين حول المهارات التي يجب ان يكتسبها الصحفي لمواكبة التقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 33.33% ، حيث أشار ثلث أفراد العينة إلى أن الصحفي في العصر الرقمي يحتاج إلى إتقان مهارات البرمجة وتطوير المواقع، في حين رأى الثلث الآخر بنسبة 33.33% أن تحليل البيانات الضخمة يمثل أولوية ضمن المهارات الرقمية المطلوبة، هذا يدل على أهمية المهارات التقنية المتنوعة في الصحافة الحديثة، حيث تتوزع الأولويات بين البرمجة وتحليل البيانات، حسب ما هو موضح في الجدول رقم 27.

- كشفت الدراسة أيضا ان اغلب افراد العينة اتجهوا بنسبة 33.33% في اعتقادهم بان تقنيات الذكاء الاصطناعي ستؤدي الى تقليل فرص العمل للصحفيين إلى "لا، ستخلق فرص عمل جديدة" ، على الرغم من القدرة على الاستغناء على بعض المهام الروتينية، وهذا يدل على تفاؤل الصحفيين بأن الذكاء الاصطناعي سيسهم في خلق وظائف جديدة رغم استبداله لبعض المهام الروتينية، كما وضحه الجدول رقم 28.

- جاءت من خلال هذه الدراسة أيضا ان غالبية افراد العينة حسب إمكانية استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز دورهم المهني في ظل الذكاء الاصطناعي، يرون أن التفاعل مع الجمهور بنسبة 53.33% هو الاستخدام الأهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ما يعكس إدراكًا متزايدًا لأهمية الانخراط المباشر مع المتلقين، كما جاء في الجدول رقم 29.
- أظهرت الدراسة أيضا ان اغلبية افراد العينة بنسبة تجاوزت 70% الى ان اكبر التحديات التي تواجههم عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم هي نقص التدريب والتأهيل، هذا يشير إلى فجوة معرفية ومهارية تعيق التبني الفعال لأدوات الذكاء الاصطناعي، حسب ما جاء به الجدول رقم 30.
- كشفت الدراسة أيضا على ان اغلبية افراد العينة اتجهوا نحو التحقق من صحة المعلومات بنسبة 53.33% من الدور الأساسي الذي يجب ان يركز عليه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي، وهذا يدل على أن الصحفيين يرون في التحقق من المعلومات دورًا محوريًا لا يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعوّضه، كما جاء في الجدول رقم 31.
- كشفت الدراسة أيضا على ان اغلب افراد العينة اتجهوا بنسبة 66.67% لإمكانية دعم المؤسسات الإعلامية للصحفيين التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، بتوفير دورات تدريبية، وهذا يدل على وعي بأهمية التكوين المستمر لتمكين الصحفيين من مواكبة التحولات التقنية، كما هو موضح في جدول رقم 32.
- اسفرت الدراسة الى ان غالبية افراد العينة اتجهوا نحو أهمية التوازن بين استخدام الذكاء الاصطناعي و الحفاظ على القيم الصحفية التقليدية بنسبة 53.33% حيث يرون انه مهم جدا، وهذا يدل على حرص الصحفيين على دمج التقنيات الحديثة دون التفريط في المبادئ المهنية والأخلاقية للصحافة، كما جاء في الجدول رقم 33.
- توصلت الدراسة أيضا الى ان غالبية افراد العينة اقروا انهم قادرين على التكيف مع التغيرات التكنولوجية بنسبة 80% ويُظهرون درجة عالية من التفاؤل، وهذا يدل على

استعداد قوي لدى الصحفيين لمواكبة التحول الرقمي والانخراط الإيجابي في بيئة إعلامية متجددة، حسب ما جاء به الجدول رقم 34.

- "تُظهر هذه الدراسة الى ان غالبية افراد العينة اقرؤا بأن أبرز التحديات الأخرى التي تواجههم في التعامل مع الذكاء الاصطناعي تتمثل في مواكبة التطور التكنولوجي ونقص التكوين، بنسبة متساوية بلغت 13.33% لكل منهما، ما يعكس محدودية الوعي أو غياب تصور شامل لدى البعض حول طبيعة هذه التحديات.

