



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة سعيدة الدكتور الطاهر مولاي
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص الصحافة إلكترونية ومطبوعة

استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
دراسة ميدانية بإذاعة سعيدة الجهوية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة إلكترونية ومطبوعة

إشراف الأستاذة:
- حمادي صبرينة

إعداد الطالبة:
- قداري فتيحة

اللجنة المناقشة

مُقرّرًا
ناقشًا
رئيسًا

الأستاذ (ة)
الأستاذ (ة)
الأستاذ (ة)

الموسم الجامعي: 2025/2024



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة سعيدة الدكتور الطاهر مولاي
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص الصحافة إلكترونية ومطبوعة

استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
دراسة ميدانية بإذاعة سعيدة الجهوية

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة إلكترونية ومطبوعة

إعداد الطالبة: -
إشراف الأستاذة: -
قداري فتيحة - حمادي صبرينة

اللجنة المناقشة

مُقرّر	الأستاذ (ة)
ناقشاً	الأستاذ (ة)
رئيساً	الأستاذ (ة)

الموسم الجامعي: 2025/2024

شكر وتقدير

لَقَالِي تَغَالَى كَثُرَ ° تَمُّ ° لِأَزِيدَ نَكُّمُ °

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له وعلى كل
نعمه وفضله وكرمه

نقدم شكرنا لصاحب الفضل في إكمال هذا العمل على أكمل
وجه الأستاذة حمادي صبرينة التي كانت نعم المشرفة لما قدمتها
لنا من دعم معنوي فشكرا لك أستاذتي المحترمة...

كما لا ننسى شكر موظفين إذاعة سعيدة الجهوية - سعيدة -

إهداء

إلى أبي الغالي " رحمه الله "

اهدي تخرجي أولاً إلى أبي الحاضر بقلبي دائماً تخرجت يا أبي وأي فرحة بدونك ناقصة
تخرجت وغصة البكاء تخنقني كنت أتمنى انك الان بجانبني وأول من يسمع بتخرجي
لقد فعلتها يا أبي لتتم قرير العين تفاخر بأبتك عند اهل السماء كان شرفي الأول حمل
اسمك

بكل فخر أهدي تخرجي وفرحتي التي انتظرتها طويلاً إلى من كانوا مصدر الدعم والعطاء
دائماً

إلى أُمي الحبيبة

إلى من كانت الداعم الأول لتحقيق طموحي إلى من كانت ملجأً ويدي اليمنى في هذه
المرحلة

إلى من أبصرت بها طريق حياتي واعتزازي بذاتي إلى القلب الحنون إلى من كانت دعواتها
تحيطني

إلى أخواني وإخواني

إلى مصدر قوتي الداعمين والساندين إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى ضلعي ثابت وأمان أيامي
إلى من جهم يعلو فوق كل حب لكل من كانوا عوناً وسنداً في هذا الطريق .. إلى نوري
المضاء

.....قداري فتيحة

فهرس المحتويات

	إهداء
	شكر
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
	الإطار المنهجي
01	1- الإشكالية الدراسة:
02	2- أسباب اختيار الموضوع:
02	3- أهمية الدراسة:
03	4- أهداف الدراسة
03	5- الدراسات السابقة
10	6- تحديد المصطلحات
13	7- مجالات الدراسة
14	8- عينة الدراسة
14	9- أدوات جمع البيانات
15	10- المقاربة النظرية للدراسة:
	الفصل الأول: مدخل عام إلى الذكاء الاصطناعي
18	تمهيد:
19	المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي
19	المطلب الأول: تعريف الذكاء الاصطناعي
21	المطلب الثاني: نشأة الذكاء الاصطناعي
22	المطلب الثالث: أنواع الذكاء الاصطناعي
23	المبحث الثاني: مجالات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وأهميته

23	المطلب الأول: مجالات الذكاء الاصطناعي
25	المطلب الثاني: كثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي استخداماً
28	المطلب الثالث: أهداف الذكاء الاصطناعي وأهميتها
30	خلاصة
	الفصل الثاني: المؤسسات الإعلامية واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
31	تمهيد:
32	المبحث الأول: مدخل عام إلى المؤسسة الإعلامية
32	المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإعلامية
34	المطلب الثاني: الوظائف المؤسسة الإعلامية
36	المطلب الثالث: أهداف المؤسسات الإعلامية
37	المبحث الثاني: التحولات الرقمية للمؤسسة الإعلامية
37	المطلب الأول: أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتويات الإعلامية
41	المطلب الثاني: استخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي
46	المطلب الثالث: تحديات التوظيف الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلامي
48	خلاصة
	الإطار التطبيقي
49	تمهيد:
50	المبحث الأول: دراسة ميدانية بإذاعة سعيدة
52	المطلب الأول: إذاعة سعيدة الجهوية
52	المطلب الثاني: مهام إذاعة سعيدة
86	المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات ومناقشتها
88	المطلب الأول: عرض نتائج وتحليلها
88	المطلب الثاني: عرض نتائج الدراسة العامة
88	المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
90	توصيات

فهرس المحتويات

92	خاتمة
93	قائمة المصادر والمراجع
97	ملاحق

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	52
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر	53
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	54
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل	56
05	يبين الاستجابات حول اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي	58
06	يبين الاستجابات حول مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالنسبة للفرد	59
07	يبين الاستجابات حول مصدر المعرفة بهذه التطبيقات	61
08	يبين الاستجابات حول التطبيقات الذكية الأكثر استخداما بإذاعة سعيدة الجهوية	62
09	يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقتصر على أقسام محددة أو يشمل جميع الأقسام	63
10	يبين الاستجابات حول خضوع موظفي إذاعة سعيدة الجهوية إلى تكوين في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي	64
11	يبين الاستجابات حول استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	65
12	يبين الاستجابات حول مساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة	66
13	يبين الاستجابات حول استخدام إذاعة سعيدة تطبيقات ذكية مدفوعة أو مجانية	67
14	يبين الاستجابات حول كيفية تحمل تكاليف استخدام تطبيقات ذكية مدفوعة في إذاعة سعيدة الجهوية	68
15	يبين الاستجابات حول مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي داخل إذاعة سعيدة الجهوية	69
16	يبين الاستجابات حول المجال الأكثر أولوية لتطبيق الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية	71
17	يبين الاستجابات حول اعتبار استخدام إذاعة سعيدة الجهوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أساسيا في العمل الإعلامي أم مكمل له	72

73	يبين الاستجابات حول مدى أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي	18
74	يبين الاستجابات حول مساعدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقليل الضغط المهني على الصحفي	19
75	يبين الاستجابات حول صعوبات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إذاعة سعيدة الجهوية	20
77	يبين الاستجابات حول نوع الصعوبات	21
78	يبين الاستجابات حول ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	22
79	يبين الاستجابات حول إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية	23
80	يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تهديدا لعمل الصحفي	24
81	يبين الاستجابات حول تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية العمل الإعلامي	25
82	يبين الاستجابات حول المخاطر التي تسببها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي	26
83	يبين ارتباط اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليوم مع التطبيقات الذكية الأكثر استخداما بإذاعة سعيدة الجهوية	27
84	يبين ارتباط استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي مع مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة	28
85	يبين ارتباط ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية	29
85	يبين ارتباط ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية	30

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	52
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر	53
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	55
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل	57
05	يبين الاستجابات حول اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي	58
06	يبين الاستجابات حول مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالنسبة للفرد	60
07	يبين الاستجابات حول مصدر المعرفة بهذه التطبيقات	61
08	يبين الاستجابات حول التطبيقات الذكية الأكثر استخداما بإذاعة سعيدة الجهوية	62
09	يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقتصر على أقسام محددة أو يشمل جميع الأقسام	63
10	يبين الاستجابات حول خضوع موظفي إذاعة سعيدة الجهوية إلى تكوين في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي	64
11	يبين الاستجابات حول استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	65
12	يبين الاستجابات حول مساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة	66
13	يبين الاستجابات حول استخدام إذاعة سعيدة تطبيقات ذكية مدفوعة أو مجانية	67
14	يبين الاستجابات حول كيفية تحمل تكاليف استخدام تطبيقات ذكية مدفوعة في إذاعة سعيدة الجهوية	68
15	يبين الاستجابات حول مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي داخل إذاعة سعيدة الجهوية	70
16	يبين الاستجابات حول المجال الأكثر أولوية لتطبيق الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية	71
17	يبين الاستجابات حول اعتبار استخدام إذاعة سعيدة الجهوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أساسيا في العمل الإعلامي أم مكمل له	72

73	يبين الاستجابات حول مدى أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي	18
74	يبين الاستجابات حول مساعدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقليل الضغط المهني على الصحفي	19
76	يبين الاستجابات حول صعوبات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إذاعة سعيدة الجهوية	20
77	يبين الاستجابات حول نوع الصعوبات	21
78	يبين الاستجابات حول ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	22
79	يبين الاستجابات حول إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية	23
80	يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تهديدا لعمل الصحفي	24
81	يبين الاستجابات حول تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية العمل الإعلامي	25
82	يبين الاستجابات حول المخاطر التي تسببها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي	26
83	يبين ارتباط اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليوم مع التطبيقات الذكية الأكثر استخداما بإذاعة سعيدة الجهوية	27
84	يبين ارتباط استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي مع مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة	28
84	يبين ارتباط ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء	29
85	الاصطناعي مع إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية	30

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
97	استمارة	01
102	هيكل التنظيمي	02

مقدمة

يشهد العصر الحالي تحولات جذرية في مختلف القطاعات ولا يستثنى من ذلك القطاع الإعلامي الذي يواجه تحديات وفرصا غير مسبقة، وفي هذا التطور المتسارع يبرز الذكاء الاصطناعي كقوة دافعة لإعادة تشكيل ملامح العمل الإعلامي، محدثا تغيرات جوهرية في طرق أنتاج المحتوى وتوزيعه واستهلاكه.

لقد أضى الذكاء الاصطناعي أداة لا غنى عنها في العديد من الصناعات، وبدأ حضوره يتزايد بشكل ملحوظ في المؤسسات الإعلامية. فمن خلال تطبيقاته المتنوعة، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في أتمتة المهام الروتينية، وتحليل البيانات الضخمة لفهم سلوك الجمهور وتفضيلاته، وتحسين جودة الإنتاج وسرعته، وحتى ابتكار أشكال جديدة من التفاعل مع الجمهور.

وفي هذا السياق حاءات هذه الدراسة لتسليط الضوء على كيفية توظيف إذاعة سعيدة الجهوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي . ومن هنا سنتطرق إلى خطة بحث قسمت الى:

_الإطار المنهجي والذي تناولنا فيه إشكالية الدراسة وطرح أسئلة فرعية،أسباب إختيار الموضوع،أهمية الدراسة ،أهداف الدراسة، الدراسات السابقة ،تحديد المصطلحات ،مجالات دراسة،منهج الدراسة ،أدوات جمع البيانات ،وأخيرا مقارنة النظرية للدراسة.

_الإطار النظري والذي قسمناه إلى فصلين حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى مدخل عام إلى الذكاء الاصطناعي :تعريفه نشأته، أنواعه ،مجالاته، تطبيقاته، أهميته .

_ثم تطرقنا في الفصل الثاني إلى المؤسسة الإعلامية واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي:تعريفها ، وظائفها ،أهدافها ،أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتويات الإعلامية ،استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلام ،لنختم هذا الفصل بتحديات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي .

الإطار التطبيقي خصصناه لدراسة الميدانية يضم عرض موجزا عن إذاعة سعيدة الجهوية، ثم عرض نتائج الدراسة في جداول وأعمدة بيانية وصولا إلى النتائج العامة للدراسة ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة لنصل إلى التوصيات وخاتمة كآخر مرحلة.

الإطار المنهجي

1/- إشكالية الدراسة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولات عميقة نتيجة الثورة الرقمية المتسارعة التي اجتاحت مختلف القطاعات ، وفرضت نمطا جديدا من التفاعل الإنساني مع التكنولوجيا ، وقد شكل التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحد أبرز مظاهر هذه الثورة ، حيث أدى إلى تغييرات جذرية في أساليب إنتاج ، معالجة ، تبادل المعلومات هذه التحولات لم تبقى حكرًا على المجال التقني ، بل امتدت لتعيد تشكيل البنية الاجتماعية وثقافية والاقتصادية ، لتخلق بيئة معرفية جديدة تتسم بالدينامكية والسرعة والانفتاح على الابتكار

في قلب هذي ثورة ، برز الذكاء الاصطناعي بوصفه أحد أعمدة التحول الرقمي المعاصر ، حيث بات ينظر إليه على أنه تقنية محورية تستند إلى حسابية وخوارزميات معقدة تمكن الآلات من محاكاة بعض أنماط التفكير البشري مثل التعلم ، الفهم واتخاذ القرار ، معالجة البيانات الضخمة مما ساهم في إحداث طفرة في كفاءة العمل وتخصيص الخدمات ، وتزايدت أهمية هذه التقنية مع تصاعد الاعتماد على الأتمتة والبيانات في مختلف المجالات ، بما فيها الإعلام

ومن بين القطاعات التي تأثرت بعمق بهذه التحولات نجد المؤسسات الإعلامية التي سرعت في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي كجزء من استراتيجياتها لمواكبة التحول الرقمي ، فقد ساهمت هذه التطبيقات في تحسين جودة المحتوى ، تسريع عمليات التحرير ، تحليل الجمهور ، ومكافحة الأخبار الزائفة ، مما جعل الذكاء الاصطناعي شريكا استراتيجيا في العملية الإعلامية ، وفي هذا الإطار تبرز إذاعة سعيده الجهوية كنموذج جدير بالدراسة ، ما يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية :

كيف توظف إذاعة سعيده الجهوية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها الإعلامي؟

الأسئلة الفرعية:

- ما هي استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية ؟
- ما هي مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية؟
- ما هي التحديات التي تواجه إذاعة سعيدة الجهوية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

2/- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بمجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في مجال الإعلام.
- الرغبة في معرفة استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية.
- محاولة التعرف على التطبيقات المستخدمة بكثرة بإذاعة سعيدة الجهوية

الأسباب الموضوعية:

- أهمية الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.
- إبراز أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية
- التعرف على مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية

3/- أهمية الدراسة:

- أهمية الموضوع في حد ذاته لكونه يسلط الضوء على الذكاء الاصطناعي.
- مواكبة التطورات التكنولوجية وكيفية تماشي المؤسسة الإعلامية مع هذه التحولات.
- تسليط الضوء على أكثر تطبيقات أكثر استخداما وتوظيفها بإذاعة سعيدة الجهوية.

4- أهداف الدراسة

- التعرف على استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بإذاعة سعيدة الجهوية.
- معرفة مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية.
- الكشف عن التحديات التي تواجه إذاعة سعيدة الجهوية في اعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

5- الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: بعنوان "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية "دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم _مصر اوي _القاهرة 24، للدكتور فتحي ابراهيم إسماعيل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ديسمبر 2022

انطلقت هذه الدراسة بتساؤل رئيسي: ما هي اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية ؟

وبتفرع من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتمثل في

كيف يتم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية؟

ما مدى نجاح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية ما التأثيرات الإيجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية؟

ما التأثيرات السلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية والمصرية ؟

المنهج المستخدم

أعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي ليطبقها على عينة قصدية قوامها 66 مفردة وقام بتصميم استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات

أهم النتائج

تشير نتائج الدراسة إلى أن غالبية العينة لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأن عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة

تشير نتائج الدراسة أن غالبية العينة بموقع القاهرة 24 ترى أن مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في استخدام خاصية QR في الإعلانات المنشورة بالصحف الورقية بدرجة كبيرة جدا ، وأن العينة بموقع مصر اوي ترى أن مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في استخدام خاصية AG في الصورة المنشورة بالصحف الورقية بدرجة كبيرة

تشير نتائج الدراسة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية

التعليق على الدراسة

أفادتنا هذه الدراسة في فهم موضوع استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية بشكله أعمق بحيث يمثل المحور الأساسي لدراستنا، وسعدتنا هذه

الدراسة في إثراء الجانب النظري لمذكرتنا ، إذ قدمت تصور دقيقا حول واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.

الدراسة الثانية: تندرج تحت عنوان "تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية"، لدكتور أحمد علي الزهراني، مجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والاتصال والرأي العام ،حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية جوان 2022 .
قد انطلقت هذه الدراسة بتساؤل رئيسي التالي : إلى أي مدى تبني الصحفيين العرب تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية؟ ويتفرع من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتمثل في :

- ما هي خبرة عينة الدراسة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تتوفر في الأجهزة الذكية ؟
- ما هو مفهوم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي العمل الإعلامي لدى عينة الدراسة ؟ ما مدى تبني المؤسسات الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟
- ما هي معوقات تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة ؟

المنهج المستخدم

اعتمد الباحث في دراسته على الدراسات المسحية بشقيه الوصفي والتحليلي واستخدم أداة الاستبيان نشرت على الواتساب بين الإعلاميين العرب

أهم النتائج

لدى الصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقه بالهواتف الذكية مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي

أظهرت النتائج أن نسبة 24,6 من العينة الدراسة لهم معرفة محددة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثلت في كونه استخدام تطبيقات تحرير المحتوى

إن مفهوم تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل استخدام الروبوت الدرون وعملية الكتابة للمحتوى

التعليق على الدراسة

تعتبر هذه الدراسة مرجها مهما لمذكرتنا حيث تسلط الضوء على أحد الجوانب الأساسية لموضوعنا وهو استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ،وهذه الدراسة أفدتنا خصوصا في الجانب النظري وحتى التطبيقي وذلك بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات ومحاولة الاستفادة منها وتوظيفها في دراستنا.

الدراسة الثالثة: تندرج عنوان "اتجاهات القائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلاني" لدكتورة أمينة شيبوه، مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر

قد انطلقت هذه الدراسة بتساؤل رئيسي التالي:

ما هي اتجاهات القائمين على صناعة الإعلام نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي

الأسئلة الفرعية

ما هي الاتجاهات المعرفية للقائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي؟

ما الاتجاهات الوجدانية للقائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي؟

ما هي الاتجاهات السلوكية للقائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ؟

المنهج المستخدم

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي واعتمدت على أداة الاستبيان تكون مجتمع البحث جميع القائمين على الإعلام، نظرا لكبر حجم العينة وعدم القدرة على حصرها بشكل دقيق، تم الاعتماد على كتاب الأداة التسويق لدكتور محمود صادق بازعة 2001 حيث بلغ عدد العينة 384 فردا

أهم نتائج الدراسة

أظهرت نتائج السؤال أنه يوجد قصور التي قد تعود إلى ضعف بعض القدرات البحثية، بالإضافة إلى ندرة المعلومات حول اتجاه القائمين على صناعة الإعلام نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

أظهرت نتائج السؤال الثاني انه تسير الأعمال مما يوفر الوقت والجهود المبذول ،ولكن قد يكون هنالك بعض القصور في البنية التحتية لتطبيق الذكاء الاصطناعي

أظهرت نتائج السؤال الثالث أن القائمين بالاتصال يرون أن مستقبل صناعة الصحافة في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سيشهد تناميا لصحافة الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات في ظل توقعات أيضا بعد اختفاء الصحافة التقليدية

التعليق على الدراسة

يظهر من خلال الدراسة أن هناك اشتراكا وتشابه في الجانب المتعلق باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ،وتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة من دراسات بحث تدرج ضمن الدراسات الوصفية ،كما استفدنا منها في الجانب النظري.

الدراسة الرابعة: بعنوان "اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في أنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني"دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا ،لدكتورة ماجدة عبد المرضي محمد .مجلة العلمية لبحوث الصحافة 2023

انطلقت هذه الدراسة بتساؤل رئيسي التالي:

ما هي اتجاهات الصحفيين المتخصصة المختلفة وعلاقة ذلك بمستقبل تطوير الأداء المهني المتخصص في مصر؟

الأسئلة الفرعية:

ما مدى توظيف المؤسسات الصحفية المختلفة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة على اختلاف أنماطها؟ولماذا؟

ما هي توجهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين الصحفية المتخصصة ؟

كيف يؤثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة على تطوير الأداء المهني الصحفي المتخصص في المستقبل ؟

المنهج المستخدم

اعتمدت الباحثة المنهج المسحي واستخدمت أداة الاستبيان مجتمع الدراسة والعينة الصحفيين المختصين في المؤسسات الصحفية المصرية المختلفة وكذلك المواقع الإلكترونية

أهم النتائج:

اتضح وجود تقارب في نسب الاهتمام المؤسسات الصحفية المصرية المختلفة بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بشكل عام سواء بصورة متوسطة أو منخفضة في حين تراجعت نسبة اهتمام المؤسسات الصحفية بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي جاءت وفق الترتيب التالي عدم توافر التقنيات التكنولوجية اللازمة عدم توفر الإمكانيات المادية

عكست نتائج الدراسة رؤية الصحفيين المتخصصين ووعيهم بأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي والفائدة المتوقعة حدوثها من استخدامها في إنتاج المضامين المتخصصة مثل تتبع الأخبار بشكل أسرع وأكثر دقة وتطوير وإنتاج المحتوى الصحفي المتخصص وزيادة مساحة التفاعل مع الجمهور .

التعليق على الدراسة

تعد هذه الدراسة مرجعاً مهماً لمذكرتنا، كونها تناولت أحد الجوانب الدقيقة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وهو تأثير هذه التطبيقات على الأداء المهني المتخصص للصحفيين. وقد أفادت الدراسة من عدة نواح

في الجانب النظري، ساعدت في توسيع فهمنا لمفهوم "المضامين المتخصصة وعلاقتها بتقنيات الذكاء الاصطناعي، كما سلطت الضوء على أهمية التخصص داخل العمل الصحفي المعاصر.

من الناحية المنهجية، وفرت نموذجاً تطبيقياً معتمداً على نظرية قبول التكنولوجيا"، وهو ما ألهمنا في ربط موضوع دراستنا بنظرية الاستخدامات والإشباع وتوضيح سلوك العاملين في المؤسسة الإعلامية عند استخدامهم للتقنيات الحديثة.

في الجانب التطبيقي، أبرزت الدراسة التحديات التي تواجه الصحفيين في توظيف الذكاء الاصطناعي، مثل غياب التكوين، وضعف البنية التحتية، وهي ذاتها الصعوبات التي لاحظناها خلال دراستنا الميدانية في إذاعة سعيدة الجهوية، مما أضفى مصداقية على نتائجنا.

6/- تحديد المصطلحات

أولاً: الاستخدام

لغة : من استخدام استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخادم.¹

اصطلاحاً: يعرف بأنه ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات أي أنه يستخدمه استخدام العقلي التي يحتاجها بالفعل بالإضافة إلى استخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد أولاً يرضيها.²

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 61
² - عبد الحميد بلعباس، إتاحة استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، دراسة لاستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا المكتبة الجامعية محمد بوضياف، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مسيلة، 2005/2005، ص 7.

إجرائيا: هو استخدام إذاعة سعيدة لأدوات وبرمجيات في تحليل البيانات وتحسين الإنتاج الإعلامي

ثانيا : الذكاء الاصطناعي

أ_ الذكاء

لغة: سرعة الفطنة من قولك قلب ذكي و صبي ذكي إذا كان سريع الفطنة ،وقد ذكي بالكسر يذكي ذكا ويقال ذكا يذكو ذكاء أو ذكو فهو ذكي.¹

اصطلاحا: هو الجزء الحساس من القدرة على تحقيقه الأهداف أو الوصول إليها وتختلف درجاته وأنواعه بين البشر والحيوانات والآلات. في البداية كان الهدف من برامج الذكاء أن تحل محل الخبير في تخصص البرامج ولكن ثبت استحالة ذلك وأصبح الهدف من برامج الذكاء هو مساعدة الخبير في أداء عمله بسرعة وكفاءة متميزة.