ثالثاً: النتائج العامة

- يعتمد الصحفيون بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي في الصياغة والتحرير، بينما يظل استخدامه محدوداً في التدقيق اللغوي.
- التحديات الأساسية تتعلق بمواكبة التطورات التقنية السريعة ونقص التكوين المتخصص.
- تقنية الذكاء الاصطناعي ليست عبارة على تهديدًا حقيقياً، رغم وجود بعض المخاوف.
- أبدى العديد من الصحفيين استعداداً لتعلم أدوات الذكاء الاصطناعي.
- تساعد تقنية الذكاء الاصطناعي في تسريع الوصول إلى المعلومات مقارنة بالطرق التقليدية.
- تُساهم تقنية الذكاء الاصطناعي في رفع الإنتاجية وتحسين كفاءة العمل الصحفي.
- تبرز الحاجة إلى دورات تدريبية مستمرة لتأهيل الصحفيين لمواكبة التحولات التقنية.
- تُسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة العمل الصحفي عبر تسريع عمليات جمع المعلومات، تحسين دقة التحرير، وتوفير أدوات متقدمة للتحقق من صحة الأخبار، مما يرفع من جودة المحتوى ويساعد الصحفيين على التركيز على الجوانب الإبداعية والتحليلية.

خاتمة

من خلال ما تطرقنا إليه من جميع فصول هذه الدراسة من الإشكالية إلى تفسير واستخلاص نتائج الدراسة الميدانية، يمكننا القول إن مهنة الصحفي تشهد تحولاً جذرياً في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث لم يعد الدور الصحفي مقتصرًا على جمع المعلومات وصياغتها فحسب، بل أصبح الصحفي مطالبًا بتطوير مهاراته التقنية والتحليلية لمواكبة التغيرات السريعة في بيئة العمل الإعلامي.

فالذكاء الاصطناعي وإن ساهم في تسريع وتسهيل العمليات الصحفية، فإنه في المقابل يطرح تحديات تتعلق بالمصداقية، والدقة، وأخلاقيات المهنة، فضلاً عن تهديدات محتملة لمناصب العمل التقليدية، إلا أن النتائج الميدانية للدراسة أظهرت أن الصحفيين لا ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي كبديل كامل عن العنصر البشري، بل كأداة مساعدة تتطلب فطنة مهنية لا يمكن أن يوفرها الذكاء الاصطناعي وحده.

وبالتالي فإن مستقبل الصحافة لن يكون بإقصاء الصحفي لصالح التكنولوجيا، بل بإعادة تعريف أدواره وتكييفها مع متطلبات العصر الرقمي، مما يستدعي تكوينًا مستمرًا، ووعيًا نقديًا، وتحديثًا دائمًا للمعارف والمهارات.

وكما قال الصحفي الأمريكي والتر ليبمان: "الصحافة هي الضوء الذي يساعدنا على رؤية الحقيقة في فوضى الأحداث."

ومن هنا، فإن الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي مدعو لأن يكون هو من يوجه هذا الضوء، لا من يُستبدل به.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

- إبراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2009، رام الله، ص 260.
- الامام العلامة ابن منظور، لسان العرب، دار احياء التراث العربي، بيروت-لبنان، ط3، الجزء 14، 1999، ص 230.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011 م، ص 74، 75.
- بلقي فطوم، منهجية البحث في علوم الاعلام والاتصال، د/ن، ص6.
- بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في تكنولوجيا الاتصال و الراي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة ، مصر ، 2008، ص 125 .
- د. سالم محمد معوض - الصحافة الاعلامية وتقنياتها الاتصالية - دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان 2019، ص127.
- د. لمياء محسن محمد، مجالات الذكاء الاصطناعي تطبيقات واخلاقيات، دار العربي للنشر والتوزيع، سنة 2023، ص241.
- رحيم يونس كرو الزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار العجلة، ط1، 2008، عمان، 2017 ص 102.
- زياد أحمد الطويسي، مجتمع البحث والعيّنات، مديرية تربية لواء البتراء، 2001، ص6.
- عادل عبد النور بن عبد النور - مدخل الى عالم الذكاء الاصطناعي، د/ن، - المملكة العربية السعودية - مدينة الملك عبد العزيز للعلوم، 24ديسمبر 2005، التقنية ص8.
- محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، 0222، ص، 24