ب_ الذكاء الاصطناعي

اصطلاحا : هو العلم والهندسة اللذان يجعلان الحاسب الآلي آله ذكية وهو اصطناعي لأنه عبارة عن برامج وأجهزة تتعاون لتؤدي عملية فهم معقدة يمكن أن تضاهي ذكاء البشر من فهم وسمع ورؤية وشم وكلام وتفكير. أي أنه برامج ذكية + أجهزة - ذكاء اصطناعي.²

إجرائيا:هو قدرة الأفراد والأنظمة داخل إذاعة سعيدة على جمع المعلومات ومعالجتها من خلال توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي

¹- علوي عبد القادر السقاف، موسوعة الأخلاق والسلوك، مرجع علمي موثق على منهج أصل السنة والجماعة
²- خالد ناصر، أصول الذكاء الاصطناعي، ط1، مكتبة الرشد، الرياض، السعودية، 2004، ص 13.

ثالثا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي

اصطلاحا هي برامج و تطبيقات ذكية تقوم على خوارزميات متقدمة من الذكاء الاصطناعي ، تساعد المستخدمين على حل مشاكل العالم الحقيقي ، و تكون هذه الأدوات متخصصة و موجهة نحو وظائف مخصصة إجرائيا :هي تلك التطبيقات أو البرمجيات ولأنظمة المصممة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية.¹

رابعا : المؤسسة الإعلامية

أ_المؤسسة:

لغة: ورد في معجم لسان العرب لابن منظور في فعل أسس الأسس والأساس ،كل مبتدأ شيء ولأسس والأساس أصل البناء وأسس الإنسان قلبه لأنه أول متكون في رحم وأسس البناء مبتدؤه ، وأسست دار إذا بنيت حدودها ورفعت من قواعدها.²

اصطلاحا : هي منظمة تجمع أشخاصا ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات لإنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه.³

وتعرف أيضا بأنها ،جماعة من الرجال والنساء الذين اجتمعوا من أجل بلوغ بعض أهداف إنتاج والتي تتجاوز القدرات الفردية لكل واحد منهم.⁴

ب_ المؤسسة الإعلامية

اصطلاحا: المؤسسة الإعلامية مؤسسة اجتماعية تقدم للأفراد خدمات اتصالية واجتماعية وتربوية وسياسية تواكب استمرار وتطور الحياة وتدعم مسيرة المجتمع الإنسانية وتحقق

¹ - سيرين هاجر زعابطة وعمر سباغ، استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في البحوث العلمية في ميدان العلوم الاجتماعية والإنسانية المزايا والحدود، مجلة العلوم الإنسانية، ع 03، ص 147.

² - جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، (د.ط)، الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 5

³ - جمال العيفة، المرجع السابق، ص 5

⁴ - نفسه، ص 5

لإدارة الرضا النفسي، والمؤسسة الإعلامية بهذا المفهوم شأن اجتماعي يهم جميع قادة المجتمع الجمهور، القائمون بالاتصال ، ويكون المدير مسؤولاً أمام الجميع في تنفيذ السياسة الإعلامية وتحقيق أهدافها.¹

إجرائياً: هي إذاعة سعيدة وهي تلك المنظومة الإدارية والخدماتية التي تقوم على مجموعة من الصحفيين والإعلاميين تقدم خدمات متنوعة لجمهورها.

17- مجالات الدراسة

أ_المجال المكاني :

تمت دراستنا ،بإذاعة سعيدة الجهوية،الكائن مقرها 04شارع الاستقلال ،مركز الثقافي سابقا بولاية سعيدة

ب_المجال الزمني وهي المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة ولقد أجريت هذه الدراسة في الموسم الجامعي 2024 / 2025 حيث بدأت دراستنا في يوم 2025/01/30 إلى غاية 2025/05/22

ج_ المجال البشري:

مجتمع الدراسة :

هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.²

وفي دراستنا مجتمع الدراسة هو جميع العاملين بإذاعة سعيدة الجهوية والبالغ عددهم 30 موظف.

¹- مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1، دار مكتبة الجامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 121.
²- محمد عبد الحميد العلمي في الدراسة الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص130

8/- عينة الدراسة

تعرف العينة بأنها شريحة أو جزء من المجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص موضوع البحث، يختارها الباحث وفق طرق محددة¹

بما أن عدد عمال إذاعة سعيدة صغير فإن عينة الدراسة هي مجتمع الدراسة

منهج الدراسة :

يعرف المنهج على أنه الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة.²

تتتمي هذي الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تسعى إلى وصف الظواهر والأحداث، ولذلك كان لا بد من اختيار المنهج المناسب الذي سيساعدوننا في إجراء هذه الدراسة فإذا اعتمدنا على المنهج المسحي كونه المنهج الأكثر ملائمة مع موضوع دراستنا.

9/- أدوات جمع البيانات

تعرف أدوات جمع البيانات بأنها تلك الوسائل والأساليب التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات اللازمة للتعامل مع مشكلة بحثية معينة.³

اعتمدنا في دراستنا على أداة استمارة الاستبيان في البحث العلمي هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن موضوع في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات لتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.⁴

¹ - ريم ماجد، منهجية البحث العلمي، بيروت، لبنان، 2016، ص29

² - عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، 1970، ص28

³ - مباركة خمقاني، أساليب وأدوات جمع البيانات، مجلة الذاكرة، العدد التاسع، جوان، 2017، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص242.

⁴ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص220

أما الاستبيان الذي تناولناه في دراستنا يحتوي على ثلاث محاور كل محور مجموعة من الأسئلة

المحور البيانات الشخصية:

المحور الأول: استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية

المحور الثاني: مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بإذاعة سعيدة الجهوية

المحور الثالث: التحديات التي تواجه إذاعة سعيدة الجهوية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

10/- المقاربة النظرية للدراسة:

تعريف نظرية الاستخدامات والإشبعات:

أورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو الكلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة.¹

وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلون أن الحاجة هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجده، حالة من الرضا والاتساع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية وذكران الدوافع هو حلو فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعد على الاستمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.²

فروض النظرية:

- الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص 61
² - نفس المرجع، ص 61.

- استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها وتتحكم في ذلك أمور منها :الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي.
- الجمهور هو الذي يختار الوسيلة ،والمضمون الذي يشبعان حاجاته.
- يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعها،ومن ثم يلجأ إلى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط.¹

إسقاط النظرية

اعتمدنا عليها كمرجع أولي، فمن خلال التعرف على النظرية وعلى فروضها التي تحضي بها ،فالدراسات الإعلامية في بحوث الإعلام والاتصال وجدنا أن لها علاقة مباشرة بموضوعنا والمتمثل في استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية تقاطعت مع موضوع در استتنا في عدة جوانب.

تركز هذه النظرية على الجمهور النشط ودوره في اختيار واستخدام وسائل الإعلام المختلفة لتلبية احتياجات ورغبات محددة ،بدلاً من النظر إلى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور تسعى النظرية إلى فهم لماذا يختار الأفراد وسائل الإعلام معينة وكيف يستخدمونها لتحقيق إشباعات معينة.

من حيث الاستخدامات إن الصحفيون يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إتمام العديد من مهام مثل تحسين جودة المحتوى.

من حيث الوسيلة إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعتبر وسيلة لتحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية.

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 65.

تحديد احتياجات المؤسسات الإعلامية التي تسعى لإشباعها من هلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد تشمل هذه الاحتياجات زيادة الكفاءة والإنتاجية ،تحسين جودة المحتوى ،تسريع الوصول إلى المعلومة.

الفصل الأول

مدخل عام إلى الذكاء الاصطناعي

تمهيد:

يعد الذكاء الاصطناعي نقطة تحول كبيرة في تاريخ البشرية، ويعود الفضل في هذا التطور إلى جهود و خبرات عدد كبير من الباحثين والمفكرين الذين ساهموا في تحويل أفكارهم وأبحاثهم إلى أنظمة وأجهزة تخدم الأفراد والمؤسسات ونظرا للأهمية المتزايدة لهذا العلم، وأصبح ضرورة حتمية في حياتنا اليومية وذلك نظرا لمهام والأدوار الذي يقوم به بجميع تطبيقاته من أهمها الروبوتات المساعدات الرقمية، وتحليل البيانات الكبيرة كما يساهم في اتخاذ القرارات وغيرها.

المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي

المطلب الأول: تعريف الذكاء الاصطناعي

يفسر الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة الآلة على محاكاة العقل البشري وطريقة عمله، مثل قدرته على التفكير والاستكشاف، ومع التطورات الهائلة للحواسيب تبين أن باستطاعتها القيام بمهام أعقد مما نعتقد بحيث يمكنه استكشاف وإثبات النظريات الرياضية المعقدة، وأيضاً يمكنه لعب الشطرنج بمهارة عالية، ويتميز بسرعة إنجاز المهام بدقة عالية، ويتصف بسعة تخزين كبيرة، إلا إنه إلى الآن لا يوجد أي برنامج يستطيع مجازة مرونة العقل البشري خصوصاً فيما يتعلق بالمهام الاستنتاجية التحليلية التي يتعرض لها.¹

وفي تعريف آخر للذكاء الاصطناعي يقول الباحث غسان إبراهيم أحمد حرب أن لا اتفاق على مفهوم واحد للذكاء الاصطناعي إلا أن هناك شبه اتفاق بين الباحثين على أن الذكاء الاصطناعي هو التيار العلمي والتقني الذي يضم الطرق والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء آلات قادرة على محاكاة الذكاء، بحيث يكون لدى النظام مقدرة على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحي، والتعلم من هذه البيانات واستخدام تلك المعرفة لتحقيق أهداف ومهام محددة من خلال التكيف المرن.²

¹ - إضاءات نشرة توعية يصدرها معهد الدراسات المصرفية، دولة الكويت، مارس 2021، الذكاء الاصطناعي، السلسلة 13 العدد 4، ص3

² - بوخاري مليكة، استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام رؤية نقدية لحدود الاستخدام وآفاق الصحافة، مجلة الدراسات الإعلامية والإتصالية المجلد 03، العدد 2، جوان 2023، ص03.

يُعرف قاموس اكسفورد الذكاء الاصطناعي بأنه تطوير أنظمة الحاسب الآلي القادرة على أداء المهام التي تتطلب الذكاء البشري مثل الإدراك البصري، والتعرف على الكلام، وصنع القرار، والترجمة بين اللغات. كما يُعرف بأنه تطوير أجهزة ونظم حاسوبية وتقنيات البرمجة المطورة، والتي تتسم بثلاث سمات رئيسية، وهي: التعرف الذكي Intelligent Communication والتواصل الذكي، Intelligent Recognition والمحاكاة الذكية، Intelligent Simulation، كما أنها قادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان، مثل: التعلم والمعرفة واستخدام المعلومات أو الإدراك للتوصل لاستنتاجات¹

وفي تعريف الذكاء الاصطناعي بشكل عام نجد أنه هناك اتفاق حول وجود العنصر البشري والعنصر الآلي الذي يستمد نظامه من الذكاء الإنساني بشكل عام ويعرف على أساس أنه محاكاة للذكاء الإنساني فالذكاء الاصطناعي هو محاكاة العمليات الذكاء البشري بواسطة أجهزة الحاسوب فالسمة الرئيسية لنظام الذكاء الاصطناعي، هي أنه يتعلم من كل دورة تشغيل حلقة تغذية مرتدة وبالتالي يحسن أدائه يصبح أكثر ذكاء خلال كل تكرار متتالي عن طريق تصحيح أخطائه وتحسينها، ويطلق عليه أيضاً ذكاء الآلة يرمز إلى التكامل الذكاء الشبيه بالبشر في الآلات والفكرة الأساسية للذكاء الاصطناعي في فهم السباق واتخاذ قرارات ذكية بناء على المعلومات المتوفرة ينظر إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره مرادفاً للتكنولوجيا المعرفية والحوسبة المعرفية بمستوى الذكاء المناسب لأداء المهام المعرفية²

¹ - عبد الملك الدناني، خالد درار، عمر بن عمر، تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي بالدول العربية، دار شهرزاد للنشر والتوزيع، عمان، 2024، ص 463.

² - بوخاري مليكة، المرجع السابق، ص 3.

المطلب الثاني: نشأة الذكاء الاصطناعي

يعتبر الذكاء الصناعي نتاج 2000 سنة من تقاليد الفلسفة ونظريات الإدراك والتعلم و 400 سنة من الرياضيات التي قادت إلى امتلاك نظريات في المنطق، الاحتمال الحوسبة، وهو تاريخ عريق في تطور علم النفس وما كشف عن قدرات وطريقة عمل الدماغ الإنساني بالإضافة إلى أن الذكاء الاصطناعي هو ثمرة الجهود المضنية في اللسانيات التي كشفت عن تركيب ومعاني اللغة وتطور علم الكمبيوتر وتطبيقاتها، الأمر الذي جعل من الذكاء الاصطناعي حقيقة مدركة. ويعود الذكاء الاصطناعي في أصوله الفلسفية إلى الفلاسفة الإغريق والفيلسوف الفرنسي (Bacon Francis) كما يعود بجذوره ، Logical Positivism(الذي قدم ما يعرف ب (1626-1561) Bertrand Russell) إلى الرياضيات من خلال ثلاثة مجالات هي: الحوسبة Computation المنطق Logic ، والنظرية الاحتمالية probability ، والجبر الذي تأسس على يد العالم العربي " الخوارزمي ". وقد تم في عام 1956 عقد مؤتمر بجامعة " Dartmouth College " وفي هذا المؤتمر اقترح John Mccarth " استخدام مصطلح الذكاء الصناعي " Intelligence Artificia " أو " AI " لوصف الحاسبات الآلية ذات المقدرة على أداء وظائف العقل البشري، لذا تشمل نظم الذكاء الاصطناعي على كل الافراد والإجراءات.¹

والأجزاء المالية للحاسب الآلي، والبرمجيات والبيانات والمعرفة لتنمية وتطوير نظم حاسبات آلية ومعدات تظهر خصائص الذكاء .ولقد كانت هناك حاجة ماسة للتوازي والتوزيع في الذكاء الاصطناعي، ففي عام 1973 ظهر أول نظام للذكاء الاصطناعي يتعلق بنظام " Hearsay للتعرف على الكلام الذكاء الصناعي .²

¹- زعموكي سالم، مرزوق فتحيحة حبالى، الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم، مجلة التراث العدد 04، الجزائر، 2023، ص 38.

²- زعموكي سالم. المرجع السابق، ص 38.

المطلب الثالث: أنواع الذكاء الاصطناعي

يمكن تقسيم أنواع الذكاء الاصطناعي إلى أربعة أنواع رئيسية تتراوح من رد الفعل البسيط إلى الإدراك والتفاعل الذاتي، على النحو التالي

الذكاء الصناعي الضيق أو الضعيف : وهو أبسط أشكال الذكاء الاصطناعي، حيث تتم برمجته للقيام بوظائف معينة داخل بيئة محددة ويعتبر تصرفه بمنزلة رد فعل على موقف معين، ولا يمكن له العمل إلا في ظروف البيئة الخاصة به، ومن الأمثلة على ذلك الروبوت ديب بلو، الذي صنعه شركة أي بي إم. وهزم جاري كاسباروف بطل الشطرنج العالمي

الذكاء الاصطناعي القوي أو العام : ويتميز بالقدرة على جمع المعلومات وتحليلها، ويستفيد من عملية تراكم الخبرات التي تؤهله لیتخذ قرارات مستقلة وذاتية، ومن الأمثلة على ذلك السيارات ذاتية القيادة، وروبوتات الدردشة الفورية، وبرامج المساعدة الذاتية الشخصية.¹

الذكاء الاصطناعي الخارق (Super AI) وهي نماذج لا تزال تحت التجربة وتسعى المحاكاة الإنسان، ويمكن هنا التمييز بين نمطين أساسيين، الأول: يحاول فهم الأفكار البشرية، والانفعالات التي تؤثر على سلوك البشر، ويمتلك قدرة محدودة على التفاعل الاجتماعي، أما الثاني فهو نموذج النظرية العقل، حيث تستطيع هذه النماذج التعبير عن حالتها الداخلية، وأن تتنبأ بمشاعر الآخرين ومواقفهم وقادرة على التفاعل معهم، ويتوقع أن تكون هي الجيل القادم من الآلات فائقة الذكاء.²

¹ - أسامة عبد الرحمن، الذكاء الاصطناعي ومخاطرة ط1، دار زهور المعرفة والبركة، 2018، ص51
² - علاء عبد الرزاق السالمي، نظم المعلومات والذكاء الاصطناعي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 1999، ص 5.

المبحث الثاني: مجالات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وأهميته

المطلب الأول: مجالات الذكاء الاصطناعي

تعددت مجالات استخدام فروع وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقنياته وبرامجه، لاسيما المجالات التقنية التي تحتاج إلى التفكير المنطقي والمعرفة والتخطيط والإدراك والفهم الافتراضي القائم على تطبيق النظريات واختيار الحلول الصحيحة والواقعية، ومن أبرز المجالات التي يتميز فيها: برامج وتطبيقات محاكاة الواقع، وتطوير المعرفة، ومجالات الروبوتات القادرة على تقديم أداء موازي المهام الجنس البشري، ومجالات تطوير النظم الحاسوبية في مجالات الطب والهندسة والتجارة والاستثمار، ومجالات تطوير المحركات ذات القدرات الذكية، مثل السيارات دون سائق والطائرات بدون طيار.¹

ومن المجالات التي استخدم فيها الذكاء الاصطناعي ما يلي: ¹ Natural Language (Proessig)

أ - معالجة اللغات الطبيعية حيث يتم تطوير برامج ونظم لها القدرة على فهم أو توليد اللغة البشرية، ولقد أدى البحث في معالجة اللغات الطبيعية إلى تطوير لغات برمجة ملائمة لهذا الغرض بهدف جعل الاتصال بين الإنسان والحاسب يتم بصورة طبيعية، وينقسم هذا المجال إلى جزئين رئيسيين السيد محمد ومحمود محمد، 2020، صفحة (25) (فهم اللغات الطبيعية ويبحث هذا المجال عن الطرق التي تسمح للحاسب بفهم لغة الإنسان بسهولة. إنتاج اللغات الطبيعية ويبحث هذا المجال عن الطرق التي تسمح للحاسب على إنتاج لغة طبيعية مثل إنتاج جملا بالعربية أو الانجليزية Speech Recognition): .

¹ أحمد مصطفى معوض محمد محرم، استخدامات الذكاء الاصطناعي استخدام تقنية التزييف العميق في قذف الغير نموذجا دراسة فقهية مقارنة معاصرة، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد التاسع والثلاثون، القاهرة، 2022، ص24.

ب - التعرف على الكلام تبحث تطبيقات الذكاء الاصطناعي عن الطرق التي تجعل الحاسب قادرا على التعرف على حديث الانسان أي أن الانسان يصبح قادرا على توجيه الأوامر إلى الحاسب شفها ويقوم الحاسب بفهم هذه الأوامر وتنفيذها (Programming Automatic):

ت البرمجة الآلية تعني القدرة على إيجاد مفسرات أو مترجمات تمكن الحاسوب من استلام برنامج المصدر مكتوب بلغة طبيعية، ثم القيام بتوليد برنامج يمكن الحاسوب تنفيذه والتعامل معه¹.

Computer Vision الرؤية بالحاسب . هي برامج تستخدم في التعرف على الصور و الكائنات. من ضمن هذه البرامج :برامج تستخدم مع الذراع الآلى للتعرف على الأجزاء المختلفة قبل نقلها أو تركيبها والتحرك داخل مفاعل ذرى أو إجراء لحام خطر تحت الماء أو تجميع الأجهزة الدقيقة بالإضافة إلى العديد من التطبيقات².

ج النظم الخبيرة Expert Systems : وهي عبارة عن نظم كمبيوتر معقدة تقوم على تجميع معلومات متخصصة أي في مجال محدد من الخبراء البشريين، ووضعها في صورة تمكن الكمبيوتر من تطبيق تلك المعلومات (الخبرات) على مشكلات مماثلة، وتعتمد على تكوين قاعدة معرفة مرتبطة بهذا المجال المحدد.³

ح الانسان الآلى (Robot) تعتبر تكنولوجيا الإنسان الآلى من أكثر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تقدما من حيث التطبيقات والتي تقدم حولا للمشكلات، فهي عبارة عن آلة كهر وميكانيكية تتلقى الأوامر من كمبيوتر تابع لها، فيقوم بأعمال معينة، والذكاء الاصطناعي في هذا المجال يقوم بإعطاء الروبوت القدرة على الحركة وفهم المحيط من حوله بالإضافة

¹ - سعاد بوبحة، الذكاء الاصطناعي تطبيقات وانعكاسات، مجلة اقتصاد المال والأعمال، العدد 2022، 04، ص 97، ص 98

² - خالد ناصر السيد، أصول الذكاء الاصطناعي، المرجع السابق، ص 21.

³ - أسماء السيد محمد، كريمة محمود محمد، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا، ط1، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2020، ص

إلى ألعاب الكمبيوتر (Games) التي تعتمد على برامج قادرة على دراسة الأساليب الفنية للألعاب كلعبة الشطرنج.¹

المطلب الثاني: أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي استخداماً

العام 2023 شهد طفرة في تلك التقنيات، وحضت تطبيقات بعينها على حضور وروج كبيرين بين المستخدمين خلال العام، أبرزها بحسب شركة Writerbuddy شركة تقدم أداة الكتابة بالذكاء الاصطناعي) التطبيقات التالية: تطبيقات فئة الدردشة والذكاء الاصطناعي التوليدي للنصوص: يتقدمها تطبيق ChatGPT الذي استخدمه أكثر من 14.6 مليار زيارة، وهو التطبيق التابع لشركة Open AI. من التطبيقات في هذه الفئة أيضاً Character والذي بلغ عدد الزيارات له حوالي أربعة مليارات زيارة خلال العام 2023. أما تطبيق Bard من غوغل فانضم للقائمة بعدد زيارات بلغ أكثر من 240 مليون زيارة. كذلك تطبيق Janitor AI فبلغ عدد الزيارات له أكثر من 192 مليون زيارة. تطبيقات معالجة الصور والفيديوهات: احتل في هذه القائمة تطبيق Midjourney الصدارة بعدد زيارات أكثر من 500 مليون زيارة. كذلك تطبيق Capcut أكثر من 203 مليون زيارة، وهو تطبيق متخصص في توليد الفيديو. وكذلك تطبيق Civitai للصور بحوالي 177 مليون زيارة. الكتابة بالذكاء الاصطناعي: جاء تطبيق Quillbot ضمن قائمة أكثر التطبيقات استخداماً في العام الماضي بأكثر من مليار زيارة. وتطبيق NovelAI بحوالي 239 مليون زيارة في 2023 تقريباً. تطبيقات معالجة البيانات: من بينها تطبيق Hugging Face بزيارات بلغت نحو أكثر من 316 مليون زيارة.

¹ - سعادبوحة. المرجع السابق، ص98.

تطبيقات إنشاء المحتوى

ضمن هذه الفئة، تتفوق التطبيقات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي في إنشاء محتوى مكتوب. سواء كانت مقالات أو منشورات مدونة أو حتى كتابة إبداعية، فإن هذه التطبيقات تستفيد من خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) لإنشاء نص متماسك وذو صلة بالسياق. وتعد تطبيقات إنشاء المحتوى ذات قيمة كبيرة للمدونين والكتاب والشركات التي تتطلع إلى تبسيط عملية إنشاء المحتوى الخاصة بهم. يمكن للمستخدمين توفير الوقت والجهد باستخدام الذكاء الاصطناعي لصياغة المحتوى الأولي، والذي يمكن بعد ذلك تحسينه وتخصيصه حسب الحاجة .

تطبيقات معالجة الصور

شهدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تركز على معالجة الصور تطورات ملحوظة. من تحرير الصور إلى التعرف على الوجه، تستخدم هذه التطبيقات خوارزميات رؤية الكمبيوتر لتحليل البيانات المرئية ومعالجتها. ويمكن للأفراد والشركات الاستفادة من تطبيقات معالجة الصور لمهام مثل تحسين الصور وأتمتة تصنيف الصور وتنفيذ التدابير الأمنية من خلال أنظمة التعرف على الوجه.

المساعدون الافتراضيون وروبوتات الدردشة

أصبح المساعدون الافتراضيون

ضيقون المدعومون بالذكاء الاصطناعي أكثر ذكاءً وأكثر تفاعلية. توفر هذه التطبيقات للمستخدمين مساعدة شخصية، والإجابة على الاستفسارات، وتنفيذ المهام بناءً على إدخال اللغة الطبيعية. تم دمج المساعدين الافتراضيين وروبوتات الدردشة في عديد من الأجهزة

والأنظمة الأساسية، مما يؤدي إلى تبسيط الاتصال وأتمتة المهام الروتينية بدءاً من إعداد التذكيرات وحتى الرد على الاستفسارات، تعمل هذه التطبيقات على تعزيز الكفاءة والراحة.

تشخيص الرعاية الصحية

تحقق تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الرعاية الصحية خطوات كبيرة، وخاصة في مجال التشخيص. يمكن لخوارزميات التعلم الآلي تحليل الصور الطبية والتنبؤ بالأمراض والمساعدة في خطط العلاج الشخصية. ويمكن لمختصي الرعاية الصحية الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي لإجراء تشخيصات أسرع وأكثر دقة. يستفيد المرضى من الكشف المبكر والمشورة الطبية الشخصية، مما يؤدي إلى تحسين نتائج الرعاية الصحية الشاملة¹.

شات جي بي تي هو روبوت محادثة تم تطويره من قبل OpenAI تم إطلاقه لأول مرة في نوفمبر 2022، تم تدريب شات جي بي تي باستخدام تقنيات التعلم التي تتيح إنشاء نصوص وترجمة اللغات وكتابة أنواع مختلفة من المحتوى الإبداعي والإجابة على أسئلتك بطريقة غنية بالمعلومات².

المنيع الروبوت يعرف الروبوت بأنه منظومة ميكانيكية أو آلة لكل الأغراض، وهي مزودة بأطراف وجهاز الذاكرة memory device، لأداء تتابع محدد مسبقاً من الحركات، وهي قادرة على الدوران والحلول محل العامل البشري بواسطة الأداء الأوتوماتيكي للحركات³.

برامج الدردشة الآلية Chat bot خياراً شائعاً بشكل متزايد للتفاعل مع مستخدمي فيسبوك ماسنجر، كما يتزايد الاعتماد عليها بفضل استخدام الردود الفورية، حيث تتيح chat

¹ - ينظر على الموقع <https://www.skynewsarabia.com> 2025/04/24 الساعة 10:00

² - ينظر على الموقع <https://ibsacademy.org> 2025/04/24 الساعة 10:00

³ - صفات سلامة خليل أبو فورة، تحديات عصر الروبوتات، وأخلاقياته، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات، 2014، ص 10

أداة برمجية تتفاعل مع المستخدمين حول موضوع معين أو في مجال معين بطريقة طبيعية للمحادثة باستخدام النص والصوت، ويتم استخدام توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري . روبوتات المحادثة في عدة مجالات منها التسويق وخدمة العملاء والدعم الفني بالإضافة إلى التعليم والتدريب¹ .

المطلب الثالث: أهداف الذكاء الاصطناعي وأهميتها

تتلخص أهداف الذكاء الاصطناعي فيما يلي: الوصول إلى أنماط معالجة العمليات العقلية العليا Higher mental processes التي تتم داخل العقل الإنساني قيام الحاسوب بمحاكاة عمليات الذكاء التي تتم داخل العقل البشري بحيث تصبح لدى الحاسوب القدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات بأسلوب منطقي ومرتب وبنفس طريقة تفكير العقل البشري. وتمثيل البرامج المحاسبة المجال من مجالات الحياة وتحسين العلاقة الأساسية بين عناصره. ويرى الباحثون أن هناك عدة دوافع الاستخدام الذكاء الاصطناعي، منها:

محاكاة الإنسان فكراً وأسلوباً وإثارة أفكار جديدة تؤدي إلى الابتكار، وتوفير أكثر من نسخة من النظام تعوض عن الخبراء، بالإضافة إلى تقليص الاعتماد على الخبراء البشر

تسهيل استخدام وتعظيم فوائد الحاسوب من خلال قدرته على حل المشكلات، وذلك سوف يسهل بعض التغيرات التي تساعد على عمليات التدريب والتعلم بطريقة جيدة وغير مكلفة . تطوير برامج الحاسوب بحيث تستطيع أن تتعلم من التجارب حتى تتمكن من حل المشكلات فهم طبيعة الذكاء الإنساني لعمل برامج حاسوب قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتمسم بالذكاء، وهذا يعني قدرة البرنامج على معالجة مسألة ما أو اتخاذ قرار الموقف معين

¹ - عمرو محمد عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقية لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جماعة الأزهر، العدد 25، ص 2819.

بناء على وصف لهذا الموقف . والبرنامج يجد الطريقة المتبعة لحل المسألة أو اتخاذ القرار بالرجوع إلى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي تم تغذيتها للبرنامج مسبقاً¹.

أهمية الذكاء الاصطناعي:¹

يهتم الذكاء الاصطناعي اهتماما كبيرا ومتزايد في كل المجالات كمجال التعليم والصحة والهندسة وإدارة الأعمال لتيسير الأمور المعقدة عبر الآلات، ومن الاهتمامات إلى ما يلي:

- يساعد في الحفاظ على الخبرات والتجارب الإنسانية وينقلها عبر الآلات
- يساعد على نمو وتطوير كل المجالات العلمية والتعليمية والصحية وغيرها
- يساعد على تسهيل إجراءات الأعمال من قبل الإنسان باستخدام الآلات الحديثة وذلك باستخدام لغة يفهمها البشر بدلا من لغة البرمجة يساعد على ترجمة اللغات وإعادة صياغتها بشكل صحيح
- يساعد على تخفيف المعوقات والضغوطات والمخاطر من الأعمال المعقدة للإنسان ليبسطها ويعمل بها عوضا عنه.²

¹ - محمد حمد العنل، إبراهيم غازي العنزي، عبد الرحمن سعد العجمي، دور الذكاء الاصطناعي في التعليم من وجهة نظر طلبة كلية الأساسية بدولة الكويت، مجلة الدراسات والبحوث التربوية، العدد 2021، 01، ص 36.

² - سديم بنت أحمد بن سليمان الحبيب، أيمن فوزي، مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية من وجهة نظر طلبة الماجستير بكلية الشرق العربي للدراسات العليا، المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات، العدد 2024، 01، ص 230.

خلاصة

وفي الأخير يعد الذكاء الاصطناعي أحد أبعاد الثورة الصناعية الرابعة، وهو مجال يعتمد على البرمجة لتطوير أنظمة قادرة على محاكاة بعض جوانب الذكاء البشري، مثل الاستنتاج واتخاذ القرار بناءً على المعلومات المخزنة في ذاكرة الحاسوب. ويُعتبر هذا المجال من أبرز العلوم الحديثة في التكنولوجيا، حيث يشمل مجموعة من الأساليب والتقنيات المتطورة. كما يسعى الذكاء الاصطناعي إلى اكتشاف تطبيقات متعددة، مع محاولة تقديم تعريف دقيق لكل منها، مما يبرز تنوع استخداماته وأهميته المتزايدة في مختلف القطاعات

الفصل الثاني

المؤسسة الإعلامية واستخدام
تطبيقات الذكاء الاصطناعي

تمهيد:

في ظل التحولات التي فرضتها البيئة الرقمية الحديثة، بات من الضروري على مختلف القطاعات أن تواكب هذه التغيرات المتسارعة. ويُعد الذكاء الاصطناعي من أبرز التقنيات التي تبدلت أحدث تأثيراً واضحاً في المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله ونظراً لأهميته المتزايدة، أصبح الإعلام من أولى المجالات المتأثرة بهذه الطفرة التقنية، الأمر الذي دفع العديد من المؤسسات الإعلامية إلى إعادة النظر في خططها واستراتيجياتها لمواكبة هذا الواقع الجديد. وعلى الرغم من أن ملامح تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام في المستقبل لا تزال غير واضحة تماماً، إلا أنه من المتوقع أن يحدث تغييراً جذرياً في طريقة ممارسة العمل الصحفي، بدءاً من جمع الأخبار ومروراً بإنتاجها، وصولاً إلى أساليب توزيعها واستهلاكها.

المبحث الأول: مدخل عام إلى المؤسسة الإعلامية

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الإعلامية

يشير الدكتور محمد فريد محمود عزت « قاموس المصطلحات الإعلامية » أن المؤسسات الإعلامية هي كل الوسائل والأدوات أو الوسائط غير الشخصية للاتصال التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية والبصرية بشكل مباشر إلى الجماهير وتشمل التلفزيون والراديو والصحف والمجلات والصور المتحركة والسينما والكتب الخ.¹

ويعرف قاموس وسائل الإعلام والاتصال " مارشال دانيسي المؤسسات الإعلامية بأنها تلك المؤسسات التي توفر المعلومات إلى عملائها إما مباشرة من تلقاء نفسها عبر الوسائل الإعلامية أو غيرها وتقدم للمسوقين وسيلة للوصول إلى الجماهير من خلال الإعلانات.²

يقصد بالمؤسسة الإعلامية الإعلام بشكل عام لأنها تأخذ على عاتقها مهمة نقل وتدفق المعلومات ونشر الأخبار والنصوص الإعلامية عبر وسائلها المختلفة كما تعرف بأنها كيان اجتماعي منسق إدارياً

بحدود واضحة نسبياً، ويمارس وظائف اتصالية على أسس مستمرة من أجل تحقيق أهداف محددة ، بمعنى أنها كيان اجتماعي يحقق مجموعة نشاطات وأهداف متميزة من قبل أفراد يؤدون أدوارهم بكفاءة وفق قواعد معروفة ضمن حدود واضحة ومنضبطة، كما تعد حلقة وصل توفر قنوات لربط الأفراد بمجتمعهم، كما تدعم بدورها مؤسسات المجتمع المدني وخدمه المجتمع وأفراده كل حسب احتياجاته وإمكاناته.³

¹ - فريد عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، (د.ط) ، بيروت، دار ومكتبة الهلال، 2008، ص 207.

² - ياسر عبد الله طبت ، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار ، 2019، ص 55.

³ - بطرس حلاق، إدارة المؤسسات الإعلامية منشورات الجامعة الافتراضية الجمهورية السورية، 2002، ص 34.

فالمؤسسة الإعلامية فضاء مفتوح يشارك فيها كل أطراف الجمهور المجتمعي بشكل إداري، وتتميز أيضا بربطها بكل القطاعات والمجالات وارتباطها بالسلطة من حيث التنظيمات القانونية والجانب القانوني، وأخيرا تتوحد كل المؤسسات الإعلامية في تلبية الحاجات والرغبات الجماعية والفردية .

من خلال قانون نقابة الصحفيين الأردنيين المعدل في 23-02-2014 من خلال المادة 02 هي الشخص المعنوي أو الطبيعي الذي يصدر في المملكة وكالة أنباء أو إذاعة أو تلفاز شمائل في واجباتها العمل الصحفي في حقول الإعلام وتشمل دوائر الأخبار و التحرير.¹

فالإعلام أو المؤسسة الإعلامية هي تعبير موضوعي لعقلية الجماعة و كيالها و ميولها و اتجاهاتها حيث يفسر دكتور عبد اللطيف حمزة في كتابة الإعلام له تاريخه و مذهبها فالتعبير الذي يقوم على حقائق و إحصاءات التي لا يمسها الشك و ليس تعبير الذاتي من جانب المحرر أو المذيع أو المقدم برامج تلفزيونية ... إلخ.²

ارتبطت الحياة المعاصرة بوسائل الإعلام، حتى تحولت إلى ضرورة، لا يمكن تصور الأنشطة السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية من دونها ، فالتواصل ونقل المعلومات حاجة تحت. تحتاج لوسيلة .

وفقاً لهذا تعرف مؤسسة الإعلام بالهيئة أو التشكيل، أذيل إطار قانوني و إداري منظم، يلائم وطبيعة عمله، كيق ومعلى تحقيق مجموعة من الوظائف ذات التميز الإبداعي مضمون أو ترويجاً وتسويقاً بهدف تقديم خدمة إعلامية، والتواصل مع الجمهور المتلقي.³

¹ - نقابة الصحفيين الأردنيين - جريدة الرأي www.alrai.com/article/55115.html

² - محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار مناهج لنشر وتوزيع 2006، عمان الأردن، من 28 -

27

³ - هاشم عوض، بيئة العمل الإداري في التلفزيون، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض، 2015. ص23.

ونستخلص التعريف التالي للمؤسسة الإعلامية بكونها منظمة تملك موارد بشرية ومادية ومعلوماتية، وظيفتها تقديم خدمة إعلامية للجمهور، كما تعمل على تحقيق التأثير في البيئة التي تنشط فيها.

المطلب الثاني: الوظائف المؤسسة الإعلامية

لدى المؤسسة الإعلامية وظائف عديدة ومتعددة نذكر منها ما يلي :

الترفيه وهدفه تحرير الناس من الضغط والتشنج الاجتماعية أي المبادرة في التغيير الاجتماعي في المجتمع بحيث يصبح الجمهور يمتلك نوع من التفاعلية والخروج عن المألوف.

كذلك لديها وظيفة الإخبار والتي تتمثل في نقل الأخبار والأحداث سواء محلية أو إقليمية أو حتى دولية سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية... إلخ؛ وذلك لمتابعة ما يجري وهذا ليكون المجتمع و الأفراد على دراية بما يحدث، وهنا نجد الهدف الأساسي من الأخبار هو وصول الإنسان المعلومة ذات جودة خاصة في عصر التكنولوجيا، وكذلك تفصيله، وتزويده لما يستجد من أخبار وأحداث وقضايا مهمة.¹

حسب رأي كل وظيفة يمارسها الإعلام في مؤسساته الإعلامية لا تقل أهمية كل واحدة عن الأخرى فوظيفة الترفيه والتسلية يعتمد عليها الإعلام ومؤسساته من أجل تحقيق إشباعات نفسية واجتماعية كالغناء و الرقص... إلخ و نجد كذلك وظيفة الرقابة والإشراف على البيئة فهي من الوظائف التي تسعى الحكومة لإيجادها وبهذا تلعب مؤسسات الإعلام دور مساند في الدفاع عن مصالح الناس، وبهذا تكون قد جسدت روح الديمقراطية وتقدم

¹ - مجد هاشم الهاشمي صور الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الاصطناعية، ط2، دار مناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، من ص30-33

المجتمعات خاصة أن المجتمعات أصبحت تعاني من أزمات و قضايا حساسة منها فيما يتعلق بالحرية .¹

فالإعلام لم يعد مجرد رسالة و فكر بل تطور في الوقت الحالي تزامن مع ظهور التكنولوجيا الحديثة لتصبح العملية الإعلامية لها وظيفة مهمة في صناعة الحقيقة فالمؤسسة الإعلامية وظيفة التخطيط التنظيم واتخاذ القرار ولا بد أن يستند في إدارة المؤسسة الإعلامية إلى إدارة فاعلة لكي يتوج بالنجاح، ولكي تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها بكفاءة عالية و بالتالي نجاح العمل الصحفي والإعلامي .²

كذلك العمل الإعلامي عمل متكامل يكون لكل عامل في المؤسسة الإعلامية وظيفة لا بد من الحرص على تأديتها بكل كفاءة و خبرة.

أيضا للمؤسسة الإعلامية وظيفة مهمة في جمع و تصنيف ونشر المعلومات و الأخبار والأحداث ولا بد أن تستند مؤسسات الإعلام في عملها إلى إدارة المؤسسة الإعلامية التي تقوم بالسيطرة على مختلف أنشطة المؤسسة وذلك بتوجيه كوادرها لتأدية واجباتها ووظيفتها المرتكزة على تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل و بأقل التكاليف، ولا بد التركيز على الإبداع، ورفع مستوى العمل الإعلامي³

تعمل وسائل الإعلام على بناء مجتمع إيجابي و متماسك، ولا بد أن تكون سلبية في أداء وظيفتها لأنها ستؤدي إلى تشويه وتخريب المجتمع فالمؤسسات الإعلامية لها وظيفة في تبيان الحقائق و الوقائع، والآراء كذلك وظيفة نقل التراث الثقافي والاجتماعي من جيل إلى آخر .

¹ - محمد صالبي سلطان إدارة المؤسسة الإعلامية أنماط وأساليب القيادة 2، دار الكبيرة للتوزيع والنشر والطباعة، مصر، 2015، ص10

² - [http:// www.parlicmment. gov. Sy/ SD 08/ PdF. 16/04/2025](http://www.parlicmment.gov.Sy/SD08/PdF.16/04/2025)

³ - فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 114

نجد أيضا وظيفة التقوية الاجتماعية و هي كشف الانحرافات عن الأطراف الاجتماعية للرأي العام وحسب ولبرشرام تتمثل وظائف المؤسسات الإعلامية في المراقبة و الوظيفة السياسية المتمثلة في تقديم معلومات سياسية لاتخاذ قرار سياسي، وكذلك دور المعلم من خلال تنشئة أفراد المجتمع و تكوين اتجاهات الجمهور من خلال تزويدهم بالأخبار والمعلومات لكن لابد أن تركز المؤسسة الإعلامية على المصداقية والشمولية وتوضيح الأهداف والتمكن من الوصول للمعلومة، ولها وظائف أخرى كالتسويق.

المطلب الثالث: أهداف المؤسسات الإعلامية

تسعى المؤسسات الإعلامية على اختلاف مجالاتها عامة كانت أو خاصة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تشكل في مجملها الغايات التي قامت من أجلها :

1. المسؤولية الاجتماعية

ويقصد بها مدى تحمل المؤسسة الإعلامية لدورها في المجتمع وسعيها للإسهام في رقية، لأننا لا يمكن أن ننظر إلى دور هذه المؤسسات من ناحية مادية أو ربحية فقط

2النمو ويقصد بها تطور المؤسسة الإعلامية على كافة الأصعدة الحجم - الأنشطة - الدور الاجتماعي - الأرباح للمؤسسات الإعلامية الخاصة، وغيرها

البقاء والاستمرار :يصبح هذا الهدف هاما جداً بالنظر إلى تزايد المنافسة بين المؤسسات الإعلامية، وهو مرتبط بعدة جوانب أهمها تحقيق الأرباح .

الربحية وهي العائد المادي الذي يتحقق نتيجة أداء المؤسسات الإعلامية لأنشطتها، وهو ما تحصل عليه من الأرباح، وينظر إلى هذا الهدف باهتمام في الممارسة العلمية المعاصرة الوسائل الإعلام حفاظاً على قدرة المؤسسات لأعمالها بسهولة.

5. وظائف أو أنشطة المنظمة لكي تستطيع المؤسسة أو المنظمة تحقيق الهدف الذي قامت من أجله، فلا بد لها من ممارسة عمل أو نشاط، والقيام بالنشاط يتطلب وجود مجموعة من الوظائف التي عليها إنجاز المهام.¹

¹- ياس عبد الله طبت،العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية ،مطبعة أبو عمار ،2019،ص57 ص 58

المبحث الثاني: التحولات الرقمية للمؤسسة الإعلامية

المطلب الأول: أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتويات الإعلامية

إن الأداة الأساسية المستخدمة في أبحاث الذكاء الاصطناعي تتمثل في أجهزة الكمبيوتر الرقمية. إن هذا لا يعني بالقطع أن الذكاء الاصطناعي يعتمد اعتماداً كلياً على استخدام أجهزة الكمبيوتر الرقمية فقط. ففي المقام الأول، ما الكمبيوتر إلا أداة. ويتم استخدامه نظراً لأنه يمكن الباحثين من إنشاء "أنماط سلوك" بصورة سريعة ودراستها. يرى بعض الباحثين في مجال الذكاء الاصطناعي أنه من الضروري تصميم روبوت حقيقي يتفاعل مع العالم الفعلي.¹

الأدوات الإنتاجية وفق الذكاء الاصطناعي :

الإنتاج الذكي هو عملية خوارزمية تقوم بإنشاء وإنتاج مخرجات، مثل النص الصورة الفيديو الشفريات البيانات والأبعاد الثلاثية، بمعالجة البيانات التي تدرس عليها الذكاء الاصطناعي. الغرض من Ai Generate هو إنشاء المحتوى في مقابلة أنواع الذكاء الاصطناعي التي تستخدم لأغراض أخرى، مثل معالجة البيانات للمساعدة في Generate Video-photo with AI Text Command القيادة الآلية والتحكم الآلي (Kelsey 2023) (وتتعدد أساليب ووسائل إنتاج المحتوى).

¹ - بلاي ويتباي، الذكاء الاصطناعي، ط1، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2015، ص

انتاج محتوى النص الفيديو Deep Brain By AI Studio:

كتابة موضوع، ثم بعد اختيار الـ Avatar: المناسب أو باختيار شخص حقيقي ليتشكل على هيئة Avatar من المؤسسة المعلنة، وتحديد المحتوى المراد إنتاجه أداة MOVIA4 Generated Spoke PERSON تعمل بالمبدأ نفسه، وتقوم أداة Voxio بإنتاج المحتوى شفويا أو بالنص، وتأتي أداة Artificin بأفضلية إمكانية كتابة نص بخيارين من Mid journey prompt builder ويدفع Chat GBT الذي يؤلف إنابة عن منتج المحتوى، مع تعدد الخيارات، مثل الشاشة Top 10 FREE AI Tools You Must Know For 2024 والمؤثرات وغيرها.¹

Alimirza مع تقدم إصدارات الأدوات فإن مربع الخيارات يسمح بحوار اختياري للتعديل وتعقيد تعدد الخيارات التي جاءت للجودة مثل خيارات عرض الشاشة، المؤثرات الصور والرسومات للأداة المطورة بتعدد أساليب الإدخال كتابة أو شفويا، وإن المحتوى الإعلامي سيشهد مرحلة الاتصال الإنس آلي يمكن المذيع أن ينتج محتوى معززا سمحت بها الأدوات Deep Brain وسيطال الإحلال حتى الكوادر غير الفنية كالمؤلفين والمذيعين، وسنشهد التعبير الآلي مثل G BT3: وقضايا حرية التعبير في خصومات افتراضية بين الإنسانية والآلية. أداة In Text Tool باستخدام GBT3 هي مضمنة على Chat GBT3 بميزات عديدة، فبعد كتابة نص يقوم باستحضار الأفلام العديدة من ذاكرته وعمل ترانسكربت مع خيارات للغة. أداة ELAI باختيار الـ Avatar: المناسب يمكن اختيار شات جي بي تي 3 لصناعة محتوى كتابي أشبه سايكوبيديا معرفية متغيرة المحتوى A video Tools Are out of control Movi استخدام شات جي بي تي استحضار Cup Cut Deep Brain (Kelsey) 2023) المعلومات والدفع بها وفق خيارات المخرجين والمنتجين، بما يقلل من

¹ - عبد الملك الدنان، خالد درار، تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي بالدول العربية، ط1، دار شهرزاد للنشر والتوزيع، عمان، 2024، ص321

مصروفات الإنتاج والاستوديوهات، والتأليف والسيناريو والبحث والمراجعة والتدقيق في مقابل مهددات سلب البشرية حق التعبير والتفكير.¹

أداة نص الصوت

ونص الصورة النص لصوت Voice Generator تنشئ المقاطع الصوتية من النصوص الكتابية (mp3) نص لصورة مضمنة على Chat GBT3 هي أداة مجانية، وسهل إنتاج صورة بالنص، وتوجد أداة text to Image مشابهة لسابقتها New Premiere . processing نجد إمكانات تغيير المحتوى من update we have been waiting for kelsey 23,1 شكل آخر ستكون له بيعانه على قضايا دمج الوسائط المتعددة للمحتوى الإعلامي كما أن التوسع في استخدام هذه الأدوات سيفرز المنتجين الهواة لسهولة العمليات الإعلامية المختلفة.