- محمد علي ابو العلا، فن الاتصال الجماهيري بين النظرية و التطبيق، ط1، دار العلم و الايمان للنشر و التوزيع، دمشق، سوريا، 2013 م، ص 83، 84.
- محمد لبيب النجحي، محمد منير مرسى: البحث التربوي-اصوله ومناهجه - ط3، عال الكتب القاهرة، مصر، 1994، ص 185
- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010 م، ص 297 .
- هيللا يريد روبرت، الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، مراجعة: أحمد نوري، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية، ط: 01، 2014، ص 19.

ثانيا: المقالات

- أسماء محمد مصطفى عرام، مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي(صحافة الروبوت نموذجاً)، مجلة البحوث الإعلامية، العدد58، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2021م.
- إشراف الدكتور عبد الرحمن بدوي، الموسوعة الفلسفية العربية، الجزء الثاني، معهد الإنماء العربي - بيروت، 2003.
- أمل صادق، التحولات الرقمية وتأثيرها على مهنة الصحافة، مجلة البحوث الإعلامية، العدد42، 2021، ص-ص 112-130.
- إضاءات نشرة توعوية، "الذكاء الاصطناعي" Intelligence Artificial، المجلد، 13 العدد، 4 معهد الدراسات المصرفية، الكويت، 2021 ص10.
- بوبكر بوعزيز، مصادر الخبر الصحفي، من وكالة الأنباء إلى الفيس بوك، جامعة الجلفة، مجلة آفاق للعلوم، د/م، العدد السابع، مارس، 2017، ص 166.
- خيرة خديم، محمد برقان، الصحفي المحترف في عصر الاعلام الجديد -دراسة في الإمكانيات التجاوزات والتهديدات- مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مجلد، 13، عدد، 02 ديسمبر 2018، ص 120.

- د. السعيد مزروع، الباحثة فاطمة الزهراء زيدان، " ماهية الصحافة المتخصصة والصحافة الرياضية، مجلة علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي جامعة محمد خيضر - بسكرة - ص 1.
- عائشة محمود عاطف ابو هذب، استخدام تقنيات الجيل السابع للذكاء الاصطناعي وتأثيرها على أداء الصحفيين المصريين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 89، الجزء 3، 2024.
- ياسين قرناني، سحر أم الرتم، الصحفي بين واجب الخدمة العمومية والضغوطات المهنية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، مجلة الرواق، د/م، العدد الرابع، ديسمبر: 2016، ص 26.
- يحي محمد ربيع أزيبي، باحث ماجستير - دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات الصحية دراسة حالة مستشفيات صحة جازان The role of intelligence in health services A case study of Jazan Health Hospital، ص 35-36، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، مجلد 4 عدد 8 يناير 2024.
- بدون. م، مجلة الصحفي الجزائري، المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، العدد 15، 2021، ص 22.
- ثالثا: رسائل ماجستير
- إسماعيل شكري معمر، تطور مكانة الصحفي في التشريع الإعلامي الجزائري - دراسة وصفية تحليلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، 2018/2017، ص 44.
- عجال يونس، حقوق وواجبات الصحفيين منذ 1990 إلى 2014 - دراسة مسحية لآراء عينة من الصحفيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، 2015/2014، ص 183.

رابعا: التقارير المنشورة والغير منشورة

- فضيل دليو، مدخل الى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، طبعة الكترونية، بن عكنون - الجزائر، مارس 2024، ص 178.
- ينظر مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي إعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، ط1، 2000م، ص، 174.