أدوات التخطيط واتخاذ القرار ChatGBT4 تظهر التحديثات التي تم إدخالها على النسخة السابقة ل ChatGBT4 مهارية ومعرفية متقدمة يمكنه من عمل تحليل بعد أن تعرض عليه صورة بيانات إحصائية المجريات مباريات لعدد من الفرق، فيقوم بتحليل هذه البيانات، وتحديد أحسن الفرق في جانب الهجوم أو الدفاع، كما يمكنه وضع الخطط بناء على ما يحصل عليه من ، GPT4 Vision10 Amazing Use Cases This is HUGE (معلومات ورغم تصنيفه كأداة معلومات ذكية.²

تخمينية إلا أن إمكانات الوصول إلى مقارنة نتائج بسرعة ودقة مذهلة وهو حتى الآن يعمل في إصداراته الأولى بطرق إدخال بصري الإدخال، من خلال الصورة كما أشرنا، ويمكن الانتقال به المراحل أكثر تقدما من خلال معالجات الإدخالات الرقمية والمنطقية، وأن يعالج كمدرّك ومحلل .

¹ - عبد الملك الدناني، خالد درار ،المرجع السابق، ص322

² - عبد الملك الدناني، خالد درار ،المرجع السابق، ص322

أدوات الكشف عن المحتوى (رقابية) : **zero GPT.com**) تقوم بفحص المحتوى الذي تم إنتاجه من خلال GPT Chat3 ، وذلك بثواني يقوم بتحديد النصوص التي تم إنتاجها باستخدام شات جي بي تي ثري Top 10 FREE AI .وهي أداة يمكن استخدامها ، Tools ، You Must Know For 2024 Ali mirza2024 في تحديد تحويل أو تزييف المحتوى، ويمكن الاستفادة من أكثر من أداة لتحديد المحتوى المزيف باستخدام الأدوات الذكية بصورة يدوية، مثل ترانسكربت find ومقارنة البحث الكتابي لجملة استخدمت في محتوى فيديو لشخص مزيف، ومقارنتها وتعزيز البحث باستخدام ChatGBT4 للمضاهاة، ومعرفة مكان تصوير اللقطات ووسيلة إنتاجها ومكانها

إدارة الأزمات واتخاذ القرارات

إن لدى "الذكاء الاصطناعي القدرة على مساعدة الجميع في إدارة الأزمات، حيث يساعد التعلم الآلي في عمل توقعات بناءً على أنماط وثيقة الصلة بالمتغيرات، ويعتمد التنبؤ ودقته على ما يتم توفيره من معلومات صحيحة، ويسمح بمرونة التعامل مع متغيراتها، فالتعلم الآلي هو أحد أفرع الذكاء الاصطناعي يسمح للحواسيب بالتعلم وتطوير طرقها ذاتياً بناءً على المعلومات وبدون برمجتها، البيانات تستخدم للتدريب والتجريب للوصول للحل الصحيح. ويهدف التعلم الآلي لعمل نظم حواسيب تتعامل مع البيانات عن طريق تجربة معالجتها، ويدعم التنبؤ وفقاً لأنماط المتغيرات وتحليل ملاتها.¹

كشف ومواجهة الأخبار المزيفة والشائعات تساعد الصحافة الروبوتية في كشف المعلومات المضللة والمزيفة من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة للتحقق من صحتها، ومراقبة مصداقية المحتوى، وإعداد تقارير أكثر دقة وشفافية من خلال شبكات وسائل التواصل

¹ - عبد الملك الدناني، خالد درار ،المرجع السابق، 322

الاجتماعي مثل Facebook و Twitter لمواجهة الأخبار المزيفة التي أثرت سلبا على مصداقية صانعي المحتوى.¹

أدوات نسخ وتحويل الصوت إلى نص:

Soniox هو أداة ذكاء صناعي أخرى لتحويل الصوت إلى نص. مثل Otter.ai ، تتيح هذه الأداة للصحفيين تحويل المحادثات الصوتية إلى نصوص مكتوبة بكل دقة وسرعة، مما يسهل عليهم توثيق الملاحظات والتقارير الإخباري²

المطلب الثاني: استخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

مصطلح الذكاء الاصطناعي (الذكاء الاصطناعي هو مصطلح شامل إلى حد ما يشير إلى الاحتمالات المختلفة التي تتيحها التطورات التكنولوجية الأخيرة من التعلم الآلي إلى معالجة اللغة الطبيعية، يمكن للمؤسسات الإخبارية استخدام الذكاء الاصطناعي لاتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات والنشر مع فرز واختيار وتصفية الأولويات) ووضع علامات على المقالات تلقائيا. وتوفر هذه النظم مزايا عديدة منها السرعة في تنفيذ الإجراءات المعقدة استنادا إلى كميات كبيرة من البيانات والسرعة دعم الروتين الصحفي من خلال التنبيهات بشأن الأحداث وتقديم مشاريع النصوص التي سيتم استكمالها بمعلومات سياقية؛ كذلك توسيع التغطية الإعلامية إلى المناطق التي لم تكن مغطاة أو غير مغطاة بشكل جيد (نتائج المباريات بين الأندية الرياضية "الصغيرة"، على سبيل المثال)؛ وتحسين التغطية الإخبارية في الوقت الحقيقي وتعزيز علاقات وسائل الإعلام مع جمهورها

¹- إنجي لطفي عبد العزيز، مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين، ص 618.

² - <https://affiegy.com>

من خلال تزويدهم بسياق شخصي وفقا لموقعهم أو تفضيلاتهم؛ وأكثر من ذلك (Dierickx 2021) ويمكننا القول أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أدت إلى تغيرات مهمة وجذرية في كثير من قطاعات الحياة العامة ، وهو ما أنعكس بشكل مباشر على قطاع العمل الإعلامي سواء في التصوير أو التحرير أو التدقيق اللغوي أو الترجمة والتعامل مع البيانات الضخمة.¹

تقديم النشرات والبرامج بواسطة الإعلامي الروبوت : الروبوت المذيع، على عكس المذيع البشري، لديه القدرة على القيام بالمهام وكافة الوظائف الإعلامية على مدار الساعة ، دون الحاجة إلى فترات راحة أو طعام أو شراب، وقد اتجهت العديد من القنوات التلفزيونية نحو استخدام المذيع الروبوت لتقديم بعض المحتوى ، لاسيما المحتوى الإخباري ف قناة dmc قدمت روبوت باسم (توت) ، شارك في تقديم إحدى حلقات مصر تستطيع ، كما كان لعديد من القنوات تجارب المشاركة المذيع الروبوت لتقديم بعض الفقرات ، إلا أن أيا من تلك القنوات لم يعتمد اعتمادا كلياً على المذيع الروبوت لتقديم فقرات متصلة ومطولة ، وبعد استخدام المذيع الروبوت خلال الفترة الحالية من قبل المؤسسات الإعلامية يأتي في مرحلة الاستكشاف ، لتحقيق التميز الإعلامي وجذب المشاهدين، وإبراز قدرات القناة أو المؤسسة الإعلامية على مواكبة التطورات التكنولوجية دون وجود رؤية واضحة حول إمكانية تعميم فكرة المذيع الروبوت بشكل كامل في المستقبل.²

الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتخليق وصنع الفيديوهات وجميع الوسائط المتعددة وتوظيفها لإنتاج عمل فني متكامل : تتيح بعض التطبيقات إصدار أمر صوتي لها

¹- أحمد علي الزهاني، تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جدة، العدد 2022، 01، ص 17

²- مي مصطفى عبد الرازق ، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام : الواقع والتطورات المستقبلية - دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ديسمبر 2022م، العدد 81 ، ص 53

لبدء تسجيل مقطع فيديو تلقائياً لحدث ما، ثم التقاط مجموعة من الصور له ، كما أن بعض البرمجيات قادرة على تصميم بعض الصور أو اللقطات ، وإضافة بعض اللمسات الفنية عليها وفقاً لتغذية المستخدم لهذه التطبيقات أو البرمجيات العاملة بالذكاء الاصطناعي

جمع المعلومات وتحريرها آلياً للأخبار وتوزيعها دون وسيط فقد أثبتت برامج الذكاء الاصطناعي براعتها في تحليل كميات هائلة من البيانات النصية والتوصل منها إلى المعلومات المفيدة من تلك البيانات المنشورة في العديد من الإصدارات الصحفية المطبوعة والرقمية، فضال عن الكتابات والتعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي والصور الفوتوغرافية والرسوم والفيديو¹.

أصبحت التقنيات المرتبطة بخوارزميات الذكاء الاصطناعي عنصراً رئيسياً في غرف الأخبار الحديثة والمؤسسات الصحفية ووكالات الأنباء، وأمرأً واقعاً لدى أغلب وسائل الإعلام في العالم بفعل ما تتميز به هذه التقنيات من قدرة على إنتاج المحتوى بشكل أسرع وبلغات متعددة، ما يؤدي لتحسين جودة التغطية الإخبارية ودقتها ويتيح للصحفيين والإعلاميين التركيز أكثر على التقارير المتعمقة والاستقصائية في مقابل تركيز استخدام الخوارزميات إنجاز الأعمال الروتينية وبعض المهام التحريرية، ويرى بعض الصحفيين المتقائلين في هذا المجال أن هذه الخوارزميات تعزز العمل الصحفي بشكل ويمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي استخدام الخوارزميات لإنشاء المحتوى الإعلامي من خلال عملية تحويل البيانات إلى نصوص وصور ومقاطع فيديو وكتابة الأخبار فيما يعرف بالصحافة الأو 25 بوتات و نات، ومن الناحية العملية يمكن للتطبيقات الذكية أن تمكن التحليل البيانات وتحديد الأنماط والاتجاهات ورؤى محددة من مصادر متعددة، ثم تحويل البيانات والكلمة المنطوقة إلى نص والنص إلى تنسيق للصوت والفيديو وتحليل المشاهد والوجوه

¹ - بركان بودريالة، توجيهات الاعلام الجزائري نحو الذكاء الاصطناعي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2024/2023، ص 103

والألوان والمشاعر، ما يحرق الصحفيين من العديد من المهام اليومية ويزيد قدرتهم على التعامل مع المزيد من البيانات.

هيكلة غرف الأخبار في أقسام الإعلام الرقمي: تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام من فكرة إلى حقيقة يؤكد أن الذكاء الاصطناعي سيأخذ مكانة بارزة بشكل متزايد في غرف الأخبار في المستقبل ويمكن لغرف الأخبار الاستفادة من هذه التكنولوجيا المتقدمة والتحول لغرف أخبار ذكية ومبتكرة في إنتاج عمل صحفي عالي الجودة من تتبع وتبسيط مجموعة متنوعة من العمليات بدء الأخبار العاجلة، وجمع البيانات وتفسيرها، والتحقق من صحة المحتوى عبر الإنترنت، وحتى إنشاء روبوتات محادثة القت ارح محتوى مخصص للمستخدمين لخدمة جمهورها بشكل أفضل وتحقيق تغيير في معايير الممارسة الصحفية التي اتخذت شكل بشرفي الماضي، فإن أفضل رهان هو مواكبة هذه التطورات والتكيف معها) ، وإجبار غرف الأخبار على تغيير هيكلتها لتواكب التطور الحاصل من خلال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وأدواته الحديثة وهذا يتطلب تغييرات شاملة في بنية وأنظمة غرف التحرير وتأهيل طواقمها للمتغيرات التكنولوجية المتسارعة لتطوير الأداء الصحفي¹

جمع المعلومات ومعالجة البيانات الضخمة

يعد التنقيب في البيانات الضخمة مصدراً جديداً للمعلومات أصبحت تعتمد عليه المؤسسات الإعلامية في إعداد المحتوى الإعلامي نظراً لما يضيفه من ثراء ودقة في المحتوى المقدم للجمهور، ويأتي دور الذكاء الاصطناعي من خلال قدرته الفائقة على معالجة وتحليل البيانات وتمثيلها بيانياً في شكل إحصائيات وأرقام وخرائط جرافيكية وسحابية ورسوم بيانية، وربطها بالقصص الإخبارية والتقارير الفصلية، فالمهام والأعمال التي كانت

¹- سدار رابح، تواتي نور الدين ، المصادقية الإعلامية الذكاء الاصطناعي وشرعية الصحافة مجلة العلوم الاجتماعية و الإنسانية المجلد 12 العدد 01 جامعة المسيلة ، الجزائر 2022 ، ص 370

تستغرق عدة أسابيع من الجهد الذي يبذله فريق من الصحفيين، أصبح بإمكان البرامج والتطبيقات الذكية إعدادها في ثواني معدودة، فقد بات من الطبيعي اعتماد العاملين في المؤسسات الإعلامية على الروبوتات في تحليل البيانات الضخمة التي قد تبلغ أحياناً ملايين من الجيجا بايت.

مقدم الأخبار الرقمي (الصحفي الآلي): يحتل تقديم نشرات الأخبار والبرامج الإذاعية والتلفزيونية حيزاً مهماً من عمل الطاقم الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية، لذا فالقائمون على هذه المؤسسات يولون أهمية كبيرة في اختيار الصحفيين المؤهلين لجذب انتباه الجمهور واستمالته وبالتالي نجاح البرامج المقدمة، وآخر انجازات الذكاء الاصطناعي في مجال التقديم التلفزيوني هم المذيعين الافتراضيين، حيث ظهر الروبوت "إيريك"، عام 2018 في التلفزيون الياباني لتقديم الأخبار، ثم تبعتها الصين عندما أطلقت وكالة الأنباء الصينية "شينخوا" عام 2018 مذيعان افتراضيان للنشرات الإخبارية كما ظهر أول مذيع روبوت باللغة العربية في دولة الإمارات في عام 2019، تحاكي النماذج المقدمة البشر في شكل الوجه والإيماءات والصوت وحركة الشفاه والقدرة على تتبع الأشخاص الموجودين في الغرفة، كما قدمت وكالة الأنباء الصينية في 2020 مذيع أخبار ثلاثي الأبعاد باستخدام تقنيات ثلاثية الأبعاد لتعزيز شعور المشاهدين بالتفاعل والمشاركة يتميز مذيع الأخبار الآلي بإمكانية العمل طيلة الوقت وفي كل الظروف الطارئة والمخاطر وبتكلفة أقل ويسهل التحكم به والسيطرة عليه مقارنة بالصحفي البشري، هذه المميزات وأخرى قد تدعم توجه المؤسسات الإعلامية مستقبلاً إلى الاعتماد أكثر على المقدمين الآليين على حساب العنصر البشري، وهذا مستبعد على المدى القريب فالصحفي الآلي غير قادر على التفاعل والتعاطف مع المواقف الإنسانية وعاجز على فهم السياقات الاجتماعية والثقافية المعقدة وهو يتصرف وفقاً

للقواعد الآلية الميكانيكية الصارمة بعكس الصحفي البشري الذي لديه القدرة على فهم أعمق للمواقف والأحداث بشكل أعمق وأكثر ثراء.¹

المطلب الثالث: تحديات التوظيف الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلامي

لا يمكن اليوم إنكار أهمية الإعلام والذكاء الاصطناعي، إذ تلعب وسائل الإعلام والاتصال دورا حاسما في نشر المعلومات وتشكيل الرأي العام والتأثير على الاتجاهات المجتمعية، ومع التقدم السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة تم تحويل المشهد في صناعة الإعلام، مما أدى إلى ظهور منصات وأساليب جديدة لتقديم المحتوى، كما مهد هذا التطور الطريق لدمج الذكاء الاصطناعي في عمليات الوسائط، وتمكين الأتمتة والتخصيص وتحسين تجارب المستخدم. من ناحية أخرى أحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في جوانب مختلفة من الحياة اليومية المعاصرة، بما في ذلك صناعة الإعلام، أدت قدرتها على تحليل البيانات الضخمة والتنبؤ بسلوك المستخدم وأتمتة انشاء المضمون إلى تبسيط العمليات وتحسين عمليات صنع القرار علاوة على ذلك، سهل الذكاء الاصطناعي إضفاء الطابع الشخصي على تسليم المضمون مما مكن المؤسسات الإعلامية من تقديم مضمون مخصص للأفراد المستخدمين بناء على رغباتهم وتفضيلاتهم وسلوكهم. في السياق الحالي، فتحت العلاقة بين وسائل الإعلام والذكاء الاصطناعي فرصا جديدة للابتكار والمشاركة وتوليد الإيرادات كما قدم تحديات من حيث الخصوصية والاستخدام الأخلاقي للبيانات والآثار المترتبة على المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي على هذا النحو، فإن فهم أهمية وسائل الإعلام والذكاء الاصطناعي في زمن الوسائط الجديدة أمر بالغ الأهمية للتنقل في الفرص والتحديات التي تنتظرنا في هذا المشهد سريع التطور إن تحديات رقمنة الصحافة وهيمنة الخوارزميات عليها تحتاج إلى وعي أكبر بالموضوع وتأهيل للعنصر البشري وتدريبه من أجل التفاعل مع التحديات التي يفرضها تغول التقنية والخوارزميات وفي

¹ - عبد الملك الدناني، خالد درار، المرجع السابق، ص367.

هذا السياق يرى الكتاب ضرورة جعل الأتمتة البرمجة) وسيلة لمساعدة الذكاء البشري في فهم هذا العالم وتحويله لما يمكن أن ينفع البشرية بدل من تركه يتحول إلى أداة لن تكون ضد الصحافة فقط ولكن ضد البشر كذلك.¹

تتمثل هذه التحديات فيما يلي :

ارتفاع التكاليف المالية لشراء الأنظمة والأجهزة الذكية، وتهيئة البنية التحتية لاستقبال تقنيات حديثة حيث التحديات المالية هي أبرز التحديات التي تواجه تعميم تطبيقها في كافة المجالات وبما فيها المجال الإعلامي، وذلك بسبب النفقات المالية الباهظة التي تتطلبها للبدء في استخدام التقنيات الذكية، كما تشمل النفقات المالية تهيئة البنية التحتية لاستقبالها التوسع في استخدام تقنيات الثورة الصناعية الرابعة يؤدي إلى خلق بعض الثغرات الأمنية، واختراق الأجهزة للوصول إلى بيانات المستفيدين، مما ينتج مشكلات تتعلق من انترنت الأشياء في تطوير خدمات مؤسسات المعلومات وارتفاع نسبة الهجمات الالكترونية نتيجة استخدام هذه التقنيات الذكية

الحاجة إلى برامج تدريبية نظرية وعلمية لتعزيز قدراتهم ورفع إنتاجيتهم على المدى الطويل، كما يراودهم شعور القلق والخوف بشأن استبدالهم بالروبوتات والتقنيات الذكية لما تتميز به من كفاءة عالية وقدرة على انجاز المهام بسرعة فائقة، الأمر الذي يدعو إلى دعم السياسات لحل الأمن الوظيفي للعاملين بالمؤسسات الإعلامية.²

¹ - أحمد غربي، الاعلام والذكاء الاصطناعي تحديات قانونية وتقنية وسائطية، مجلة التشريع الاعلامي، العدد 04، 2024، ص 10.

² - يسمينة قاسي، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار ومدى استخدامه في الصحافة، مجلة مصداقية، العدد 01، 2024، ص 12.

خلاصة

يُعد الذكاء الاصطناعي أداة قوية يمكن أن تسهم في توجيه وتحفيز الصحفيين نحو إنتاج محتوى إعلامي أفضل، خاصة في ظل التحديات التي تواجهها صناعة الأخبار اليوم من حيث الاستدامة المالية وبناء ثقة الجمهور. كما تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة العمل الإعلامي، إلى جانب تمكين الجمهور من التعامل مع الكم الهائل من الأخبار والمعلومات المضللة، من خلال مساعدتهم في الوصول إلى محتوى موثوق وهادف. ورغم اعتماد العديد من المؤسسات الإعلامية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، إلا أن هناك تبايناً في الآراء بشأن إمكانياته ومخاطره، خاصة فيما يتعلق بالمعايير الأخلاقية والتحريرية، والدقة والموثوقية، إضافة إلى التأثيرات المحتملة على سوق العمل الإعلامي مع التوسع في استخدام هذه التقنيات.

الإطار التطبيقي

تمهيد:

يمثل الإطار التطبيقي للدراسة المرحلة الأخيرة والمهنية من البحث والتي فيها يتم النزول للميدان لجمع المعلومات حول موضوع الدراسة، إذ يتم من خلال هذا الجانب الإجابة على إشكالية الدراسة مع ما تم تناوله في الجانب النظري من جهة ومع ما استمر عليه العمل الميداني من جهة أخرى من خلال النتائج التي تم الحصول عليها في نهاية المرحلة.

المبحث الأول: دراسة ميدانية بإذاعة سعيدة

المطلب الأول: إذاعة سعيدة الجهوية أنشأت بتاريخ 30 سبتمبر 2006

إذاعة سعيدة الجهوية هي محطة إذاعية تابعة للإذاعة الوطنية الجزائرية، تبث برامجها من ولاية سعيدة وتغطي كل المناطق في إقليم الولاية . تمثل هذه الإذاعة صوتاً محلياً يعكس انشغالات المواطن اليومية، ويعزز الروح الوطنية، ويثمن الثقافة المحلية بمختلف أبعادها.

تاريخ التأسيس:

تأسست إذاعة سعيدة الجهوية يوم 24 فيفري 2008، في إطار سياسة الدولة الجزائرية الرامية إلى تعزيز الإعلام الجوّاري، وتقريب الخدمة الإعلامية من المواطن في مختلف مناطق الوطن.

تقديم إعلام جوّاري يعكس واقع المنطقة.

إبراز المواهب المحلية في مختلف المجالات الثقافية والرياضية.

المطلب الثاني: مهام إذاعة سعيدة

تقديم برامج متنوعة

تقدم الإذاعة مجموعة متنوعة من البرامج لتلبية اهتمامات المستمعين المختلفة، مثل البرامج الثقافية والإخبارية والموسيقية والترفيهية.

البث المباشر:

تتيح الإذاعة للمستمعين الاستماع إلى برامجها مباشرة عبر الإنترنت من خلال موقعها الإلكتروني وتطبيق الموبايل.

المساهمة في التنمية المحلية:

تعمل الإذاعة على دعم التنمية المحلية من خلال توفير معلومات حول الأحداث والفعاليات المحلية.

توعية وتنقيف الجمهور

تقدم الإذاعة برامج ثقافية وإخبارية تهدف إلى توعية وتنقيف الجمهور حول مختلف القضايا.

توفير مصدر إعلامي موثوق

تقدم الإذاعة معلومات موثوقة ومحدثة حول الأحداث المحلية والعالمية

المبحث الثاني: عرض وتحليل البيانات ومناقشتها

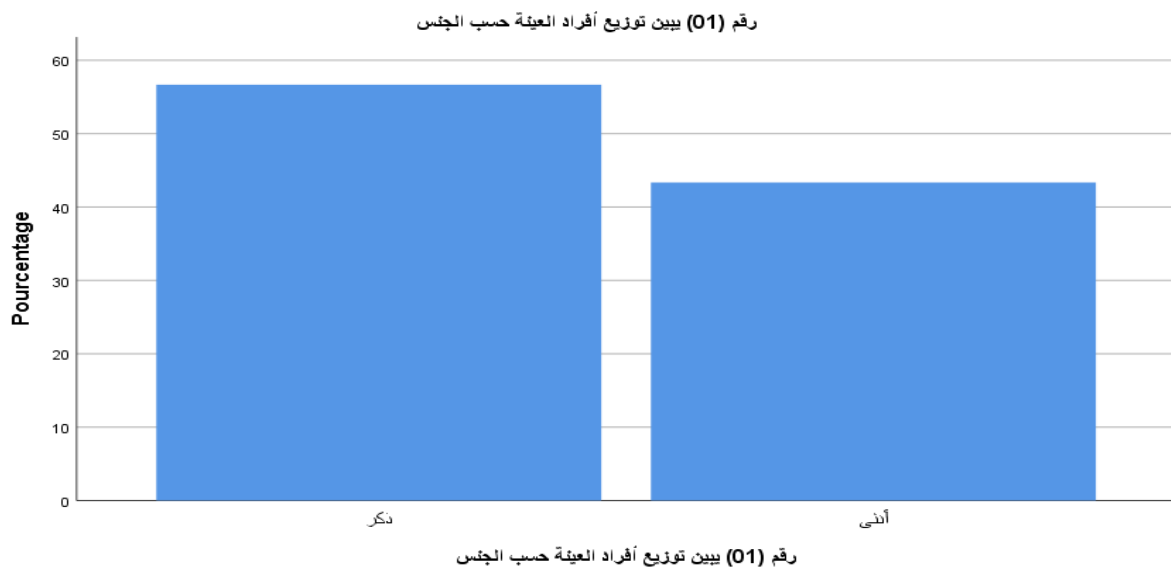
المطلب الأول: عرض نتائج وتحليلها

الجدول رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	
56,7	17	ذكر
43,3	13	أنثى
100,0	30	المجموع

الجدول رقم (01) يعرض توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور 56.7% (17 مبحوثاً)، بينما بلغت نسبة الإناث 43.3% (13 مبحوثة) من أصل 30 مشاركاً، تُظهر هذه النتائج أن الذكور يشكلون الأغلبية النسبية ضمن العينة، يعكس ميلاً بسيطاً نحو تمثيل الذكور في الموضوع محل الدراسة.

إن هذا التوزيع يمكن أن يشير إلى تمركز أكبر للذكور في المواقع أو الوظائف المرتبطة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، أو قد يدل على استعداد أكبر من قبل الذكور للمشاركة في الدراسات المتعلقة بالتقنيات الحديثة، كما قد يعكس نمطاً سائداً في سوق العمل الإعلامي الجزائري، خاصة في المجالات التقنية أو الرقمية.



الجدول رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر

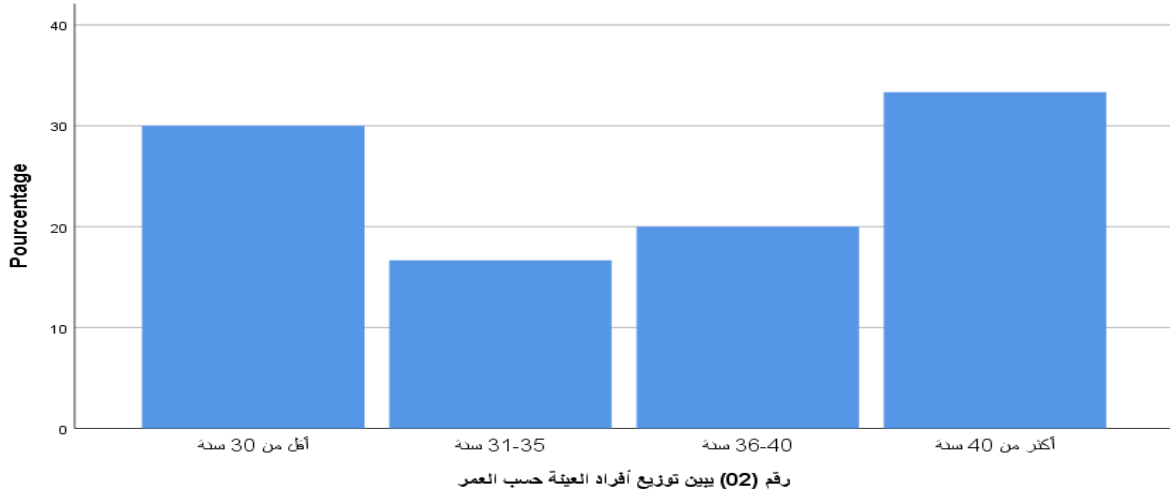
النسبة	التكرار	
30,0	9	أقل من 30 سنة
16,7	5	من 31-35 سنة
20,0	6	من 36-40 سنة
33,3	10	أكثر من 40 سنة
100,0	30	المجموع

تعرض نتائج الجدول توزيع أفراد العينة حسب فئة العمر، ويلاحظ أن الفئة الأكثر تمثيلاً هي "أكثر من 40 سنة" بنسبة 33.3% (10 أفراد)، تليها فئة "أقل من 30 سنة" بنسبة 30.0% (9 أفراد)، ثم فئة "36-40 سنة" بنسبة 20.0% (6 أفراد) وأخيراً فئة "31-35 سنة" بنسبة 16.7% (5 أفراد).

يتضح أن الفئات العمرية الكبيرة نسبياً (فوق 40 سنة) تمثل الشريحة الأكبر، مما يدل على أن شريحة مهمة من المشاركين تتمتع بخبرة مهنية طويلة، بينما تمثل الفئات الشابة (أقل من 30 سنة) أيضاً نسبة معتبرة، وهو ما يعكس التنوع العمري داخل المؤسسات الإعلامية.

إن هذا التنوع في الأعمار يعكس وجود أجيال مهنية مختلفة في المؤسسات الإعلامية، مما قد يؤثر على تصوراتهم واستخداماتهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي. فالفئة الأكبر سناً قد تنظر إلى هذه التطبيقات من منظور الحيلولة والتغيير في أدوات العمل، بينما الفئات الأصغر سناً قد تكون أكثر انفتاحاً واعتماداً على استخدام التكنولوجيا، ما يخلق مزيجاً من وجهات النظر حول تبني هذه التقنيات.

رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب العمر



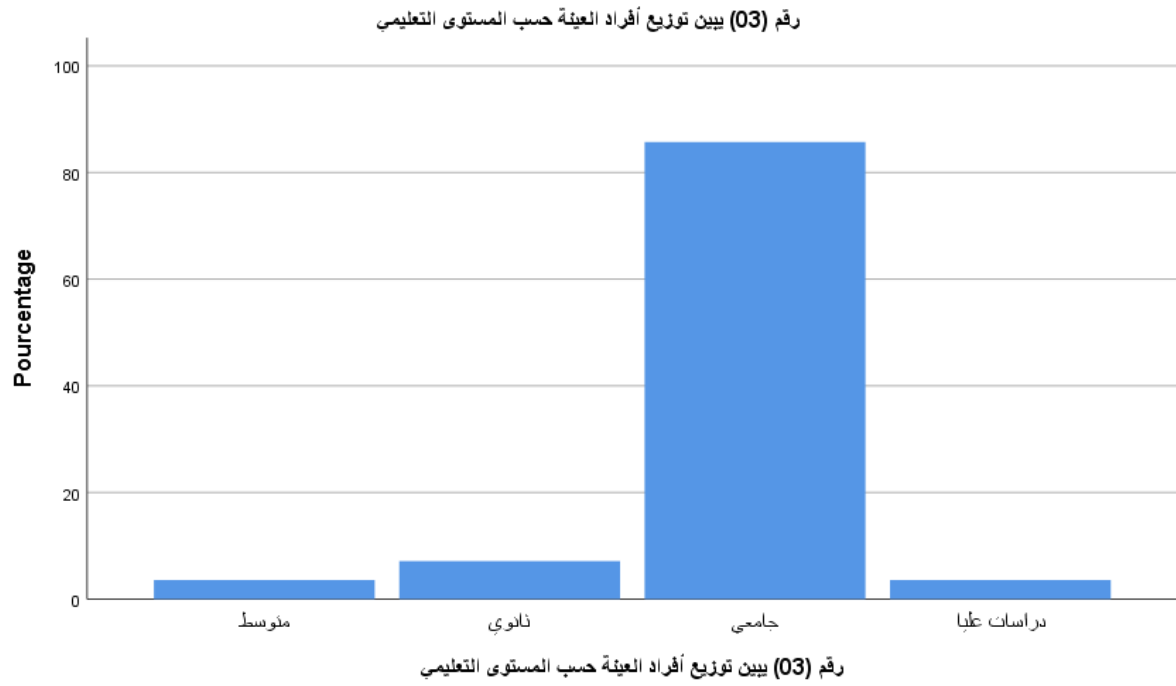
الجدول رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	
3,3	1	متوسط
6,7	2	ثانوي
80,0	24	جامعي
3,3	1	دراسات عليا
6,7	2	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

الجدول رقم (03) يعرض توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي. تظهر النتائج أن النسبة الغالبة من المشاركين يحملون مستوى تعليم جامعي بنسبة 80.0% (24 فرداً)، بينما يمثل حاملو المستوى الثانوي 6.7% (2 فرد)، والمستوى المتوسط والدراسات العليا بنسبة متساوية تبلغ 3.3% لكل منهما (فرد واحد لكل فئة) كما يتبين من خلال نتائج وجود قيم مجهولة بنسبة (6.7%) وهي تشير لمن لم يبد رأياً.

يظهر أن الغالبية الساحقة من العينة (80%) هم من ذوي التعليم الجامعي، ما يعكس مستوى عالٍ من التحصيل الأكاديمي داخل المؤسسات الإعلامية، نسبة المشاركين من ذوي التعليم الثانوي أو المتوسط منخفضة جداً، مما قد يشير إلى متطلبات مهنية تعتمد على التأهيل العلمي، النسبة الضعيفة لحاملي الدراسات العليا (3.3%) قد تعكس ندرة التخصصات الدقيقة في هذا المجال أو محدودية الحوافز الأكاديمية في المؤسسات الإعلامية

يُشير المستوى التعليمي المرتفع للعينة إلى قدرة مهنية عالية تؤهل الأفراد لفهم واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بكفاءة أكبر، خصوصاً أن هذه التقنيات تتطلب مهارات معرفية متقدمة، النقص النسبي في الدراسات العليا قد يعبر عن غياب توجه بحثي أو استراتيجي داخل المؤسسات نحو تطوير الكفاءات في مجال الذكاء الاصطناعي، مما قد يحد من الابتكار في توظيف هذه التطبيقات، هذا التوزيع التعليمي قد يكون مؤشراً إيجابياً على استعداد البيئة الإعلامية للتفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بشرط توفير التكوين والدعم الفني المناسب.



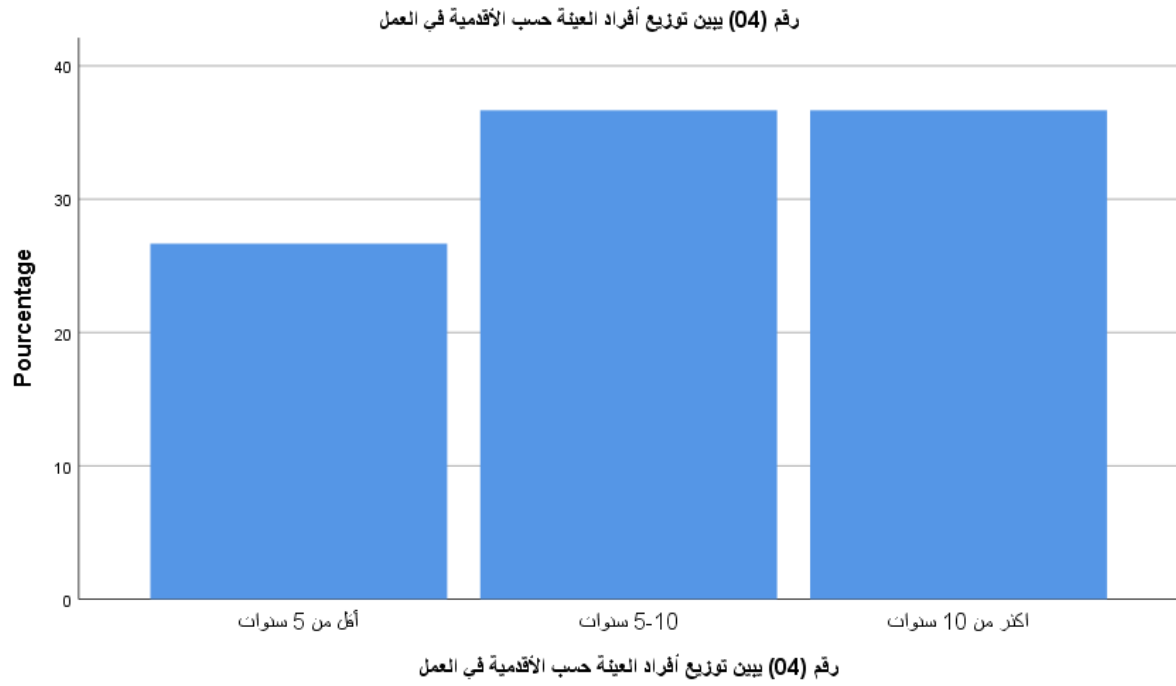
الجدول رقم (04) يبين توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل

النسبة	التكرار	
26,7	8	أقل من 05 سنوات
36,7	11	من 5 - 10 سنوات
36,7	11	أكثر من 10 سنوات
100,0	30	المجموع

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في العمل. وقد تساوت نسبة من لديهم خبرة بين 5 إلى 10 سنوات، ومن لديهم أكثر من 10 سنوات، حيث بلغت 36.7% لكل منهما (11 فرداً لكل فئة) في حين شكّل ذوو الخبرة الأقل من 5 سنوات نسبة 26.7% (8 أفراد).

يشكل ذوو الخبرة المتوسطة والطويلة (أكثر من 5 سنوات) نسبة كبيرة من العينة، تصل إلى 73.4%، مما يدل على تمثيل قوي للعاملين المخضرمين في المجال الإعلامي، المشاركون من فئة الخبرة القصيرة (أقل من 5 سنوات) يمثلون أقل من الثلث، ما يعكس إما معدل دوران منخفض أو صعوبة في إدماج الجدد في المؤسسات الإعلامية.

يمكن أن تُشير هذه النتائج إلى أن العينة تتكون من أفراد لديهم إلمام كبير بالبيئة الإعلامية وبالتطورات التقنية، بما فيها تطبيقات الذكاء الاصطناعي، نتيجة سنوات العمل الطويلة، الخبرة المتوسطة والطويلة قد تعني أيضاً تراكمًا معرفيًا يمكن أن يسهم في تقييم دقيق وموضوعي لمدى جدوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، من جهة أخرى تمثل نسبة العاملين الجدد فرصة لرصد آراء الجيل الصاعد، الذي غالباً ما يكون أكثر انفتاحاً على التكنولوجيا الحديثة بحكم معاشته لها منذ بداية مسيرته المهنية.



المحور الأول: استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية

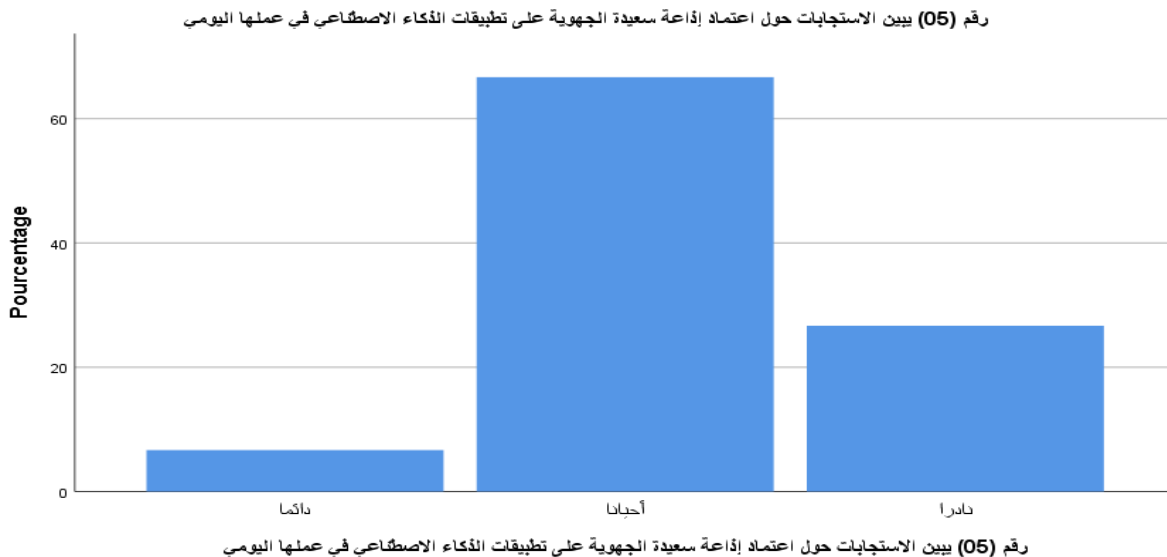
الجدول رقم (05) يبين الاستجابات حول اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي

النسبة	التكرار	
6,7	2	دائما
66,7	20	أحيانا
26,7	8	نادرا
100,0	30	المجموع

تشير البيانات الخاصة باستخدام إذاعة سعيدة الجهوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي إلى أن الغالبية من أفراد العينة (66.7%) أكدوا أن الاعتماد على هذه التطبيقات يتم "أحيانا"، بينما أفاد 26.7% بأن الاعتماد يتم "نادرا"، في حين أشار فقط 6.7% إلى أن الإذاعة تعتمد على الذكاء الاصطناعي "دائما".

يتضح أن الاستخدام المنتظم لتقنيات الذكاء الاصطناعي ما يزال محدوداً، مما يعكس ربما غياب إستراتيجية واضحة أو ضعف في التبنّي الشامل لهذه التكنولوجيا داخل المؤسسة.

إن تكرار الاستجابة بـ "أحيانا" يدل على وجود تجارب متفرقة أو تجريبية في استخدام هذه التطبيقات، دون أن تتحول إلى ممارسة مؤسسية ممنهجة، ما قد يعكس مستوى وعي متفاوت أو قصور في الموارد التقنية والبشرية اللازمة لتفعيل هذه الأدوات بشكل مستمر.



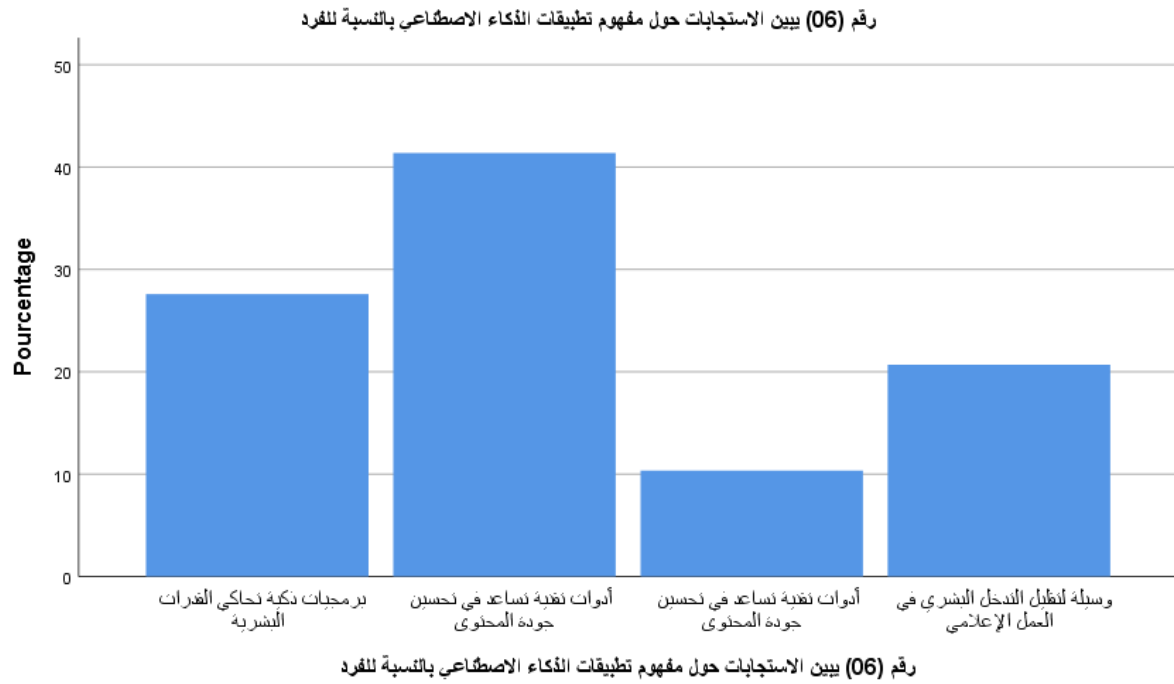
الجدول رقم (06) يبين الاستجابات حول مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالنسبة للفرد

النسبة	التكرار	
26,7	8	برمجيات ذكية تحاكي القدرات البشرية
40,0	12	أدوات تقنية تساعد في تحسين جودة المحتوى
10,0	3	أنظمة رقمية تستخدم لتحليل البيانات واتخاذ القرارات
20,0	6	وسيلة لتقليل التدخل البشري في العمل الإعلامي
3,3	1	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

توضح بيانات الاستجابات المتعلقة بمفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى أفراد العينة أن 40.0% يرونها كأدوات تقنية تساعد في تحسين جودة المحتوى، فيما اعتبرها 26.7% برمجيات ذكية تحاكي القدرات البشرية، وأشار 20.0% إلى أنها وسيلة لتقليل التدخل البشري في العمل الإعلامي، بينما أشار 10.0% أنظمة رقمية تستخدم لتحليل البيانات واتخاذ القرارات.

يبدو أن المفهوم السائد لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يتمحور حول دورها في تحسين الجودة والمحتوى الإعلامي، وهو ما يعكس فهماً وظيفياً وتقنياً للتكنولوجيا أكثر من كونه إدراكاً عميقاً لبنيتها وآلياتها.

إن هذه النتائج تشير إلى تنوع في الفهم بين الأفراد، حيث يتراوح بين الإدراك العام للذكاء الاصطناعي كوسيلة لتعزيز الأداء، وبين رؤيته كعنصر قد يحل محل التدخل البشري، ما يكشف عن وعي متفاوت بدرجة تعقيد وتأثير هذه التطبيقات في السياق الإعلامي.

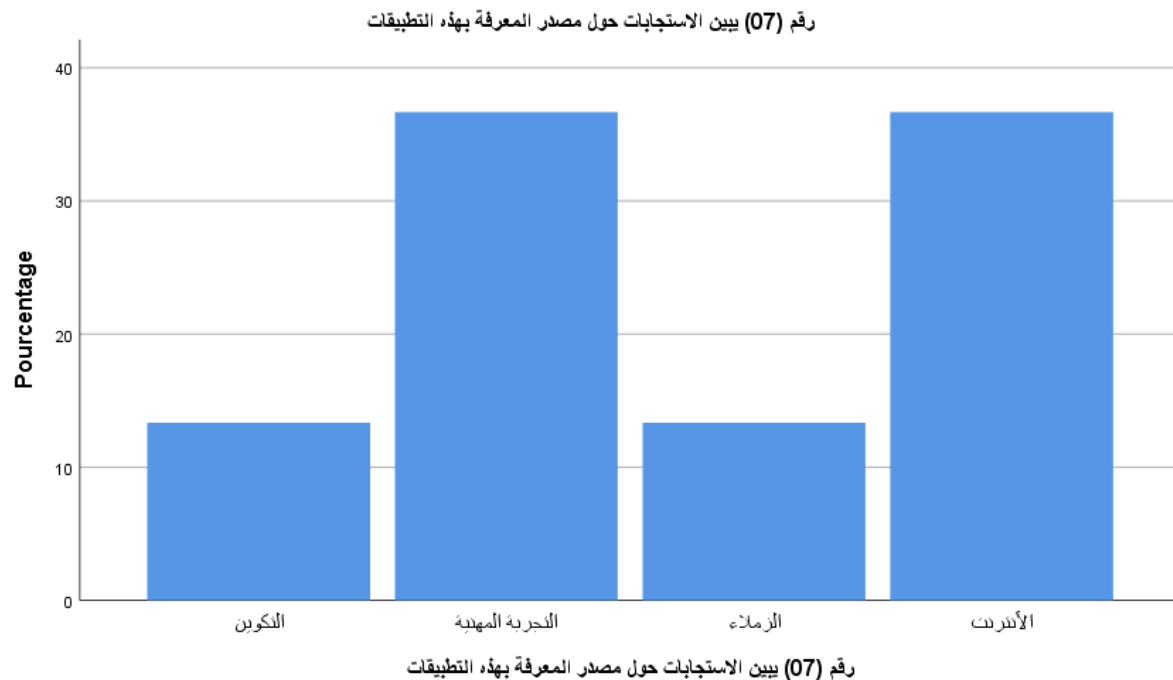


الجدول رقم (07) يبين الاستجابات حول مصدر المعرفة بهذه التطبيقات

النسبة	التكرار	
13,3	4	التكوين
36,7	11	التجربة المهنية
13,3	4	الزملاء
36,7	11	الأنترنت
100,0	30	الخبرة
		المجموع

تُظهر نتائج السؤال أن أفراد العينة يستمدون معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل متساوٍ من مصدرين رئيسيين: التجربة المهنية والآنترنت، بنسبة 36.7% منهما، مما يعكس اعتماداً كبيراً على التعلّم الذاتي والممارسة الميدانية في اكتساب المعارف المتعلقة بهذه التقنية، في المقابل كانت نسبة الذين اكتسبوا هذه المعرفة من خلال التكوين الرسمي 13.3%، وهي ذات النسبة التي تمثل من تعلموا عن طريق الزملاء.