خامسا: المعاجم

- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة للنشر والتوزيع بالقاهرة، 2000، ط 4، ص. 587.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

كلية: العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان :

مصير الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي

دراسة ميدانية ل صحفي إذاعة الوادي

الأستاذة المشرفة:

منى بوازدية

من إعداد الطالبات:

مريم شعباني

كنزة عدوكة

ملاحظة:

يشرفنا ان نتقدم الى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات انجاز
مذكرة الماستر تحت عنوان: مصير الصحفيين في ظل الذكاء الاصطناعي دراسة
ميدانية ل صحفي إذاعة الوادي الجهوية، ونعلمكم ان الإجراءات المقدمة من طرفكم تحظى
بالأهمية البالغة لدينا، و بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
نشكركم شكرا جزيلا على مساعدتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة وبالصرامة

السنة الجامعية: 2025/2024

المحور الاول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر ☐

أنثى ☐

2- العمر:

- من 21 سنة الى 30 سنة ☐

- من 31 سنة الى 40 سنة ☐

- من 41 فأكثر ☐

- نوع المنصب في المؤسسة

- محرر ☐

- مذيع ☐

- مراسل ☐

- مخرج ☐

3- مدة العمل في مجال العمل الصحفي:

- من 3 سنوات الى 5 سنوات ☐

- من 5 سنوات الى 10 سنوات ☐

- من 10 سنوات الى 15 سنة ☐

- من 15 سنة فما أكثر ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام الصحفي على الذكاء الاصطناعي ضمن عمله

1- ما مدى معرفتك بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المجال الإعلامي؟

- معرفة عميقة ☐

- معرفة متوسطة ☐

- معرفة سطحي ☐

2- هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك الصحفي؟

- أحيانا ☐

- نادرا ☐

- دائما ☐

3- هل استخدامك لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك الصحفي؟

- يومي ☐

- أسبوعي ☐

- شهري ☐

4- في ماذا تستخدم فيها الذكاء الاصطناعي بشكل أساسي ؟

- كتابة الاخبار ☐

- التحرير اللغوي ☐

- توليد العناوين ☐

- البحث عن مصادر معلومات ☐

- تحليل بيانات أو توجهات الجمهور ☐

- أخرى اذكرها

5- هل تعتمد على الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل إنتاج المادة الصحفية، أم في

مراحل محددة فقط؟

- جميع المراحل ☐

- مرحلة البحث وجمع المعلومات ☐

- مرحلة الصياغة والتحرير ☐

- مرحلة التدقيق اللغوي ☐

6- ما الأسباب التي تدفعك لاستخدام الذكاء الاصطناعي في عملك؟

- تسريع إنتاج المحتوى ☐

- تقليل الجهد البدني والذهني ☐
- تحسين جودة التحرير ☐
- التوجيه من المؤسسة أو الإدارة ☐
- جمع وتحليل البيانات ☐

7- هل تلقيت تدريباً على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في عملك؟

- نعم ☐
- لا ☐
- احتاج الى تدريب ☐

8- ما مدى استعدادك لتعلم واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في عملك الصحفي؟

- مستعد جداً ☐
- مستعد الى حد ما ☐
- غير مستعد ☐

9- ما مدى دقة المعلومات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي في نظرك؟

- دقيقة جداً ☐
- دقيقة غالباً ☐
- غير دقيقة أحياناً ☐
- غير دقيقة إطلاقاً ☐

المحور الثالث: التأثيرات الايجابية والسلبية للذكاء الاصطناعي على عمل الصحفي

10- هل ساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الكتابة أو الصياغة الصحفية لديك؟

- نعم، تحسن ملحوظ ☐
- تحسن بسيط ☐
- لا يوجد تأثير ☐
- يؤثر سلباً على الجودة ☐

-

11- كيف تقيم تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الصحفي؟

- يحسن من الجودة بشكل كبير ☐
- يحسن الجودة بشكل طفيف ☐
- لا يؤثر على الجودة ☐
- يقلل من الجودة ☐