تشير هذه النتائج إلى أن المؤسسات الإعلامية لا توفر تكويناً كافياً في هذا المجال، ما يفسر انخفاض الاعتماد عليه كمصدر للمعرفة، فغلبة المصادر غير النظامية (كالآنترنت والخبرة الميدانية) توحى بوجود فجوة تكوينية قد تؤثر على مدى فهم الصحفيين لهذه التطبيقات واستخدامها بشكل فعال ومدرّس داخل المؤسسات الإعلامية



الجدول رقم (08) يبين الاستجابات حول التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً بإذاعة سعيدة الجهوية

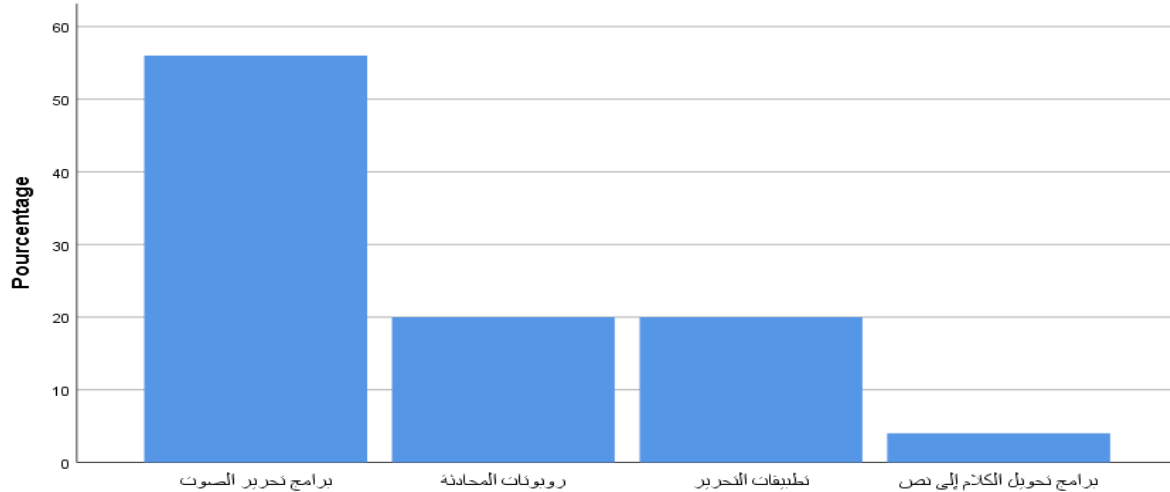
النسبة	التكرار	
46,7	14	برامج تحرير الصوت
16,7	5	روبوتات المحادثة
16,7	5	تطبيقات التحرير
3,3	1	برامج تحويل الكلام إلى نص
16,7	5	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن برامج تحرير الصوت هي التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً في إذاعة سعيدة الجهوية، حيث بلغت نسبة المستخدمين لها 46.7%، مما يعكس أهمية هذه البرامج في العمليات اليومية للإذاعة. يأتي بعد ذلك كل من روبوتات المحادثة وتطبيقات التحرير بنسبة متساوية 16.7% لكل منهما، بينما تحظى برامج تحويل الكلام إلى نص بنسبة قليلة جداً بلغت 3.3%.

توضح هذه النسب التوزيع الفعلي لاستخدام التطبيقات الذكية داخل المؤسسة، مع تركيز واضح على التطبيقات التي تتعلق بمعالجة الصوت، وهو ما يعكس طبيعة العمل الإذاعي.

هذا التركيز يعكس اعتماد المؤسسة على تقنيات تدعم الإنتاج الصوتي بشكل مباشر، مع توجه أقل نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي قد تكون أقل شيوعاً أو أقل فهماً لدى العاملين، مثل تحويل الكلام إلى نص أو روبوتات المحادثة، مما قد يدل على فرصة لتعزيز استخدام هذه التطبيقات لتحسين الأداء الإعلامي.

رقم (08) يبين الاستجابات حول التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً بإذاعة سعيدة الجهوية



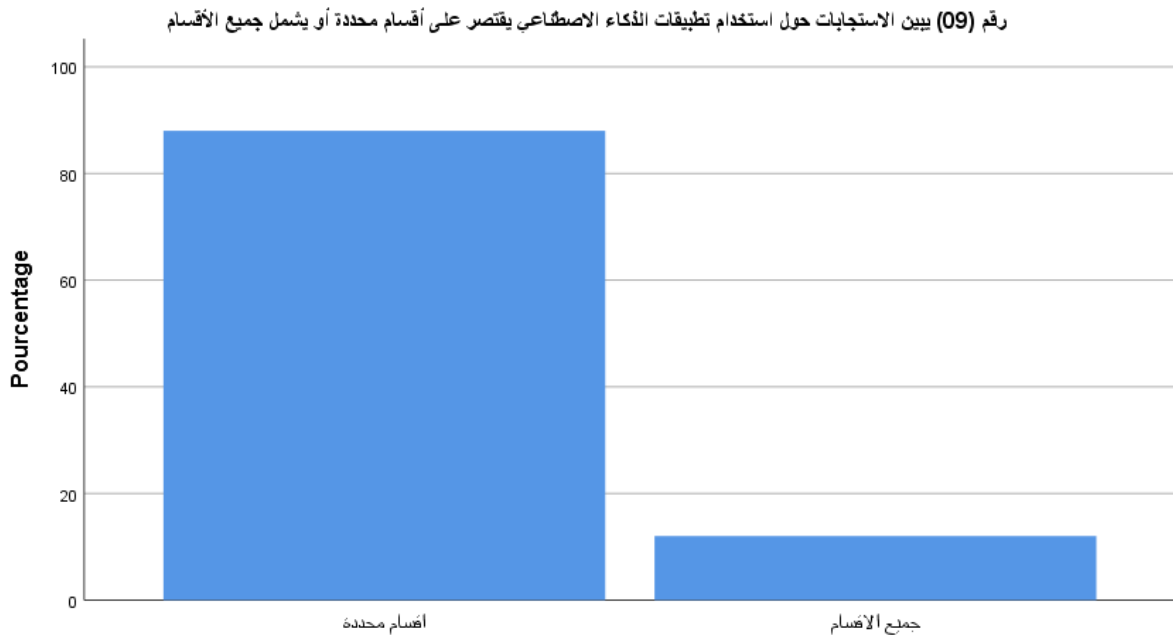
رقم (08) يبين الاستجابات حول التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً بإذاعة سعيدة الجهوية

الجدول رقم (09) يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقتصر على أقسام محددة أو يشمل جميع الأقسام

النسبة	التكرار	
73,3	22	أقسام محددة
10,0	3	جميع الأقسام
16,7	5	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة (73.3%) يرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقتصر على أقسام محددة داخل إذاعة سعيده الجهوية، بينما نسبة ضئيلة فقط (10%) ترى أن هذه التطبيقات تشمل جميع الأقسام.

يعكس هذا التوزيع تركيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات أو أقسام معينة، مما قد يشير إلى محدودية التبني الشامل لهذه التطبيقات عبر المؤسسة، يعكس هذا الأمر وجود تفاوت في انتشار التكنولوجيا داخل المؤسسة، حيث تعتمد بعض الأقسام بشكل أكبر على هذه التطبيقات، بينما تبقى أقسام أخرى أقل استفادة أو استخداماً، مما يبرز الحاجة لفهم العوامل التي تحد من شمولية الاستخدام وتأثيرها على الأداء الكلي للإذاعة.



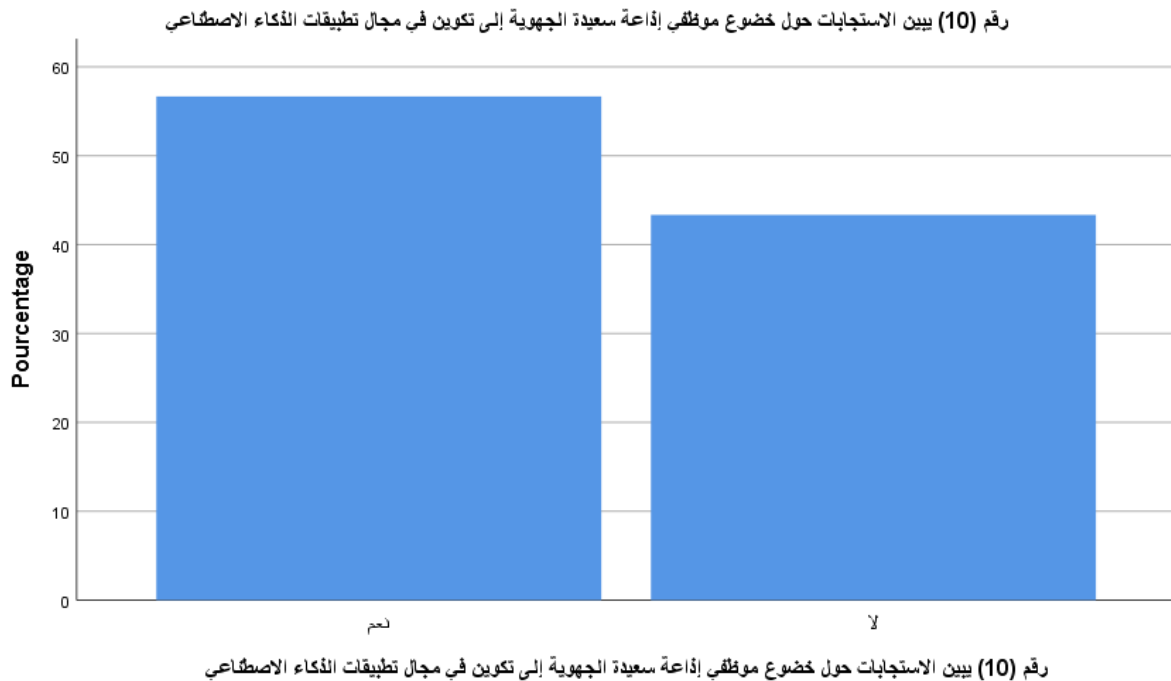
رقم (09) يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقتصر على أقسام محددة أو يشمل جميع الأقسام

الجدول رقم (10) يبين الاستجابات حول خضوع موظفي إذاعة سعيدة الجهوية إلى تكوين في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي

النسبة	التكرار	
56,7	17	نعم
43,3	13	لا
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن 56.7% من أفراد العينة في إذاعة سعيدة الجهوية قد خضعوا لتكوين في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، في حين أن 43.3% منهم لم يتلقوا أي تدريب بهذا الخصوص.

يظهر هذا التوزيع أن أكثر من نصف الموظفين يمتلكون مستوى معين من التدريب مما يعزز من إمكانية استخدامهم الفعال لهذه التطبيقات في عملهم اليومي، يعكس هذا المعدل وجود اهتمام نسبي بتطوير مهارات العاملين في مجال الذكاء الاصطناعي، لكنه في الوقت نفسه يشير إلى وجود فجوة تدريبية قد تؤثر على الكفاءة العامة للمؤسسة في توظيف هذه التكنولوجيا، خاصة في ظل استمرار وجود نسبة كبيرة لم تتلق التدريب اللازم.



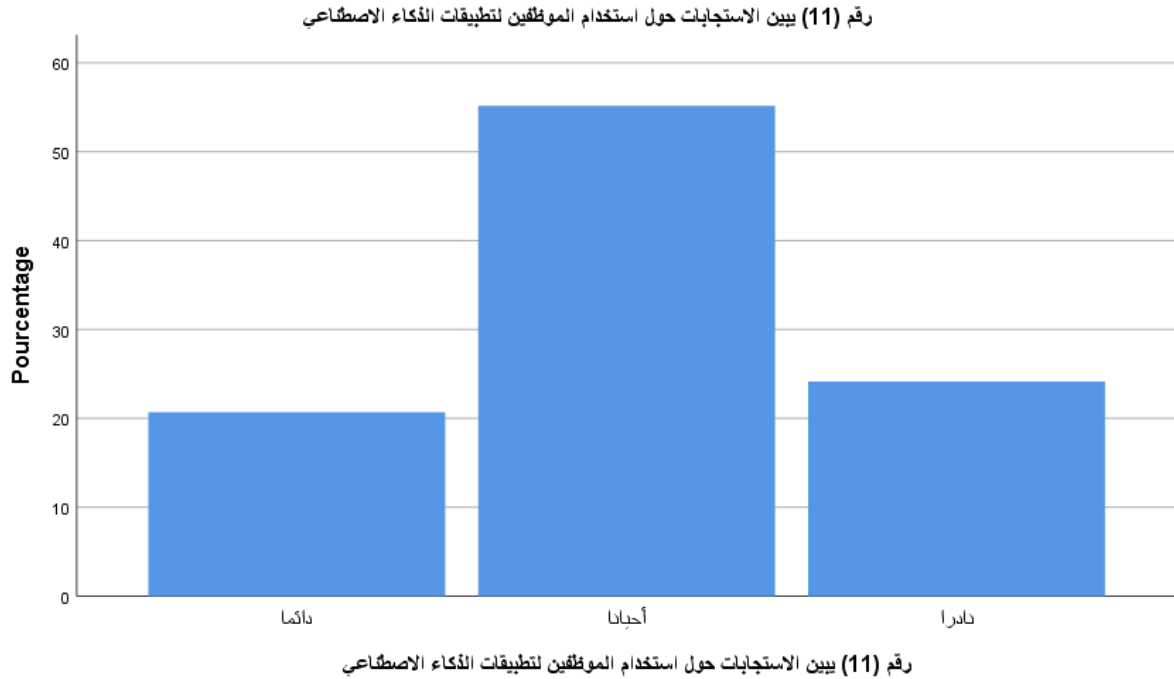
المحور الثاني: مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بإذاعة سعيدة الجهوية

الجدول رقم (11) يبين الاستجابات حول استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

النسبة	التكرار	
20,0	6	دائماً
53,3	16	أحياناً
23,3	7	نادراً
3,3	1	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير النتائج إلى أن 20% فقط من موظفي إذاعة سعيدة الجهوية يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل دائم، بينما يستخدمها 53.3% منهم أحياناً، و23.3% يستخدمونها نادراً.

يظهر هذا التوزيع أن الغالبية العظمى من الموظفين (73.3%) تعتمد على هذه التطبيقات بدرجات متفاوتة، مما يعكس انتشار نسبي لاستخدام الذكاء الاصطناعي، لكن الاستخدام المنتظم والمستمر ما زال محدوداً، مما يشير إلى وجود قبول ووعي بأهمية هذه التطبيقات بين الموظفين لكن قد تكون هناك عوامل تعيق الاستخدام الدائم، مثل نقص التدريب الكافي، أو ضعف البنية التحتية التقنية، أو مقاومة التغيير داخل المؤسسة.



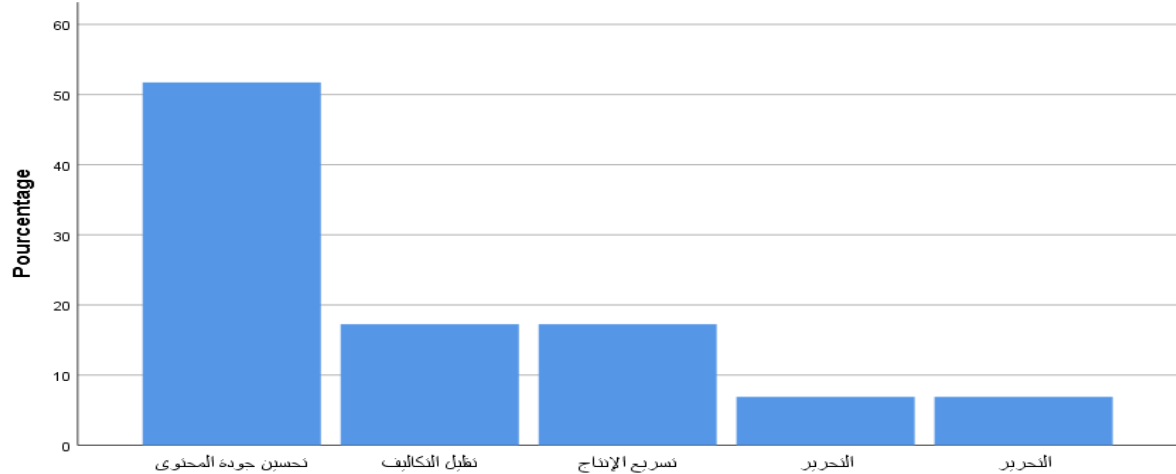
الجدول رقم (12) يبين الاستجابات حول مساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة

النسبة	التكرار	
50,0	15	تحسين جودة المحتوى
16,7	5	تقليل التكاليف
16,7	5	تسريع الإنتاج
6,7	2	التحرير
6,7	2	الإدارة
3,3	1	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن 50% من أفراد العينة يرون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إذاعة سعيدة الجهدية تسهم بشكل أساسي في تحسين جودة المحتوى، بينما يرى 16.7% أنها تساعد في تقليل التكاليف، ونسبة مماثلة (16.7%) تشير إلى تسريع الإنتاج، أما تحرير المحتوى فقد تم ذكره بنسبة 6.7% مرتين، مما قد يشير إلى أهمية محدودة لهذا الجانب أو تكرار في الإدخال.

يظهر هذا أن التأثير الرئيسي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يتمثل في رفع جودة المحتوى، وهو أمر إيجابي يعكس فعالية هذه التقنيات في المجال الإعلامي، يعكس هذا تصور الموظفين بأن الذكاء الاصطناعي يعمل على تحسين مخرجات العمل الإعلامي من حيث الدقة والاحترافية، إلى جانب مساهمته في جوانب مالية وإجرائية مثل تقليل التكاليف وتسريع عمليات الإنتاج، مما يعزز من القدرة التنافسية للإذاعة.

رقم (12) يبين الاستجابات حول مساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة في



رقم (12) يبين الاستجابات حول مساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة في

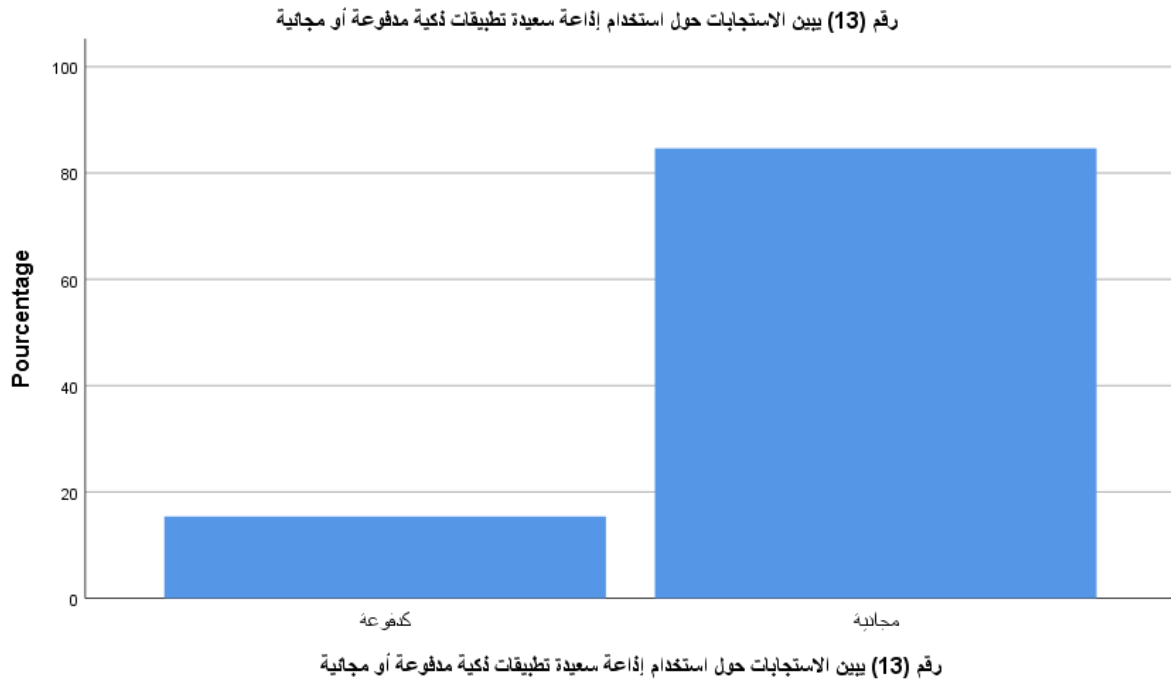
الجدول رقم (13) يبين الاستجابات حول استخدام إذاعة سعيدة تطبيقات ذكية مدفوعة أو مجانية

النسبة	التكرار	
13,3	4	مدفوعة
73,3	22	مجانية
13,3	4	قيمة مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن غالبية موظفي إذاعة سعيدة الجهوية، بنسبة 73.3%، يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي المجانية، في حين أن 13.3% فقط يعتمدون على التطبيقات المدفوعة، ويوجد 13.3% من البيانات مفقودة.

يعكس هذا أن الإذاعة تعتمد بشكل أساسي على الحلول المجانية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مما قد يعكس محدودية الموارد المالية أو الرغبة في تجربة التطبيقات قبل الاستثمار.

يمكن تفسير هذا الاتجاه بأن التطبيقات المجانية تقدم حلاً مناسباً وفعالة تلبي احتياجات العمل الإعلامي في الإذاعة، بينما الاعتماد الأقل على التطبيقات المدفوعة قد يدل على التوازن بين الفعالية والتكلفة في اختيار الأدوات التقنية المستخدمة.



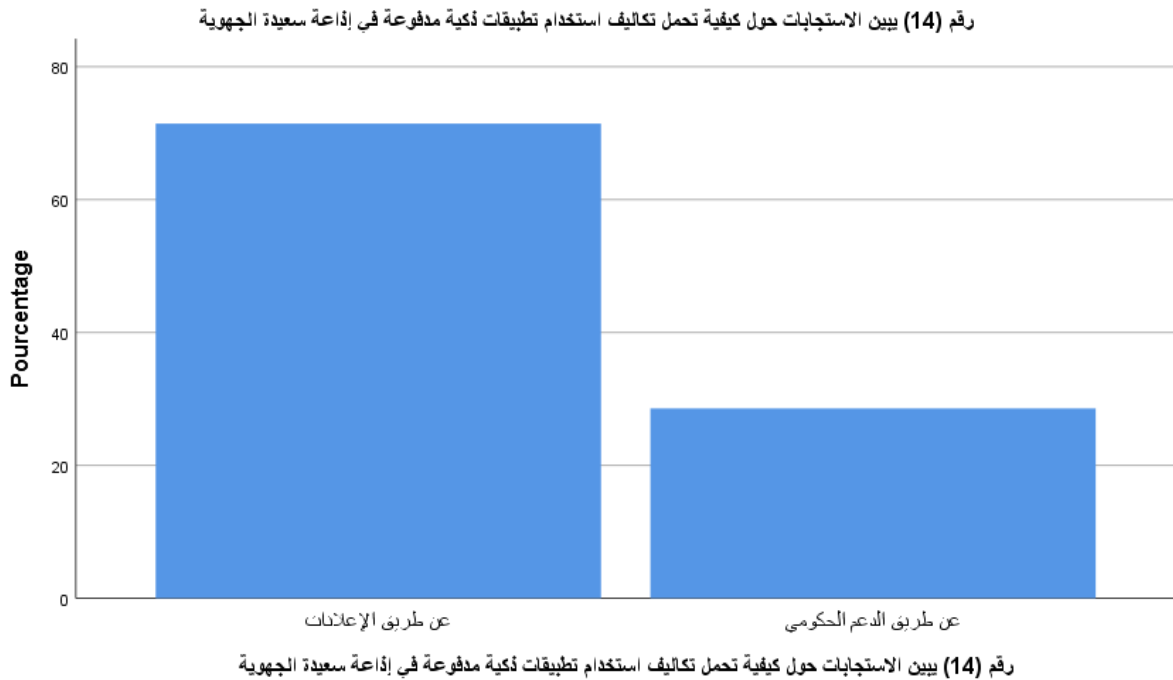
الجدول رقم (14) يبين الاستجابات حول كيفية تحمل تكاليف استخدام تطبيقات ذكية مدفوعة في إذاعة سعيدة الجهوية

النسبة	التكرار	
16,7	5	عن طريق إعلانات
6,7	2	عن طريق الدعم الحكومي
76,7	23	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن نسبة صغيرة من موظفي إذاعة سعيدة الجهوية، أي 23.3% فقط، أجابوا على سؤال كيفية تحمل تكاليف استخدام التطبيقات الذكية المدفوعة، حيث أوضح 16.7% منهم أن التمويل يتم عبر الإعلانات، و6.7% عبر الدعم الحكومي، من جهة أخرى غابت إجابات 76.7% من المشاركين، مما يشير إلى نقص في المعلومات أو عدم وضوح مصادر التمويل لدى غالبية العينة.

يظهر هذا أن جزءاً محدوداً فقط من التمويل يعتمد على موارد واضحة مثل الإعلانات أو الدعم الحكومي، في حين يبقى الغالبية غير محددين.

يمكن أن يعكس ذلك اعتماد الإذاعة على مصادر تمويل غير موثقة أو عدم وجود آلية واضحة لتحمل تكاليف هذه التطبيقات المدفوعة، مما قد يؤثر على استدامة استخدام التكنولوجيا المتقدمة.



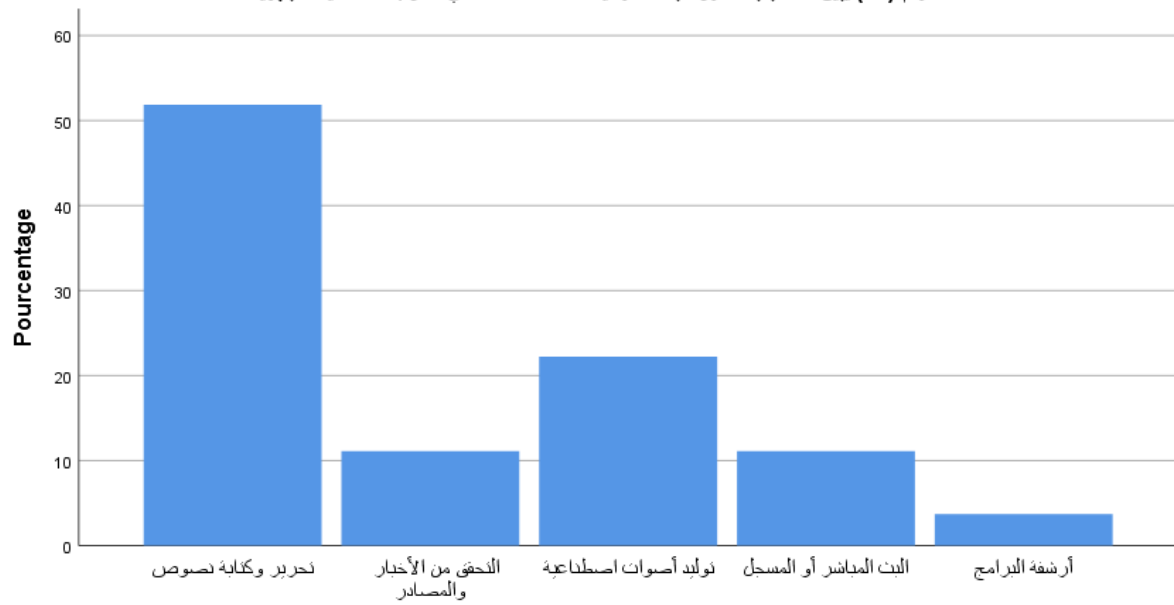
الجدول رقم (15) يبين الاستجابات حول مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي داخل إذاعة سعيدة الجهوية

النسبة	التكرار	
46,7	14	تحرير وكتابة نصوص
10,0	3	التحقق من الأخبار والمصادر
20,0	6	توليد أصوات اصطناعية
10,0	3	البث المباشر أو المسجل
3,3	1	أرشفة البرامج
10,0	3	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تُظهر البيانات أن الذكاء الاصطناعي وُظف في إذاعة سعيدة الجهوية في مجالات متعددة، حيث جاءت نسبة من يستخدمونه في تحرير وكتابة النصوص هي الأعلى بـ 46.7%، مما يدل على اعتماد كبير على الذكاء الاصطناعي لتحسين إنتاج المحتوى الكتابي، تليها توليد الأصوات الاصطناعية بنسبة 20.0%، وهو ما يعكس استخدام التقنية في خلق محتوى صوتي أو دعم البث، أما التحقق من الأخبار والمصادر والبث المباشر أو المسجل فكانت كل منهما بنسبة 10.0%، مما يشير إلى استخدام الذكاء الاصطناعي أيضاً في ضبط جودة البث وضمان دقتها وكذلك في عمليات البث، وأخيراً جاءت أرشفة البرامج بنسبة ضئيلة تبلغ 3.3%.

يتضح أن أغلبية العينة تشير إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير الصوتي والكتابي، يعكس ذلك توجه الإذاعة إلى دمج التكنولوجيا الحديثة في تحسين جودة المحتوى وتسهيل العمليات الإعلامية الأساسية، مع وجود فجوة في بعض المجالات مثل الأرشفة التي قد تحتاج إلى مزيد من التطوير.

رقم (15) يبين الاستجابات حول مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي داخل إذاعة سعيدة الجهوية

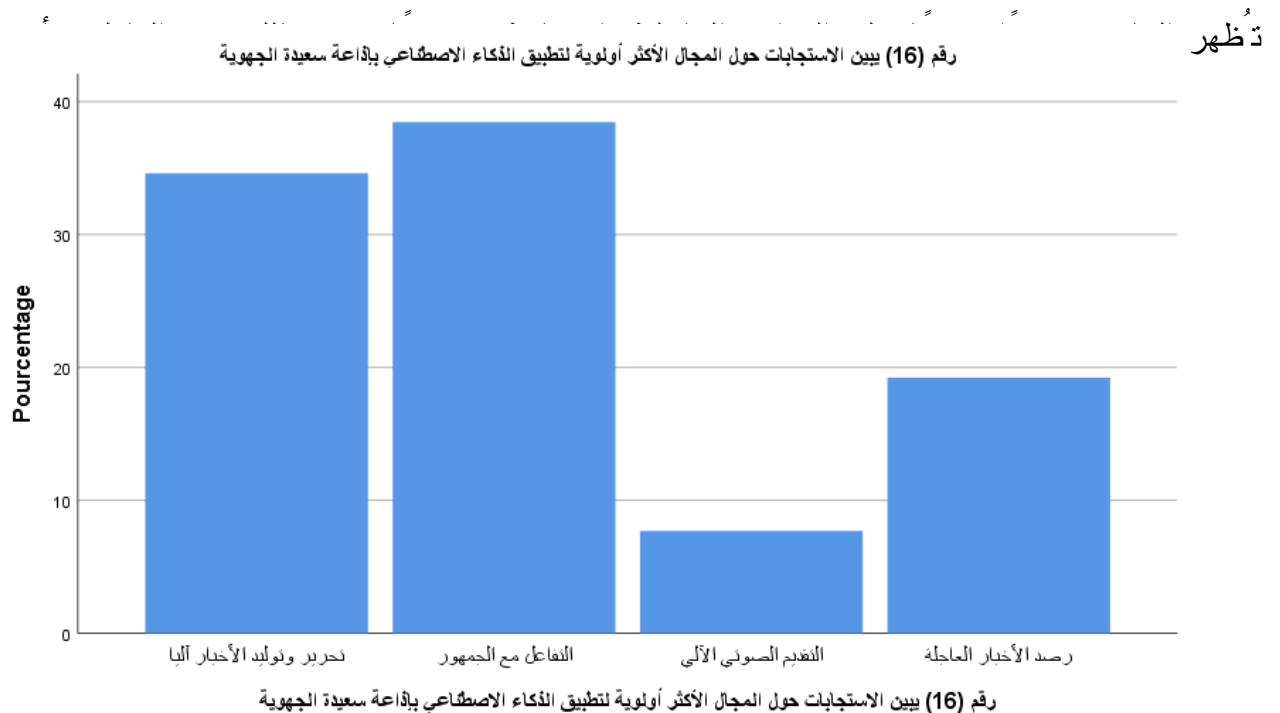


رقم (15) يبين الاستجابات حول مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي داخل إذاعة سعيدة الجهوية

الجدول رقم (16) يبين الاستجابات حول المجال الأكثر أولوية لتطبيق الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية

النسبة	التكرار	
30,0	9	تحرير وتوليد الأخبار آليا
33,3	10	التفاعل مع الجمهور
6,7	2	التقديم الصوتي الآلي
16,7	5	رصد الأخبار العاجلة
13,3	4	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن المجال الأكثر أولوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إذاعة سعيدة الجهوية يتوزع بين عدة محاور، حيث جاءت نسبة الذين يرون أن التفاعل مع الجمهور هو الأكثر أولوية بنسبة 33.3% يليه تحرير وتوليد الأخبار آليا بنسبة 30.0%، وهو ما يعكس أهمية تحسين جودة وكفاءة المحتوى الإخباري بالإضافة إلى تعزيز التواصل مع المستمعين، يأتي رصد الأخبار العاجلة في المرتبة الثالثة بنسبة 16.7% لما يدل على الحاجة إلى سرعة ودقة في تغطية الأحداث الطارئة، وأخيراً نال التقديم الصوتي الآلي نسبة 6.7% فقط، مما قد يشير إلى أن هذا الجانب ما يزال أقل أولوية لدى العاملين في الإذاعة.

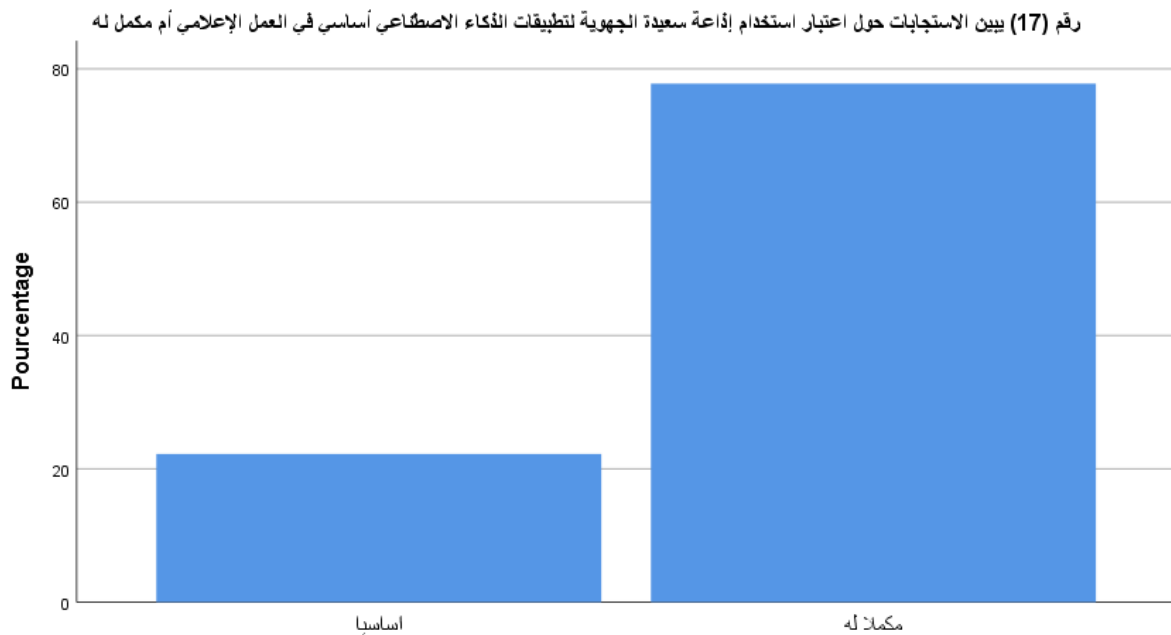


الجدول رقم (17) يبين الاستجابات حول اعتبار استخدام إذاعة سعيدة الجهوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أساسي في العمل الإعلامي أم مكمل له

النسبة	التكرار	
20,0	6	أساسيا
70,0	21	مكملا له
10,0	3	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة في إذاعة سعيدة الجهوية يعتبرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي هو مكمل للعمل الإعلامي بنسبة 70.0%، بينما يرى 20.0% منهم أن هذه التطبيقات أصبحت أساسية في ممارسة العمل الإعلامي.

يبرز هذا التفاوت في النظرة بين العاملين حول مدى الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، حيث يوضح أن الغالبية لا تزال ترى الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة تساعد في تحسين الأداء، وليس كبديل أو جوهر للعمل الإعلامي ذاته، يمكن تفسير هذا التوجه بأن التطبيقات الذكية تُستخدم لتعزيز قدرات العاملين وتسهيل بعض المهام، لكنها لم تصل بعد إلى مرحلة السيطرة الكاملة على عمليات العمل الإعلامي، مما يعكس مرحلة انتقالية في تبني التكنولوجيا داخل المؤسسة.



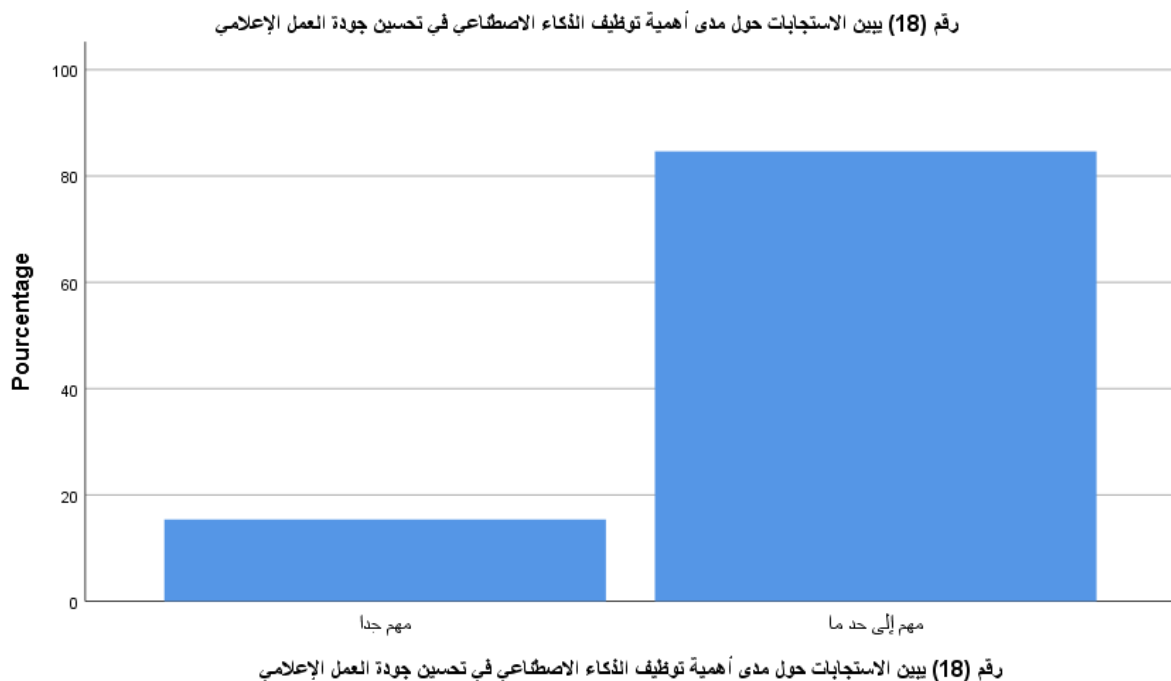
رقم (17) يبين الاستجابات حول اعتبار استخدام إذاعة سعيدة الجهوية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أساسي في العمل الإعلامي أم مكمل له

الجدول رقم (18) يبين الاستجابات حول مدى أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي

النسبة	التكرار	
13,3	4	مهم جدا
73,3	22	مهم إلى حد ما
13,3	4	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن الغالبية العظمى من أفراد العينة في إذاعة سعيدة الجهوية يعتقدون أن توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي مهم إلى حد ما بنسبة 73.3%، بينما يرى 13.3% فقط أنه مهم جداً.

يظهر هذا أن نحو 86.7% من المشاركين يعترفون بأهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي، مما يعكس قبولاً واسعاً لهذه التكنولوجيا داخل المؤسسة، يمكن تفسير هذا الاهتمام بأن الذكاء الاصطناعي يُنظر إليه كأداة قادرة على رفع مستوى المحتوى الإعلامي وتحسين كفاءته، لكن هناك تفاوت في درجة الإيمان بمدى تأثيره، ما قد يعود إلى اختلاف الخبرات أو مدى التعرض للتكنولوجيا بين الموظفين.

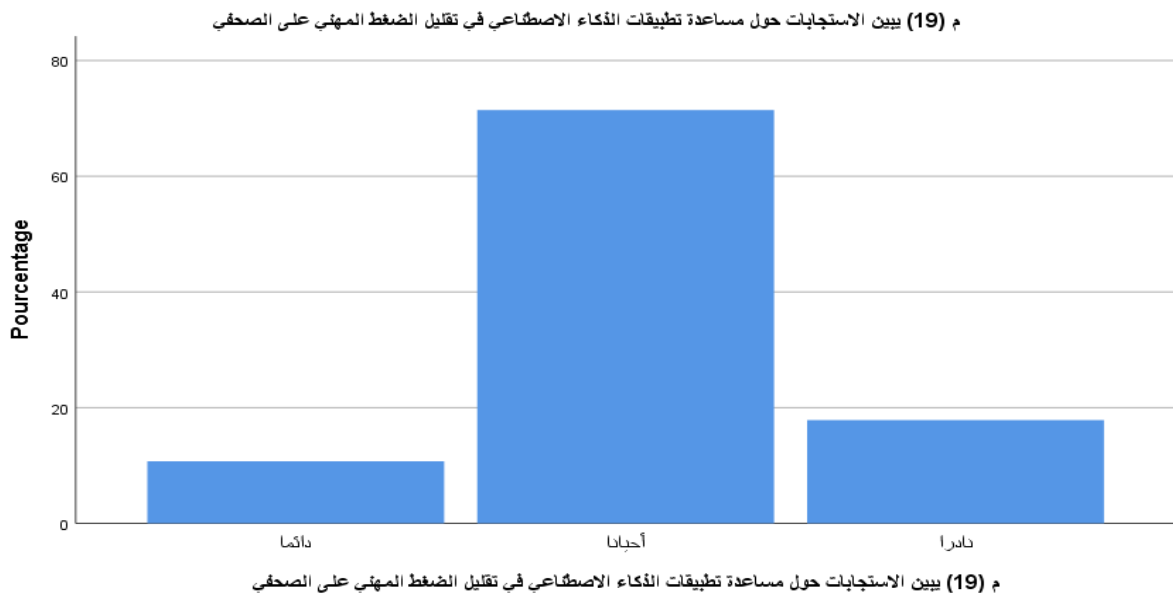


الجدول رقم (19) يبين الاستجابات حول مساعدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقليل الضغط المهني على الصحفي

النسبة	التكرار	
10,0	3	دائماً
66,7	20	أحياناً
16,7	5	نادراً
6,7	2	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير النتائج إلى أن معظم أفراد العينة في إذاعة سعيدة الجهوية يرون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساهم أحياناً في تقليل الضغط المهني على الصحفي بنسبة 66.7%، بينما 10% فقط يرون أن هذه التطبيقات تساعد دائماً في ذلك، و 16.7% يعتقدون أن ذلك نادر الحدوث.

يعكس هذا أن حوالي ثلثي العينة يعترفون بفائدة الذكاء الاصطناعي في التخفيف من الضغوط المهنية، وإن كان بدرجات متفاوتة، في حين أن نسبة قليلة فقط تعتبر هذه المساعدة دائمة، يمكن استنتاج أن الذكاء الاصطناعي يوفر دعماً محدوداً لكنه مهم في تخفيف بعض أعباء العمل الصحفي، ربما من خلال أتمتة مهام معينة أو تسريع عمليات البحث والتحرير، لكنه لا يغني تماماً عن الضغوط التي تواجه الصحفيين، مما يعكس مرحلة انتقالية في تبني التكنولوجيا ضمن بيئة العمل الإعلامي.



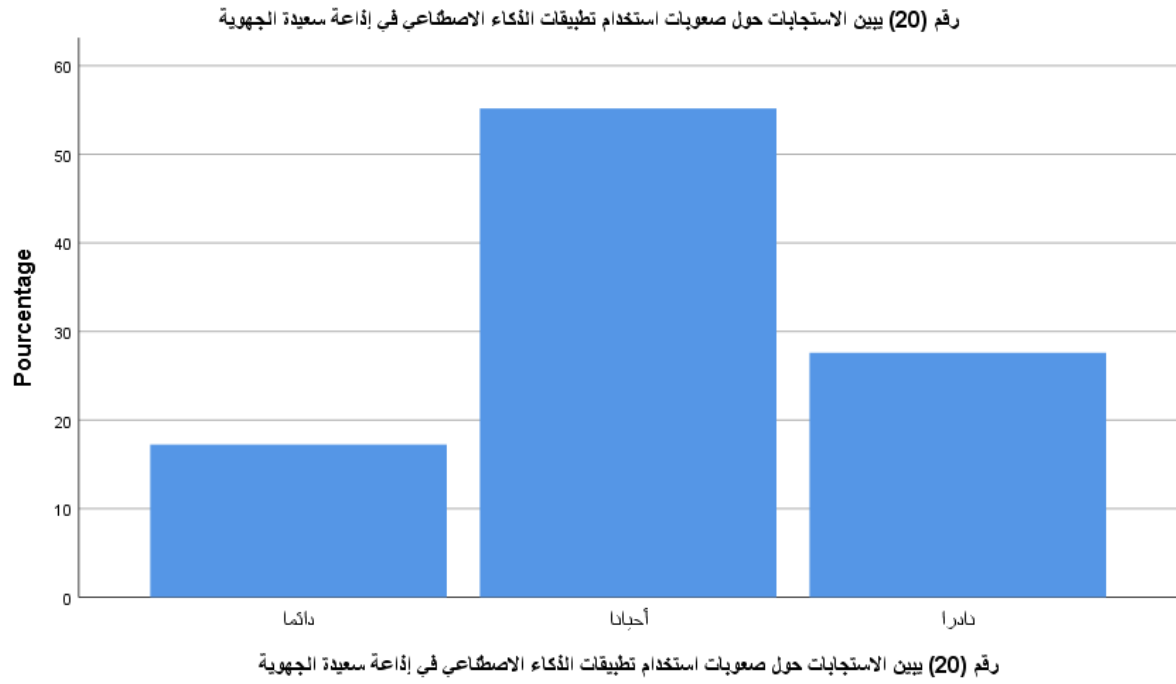
المحور الثالث: التحديات التي تواجه إذاعة سعيدة الجهوية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الجدول رقم (20) يبين الاستجابات حول صعوبات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إذاعة سعيدة الجهوية

النسبة	التكرار	
16,7	5	دائماً
53,3	16	أحياناً
26,7	8	نادراً
3,3	1	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن غالبية العاملين في إذاعة سعيدة الجهوية يواجهون صعوبات في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدرجات متفاوتة، حيث رآه 53.3% بأنهم يواجهون هذه الصعوبات أحياناً، بينما 16.7% يعانون منها دائماً، و 26.7% يواجهونها نادراً.