12- هل ترى ان الذكاء الاصطناعي يمنحك وقتا إضافيا للتركيز على الجوانب الإبداعية في عملك؟

- نعم، تماما ☐
- نعم، الى حد ما ☐
- لا، اشعر بفرق ☐
- لا، يعطيني أحيانا ☐

13- هل ساعدك الذكاء الاصطناعي في الوصول الى معلومات أو مصادر أسرع مما كنت تفعل يدويا؟

- دائما ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐

14- هل ترى ان الذكاء الاصطناعي يساعد في تحليل البيانات لفهم الجمهور أو الاتجاهات الإعلامية؟

- بشكل فعال جدا ☐
- فعال الى حد ما ☐
- لم أجربه في هذا المجال ☐

15- ما المجالات التي تعتقد ان الذكاء الاصطناعي يمكن ان يساعد فيها الصحفيين؟

- جمع البيانات وتحليله ☐

- كتابة التقارير الإخبارية

- تحرير المحتوى

- جميع ما سبق

16- هل ترى ان الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يضعف الجانب الإنساني و الأخلاقي

في الصحافة؟

- نعم، بشكل واضح

- أحيانا

- لا، يؤثر

- يساعد في الحفاظ على الحيادية

17- هل تشعر ان الذكاء الاصطناعي قد يهدد مستقبلك المهني كصحفي ؟

- نعم، اشعر بقلق كبير

- اشعر بقلق بسيط

- لا اشعر باي تهديد

- لا اعرف

18- هل واجهت مشاكل في دقة أو مصداقية المعلومات التي يقدمها الذكاء

الاصطناعي؟

- كثيرا

- أحيانا

- نادرا

- أبدا

19- هل يسبب لك استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل شعورا بفقدان الهوية أو

الأصالة الصحفية؟

- نعم، بشكل كبي

- قليلا
- لا، اشعر بذلك
- على العكس يعززها
- لم استخدمه بما يكفي للحكم

المحور الرابع: التحديات التي تواجه الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي

1- ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على دور الصحفي التقليدي؟

- تأثير كبير
- تأثير متوسط
- تأثير ضئيل
- لا تأثير

2- هل تشعر بان أدوات الذكاء الاصطناعي تهدد امن وظيفتك كصحفي؟

- نعم، بشكل كبير
- اشعر بتهديد بسيط
- لا اشعر باي تهديد
- على العكس، أرى أنها فرصة للتطور
- غير متأكد

3- كيف ترى مستقبل الصحافة الورقية في ظل الذكاء الاصطناعي؟

- ستستمر بقوة
- ستتراجع تدريجيا
- ستندمج مع الصحافة الرقمية
- ستختفي تماما

4- ما المهارات التي يجب ان يكتسبها الصحفي لمواكبة التقنيات الذكاء الاصطناعي؟

- مهارات البرمجة وتطوير المواقع

- تحليل البيانات الضخمة
- التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي
- جميع ما سبق

5- هل تعتقد ان تقنيات الذكاء الاصطناعي ستؤدي الى تقليل الفرص العمل للصحفيين؟

- نعم، بشكل كبير
- نعم، الى حد ما
- لا، ستخلق فرص عمل جديدة
- لا اعلم

6- كيف يمكن للصحفيين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز دورهم المهني؟

- التفاعل مع الجمهور
- بناء علامة تجارية شخصية
- نشر الأخبار والتقارير
- جميع ما سبق

7- ما التحديات التي تواجه الصحفيين عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم؟

- نقص التدريب والتأهيل
- قضايا الخصوصية والأمان
- التحقق من مصداقية المعلومات
- جميع ما سبق

8- هل تعتقد ان الصحفيين سيكونون قادرين على التكيف مع التغيرات التكنولوجية المستقبلية؟

- نعم، بالتأكيد

- نعم، الى حد ما

- لا، سيكون الأمر صعبا

- لا اعلم

9- ماهي التحديات الأخرى التي تواجهك مع الذكاء الاصطناعي في عملك كصحفي؟

.....