يتضح أن أكثر من نصف العينة يتعاملون مع تحديات متكررة عند استخدام هذه التطبيقات، مما يشير إلى وجود بعض العقبات التقنية أو التنظيمية التي تؤثر على تجربة الاستخدام، يمكن تفسير هذه النتائج بأنها تعكس وجود فجوات في التدريب أو الدعم الفني أو ربما تعقيد في بعض الأدوات المستخدمة، مما قد يؤثر على فعالية تبني الذكاء الاصطناعي بشكل كامل داخل المؤسسة الإعلامية.

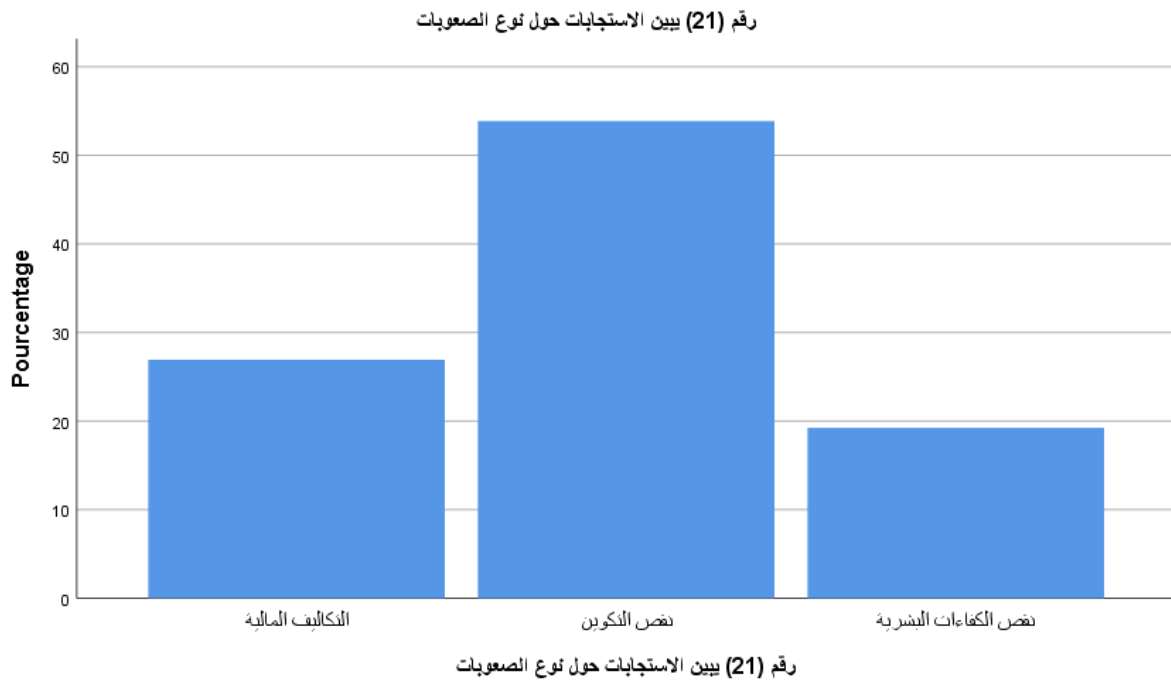


الجدول رقم (21) يبين الاستجابات حول نوع الصعوبات

النسبة	التكرار	
23,3	7	التكاليف المالية
46,7	14	نقص التكوين
16,7	5	نقص الكفاءات البشرية
13,3	4	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن أبرز الصعوبات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إذاعة سعيدة الجهوية تتعلق بنقص التكوين، حيث أجاب 46.7% من المشاركين أن نقص التدريب هو المشكلة الرئيسية، تليه التكاليف المالية بنسبة 23.3%، ثم نقص الكفاءات البشرية بنسبة 16.7%.

يمكن القول من خلال النتائج أن نقص التكوين مثل ما يقارب نصف العينة، مما يدل على أن التدريب غير كافٍ أو غير متاح بشكل ملائم، يعكس هذا النقص في التكوين قلقاً من عدم تمكن الموظفين من استخدام التطبيقات بشكل فعال، كما أن التكاليف المالية تشكل عائقاً مهماً لا يمكن أن يحد من توسيع نطاق استخدام هذه التكنولوجيا، فيما يشير نقص الكفاءات البشرية إلى الحاجة إلى تأهيل أفضل أو استقطاب خبرات متخصصة لدعم هذا المجال داخل المؤسسة.



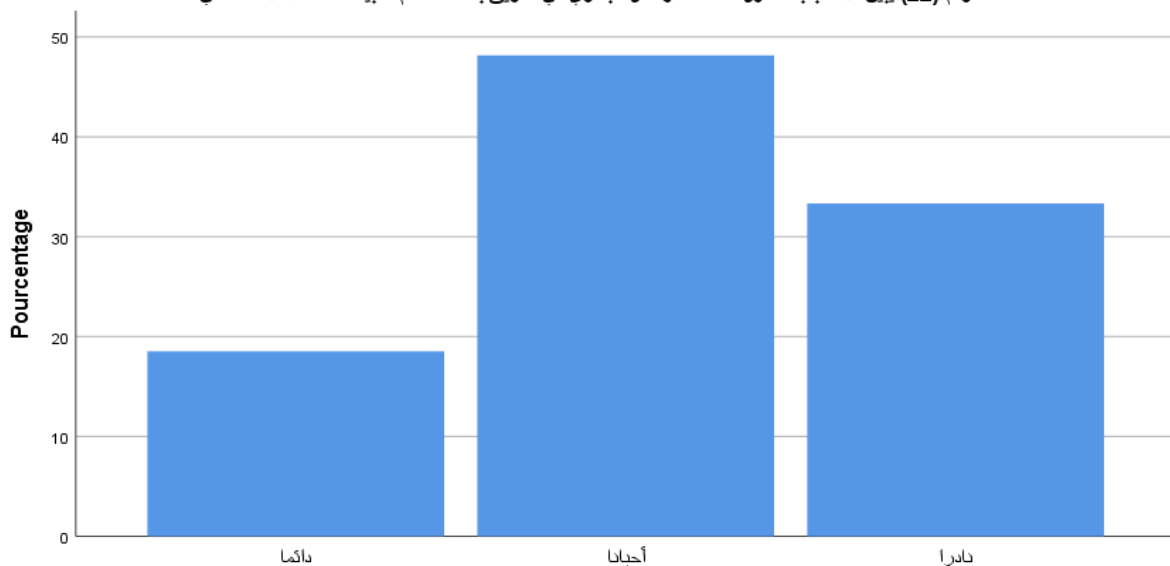
الجدول رقم (22) يبين الاستجابات حول ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

النسبة	التكرار	
16,7	5	دائماً
43,3	13	أحياناً
30,0	9	نادراً
10,0	3	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير نتائج الاستبيان إلى أن ضعف التواصل البشري في فريق إذاعة سعيدة الجهوية بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يُلاحظ بدرجات متفاوتة بين الأفراد؛ حيث أشار 16.7% إلى حدوث ضعف دائم في التواصل، بينما رأى 43.3% أن هذا الضعف يحدث أحياناً، في حين اعتبر 30% أن ضعف التواصل نادر الحدوث.

يشير هذا إلى أن أكثر من نصف العينة (60%) يواجهون ضعفاً في التواصل البشري بشكل مستمر أو متقطع، مما يعكس تأثيراً ملحوظاً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على ديناميكية التواصل داخل الفريق، يمكن تفسير هذه النتائج بأن الاعتماد على الأدوات الذكية قد يقلل من فرص التفاعل البشري المباشر، مما قد يؤثر على الروح الجماعية والتنسيق بين الموظفين، ويبرز أهمية البحث في استراتيجيات للحفاظ على التواصل الفعّال في بيئة العمل الرقمية.

رقم (22) يبين الاستجابات حول ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي



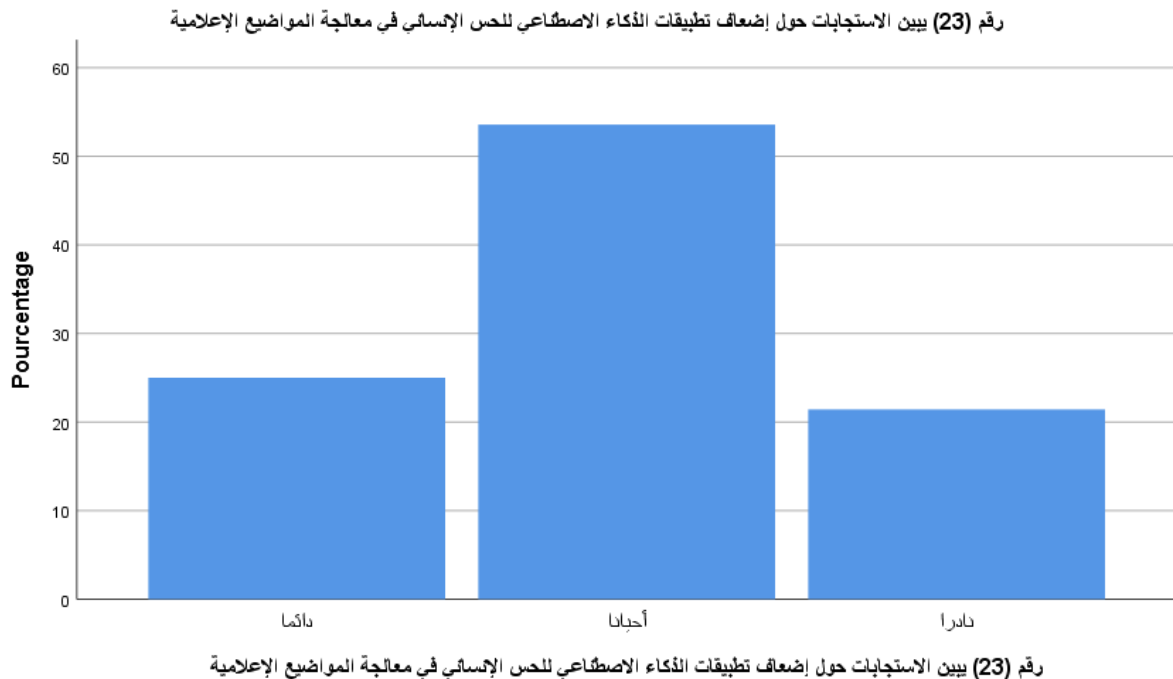
رقم (22) يبين الاستجابات حول ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الجدول رقم (23) يبين الاستجابات حول إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية

النسبة	التكرار	
23,3	7	دائماً
50,0	15	أحياناً
20,0	6	نادراً
6,7	2	قيم مجهولة
100,0	30	المجموع

تشير نتائج الاستبيان إلى أن 23.3% من المشاركين يرون أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تضعف دائماً الحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية، بينما 50% يرون أن هذا يحدث أحياناً، و 20% يعتقدون أن ذلك يحدث نادراً.

يظهر أن الغالبية العظمى (73.3%) من أفراد العينة يشعرون بأن الذكاء الاصطناعي يؤثر على الحس الإنساني بدرجات متفاوتة، يعكس هذا القلق وجود توازن حساس بين استخدام التكنولوجيا والبعد الإنساني في العمل الإعلامي، حيث قد تؤدي الآليات الآلية إلى فقدان بعض العناصر الشخصية والوجدانية الضرورية في تقديم الأخبار، مما يستدعي دراسة كيفية دمج الذكاء الاصطناعي دون الإضرار بالجانب الإنساني في المحتوى الإعلامي.



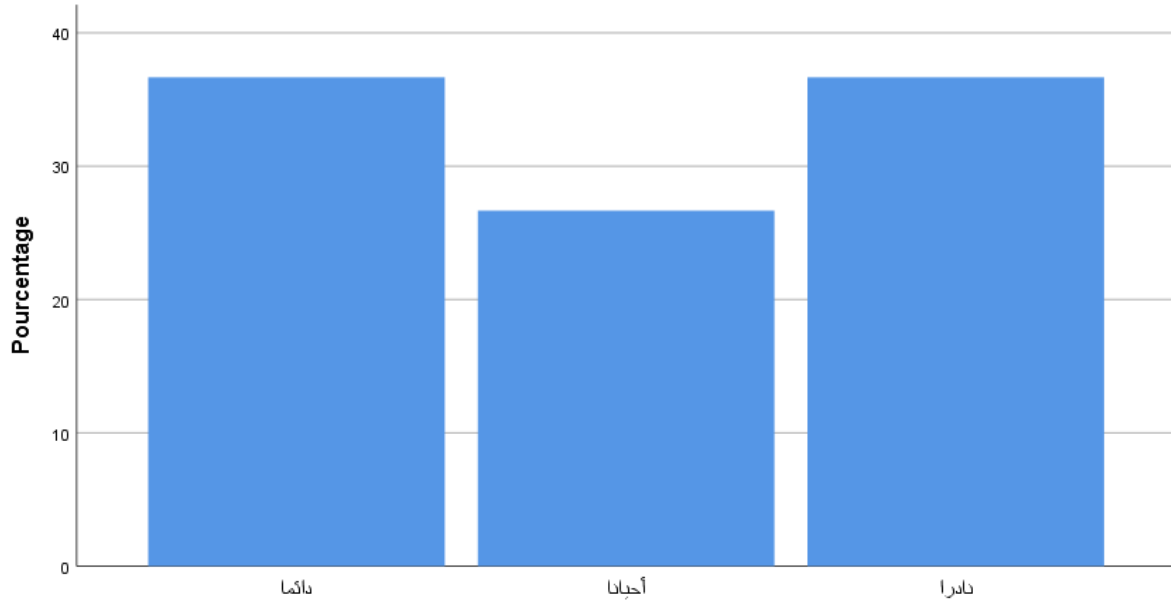
الجدول رقم (24) يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تهديدا لعمل الصحفي

النسبة	التكرار	
36,7	11	دائما
26,7	8	أحيانا
36,7	11	نادرا
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن 36.7% من المشاركين يرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تهديداً دائماً لعمل الصحفي، بينما 26.7% يعتقدون أن هذا التهديد يحدث أحياناً، ونسبة أخرى 36.7% يرون أن التهديد نادر الحدوث.

يظهر أن حوالي ثلثي العينة يشعرون بوجود نوع من التهديد الناتج عن الذكاء الاصطناعي، سواء كان دائماً أو أحياناً، في حين أن ثلثهم يرون أن التهديد نادر نوعياً، يعكس هذا التوزيع تفاوتاً في التصورات حول مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحافة، مما يعكس مخاوف من استبدال الأتمتة للبشر، أو فقدان الوظائف، إلى جانب احتمالات تكامل الذكاء الاصطناعي كمساعد لا يشكل تهديداً حقيقياً في جميع الأوقات.

رقم (24) يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تهديداً لعمل الصحفي



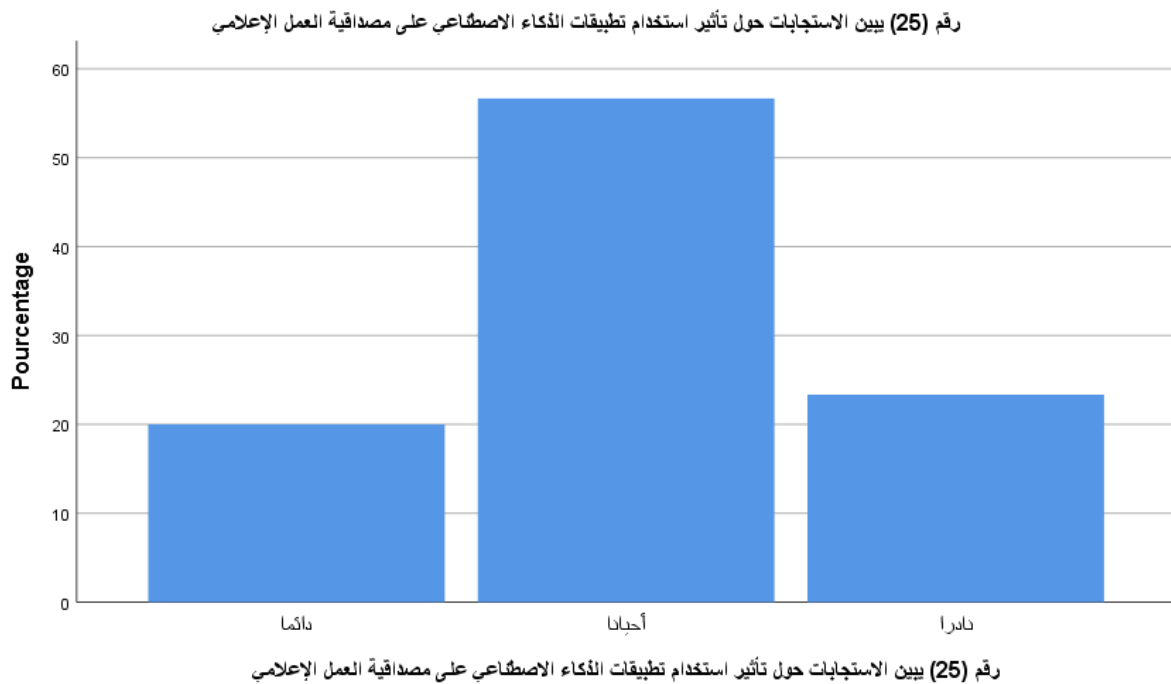
رقم (24) يبين الاستجابات حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يشكل تهديداً لعمل الصحفي

الجدول رقم (25) يبين الاستجابات حول تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية العمل الإعلامي

النسبة	التكرار	
20,0	6	دائماً
56,7	17	أحياناً
23,3	7	نادراً
100,0	30	المجموع

تشير النتائج إلى أن 20% من المشاركين يرون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يؤثر دائماً على مصداقية العمل الإعلامي، في حين يعتقد 56.7% أن التأثير يحدث أحياناً، بينما يرى 23.3% أن هذا التأثير نادر الحدوث.

يظهر أن أغلب العينة (76.7%) يعترفون بوجود تأثير لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية العمل الإعلامي بشكل دائم أو متقطع، مما يعكس وعياً بأن هذه التطبيقات قد تؤدي إلى تغييرات أو تحديات في جودة ومصداقية الأخبار والمعلومات المنشورة، يدل ذلك على وجود قلق متوازن بين الصحفيين حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي ومدى تأثيره على الثقة في المحتوى الإعلامي، خاصة فيما يتعلق بالدقة والتحقق من المصادر.

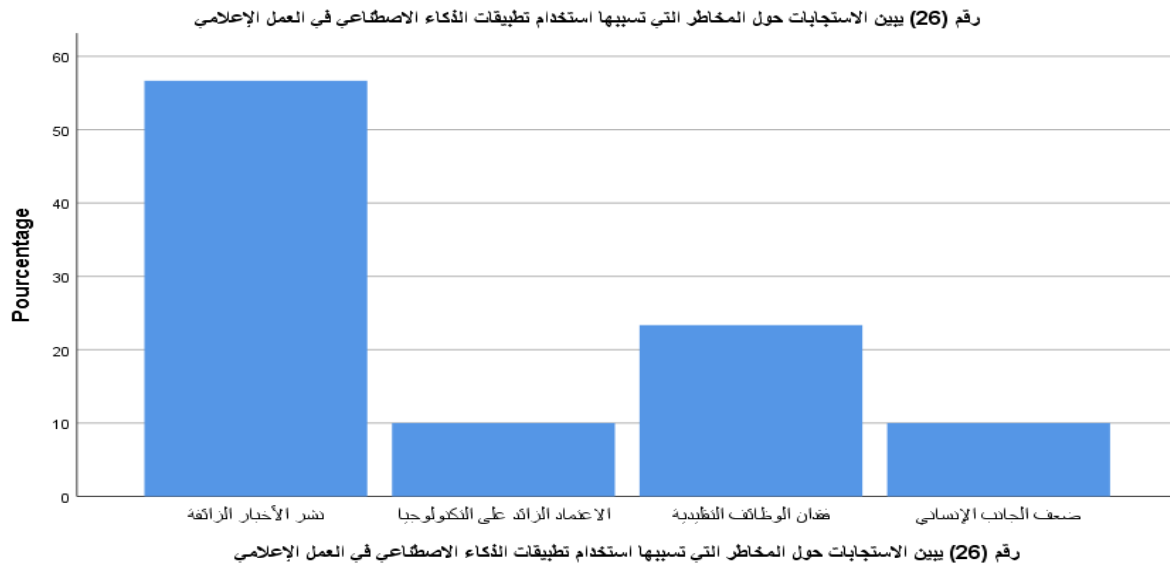


الجدول رقم (26) يبين الاستجابات حول المخاطر التي تسببها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي

النسبة	التكرار	
56,7	17	نشر الأخبار الزائفة
10,0	3	الاعتماد الزائد على التكنولوجيا
23,3	7	فقدان الوظائف التقليدية
10,0	3	ضعف الجانب الإنساني
100,0	30	المجموع

تشير البيانات إلى أن أكثر من نصف المشاركين بنسبة 56.7% يرون أن من أبرز المخاطر المرتبطة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي هي نشر الأخبار الزائفة، مما يعكس القلق بشأن دقة وموثوقية المحتوى المنشور، بالإضافة إلى ذلك يعتقد 23.3% من العينة أن فقدان الوظائف التقليدية يتعد خطراً هاماً ناجماً عن الاعتماد المتزايد على هذه التطبيقات، أما بالنسبة للاعتماد الزائد على التكنولوجيا وضعف الجانب الإنساني، فقد اعتبرهما 10% من المشاركين كل على حدة كمخاطر محتملة.

توضح النتائج تركيز المخاوف على جانب الجودة والوظائف في المجال الإعلامي، تعكس هذه المخاطر توجهات الصحفيين من أن التكنولوجيا قد تؤدي إلى تدهور الدور المهني التقليدي وتقليل التدخل البشري الضروري في صناعة المحتوى الإعلامي.



الجدول رقم (27) يبين ارتباط اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليوم مع التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً بإذاعة سعيدة الجهوية

التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً بإذاعة سعيدة الجهوية							
مستوى المعنوية	كا تربيع	المجموع					اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي
0.810	2.994	8,0%	0,0%	0,0%	4,0%	4,0%	دائماً
		80,0%	4,0%	20,0%	12,0%	44,0%	أحياناً
		12,0%	0,0%	0,0%	4,0%	8,0%	نادراً
		100,0%	4,0%	20,0%	20,0%	56,0%	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أن العلاقة بين اعتماد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليوم وبين نوعية التطبيقات الذكية الأكثر استخداماً تُعد علاقة غير دالة إحصائياً، حيث بلغت قيمة كا² (2.994) بمستوى دلالة مرتفع (0.810)، ما يشير إلى غياب ارتباط بين المتغيرين.

ويُفسّر هذا الضعف في العلاقة بكون الغالبية العظمى من المبحوثين (80%) أشاروا إلى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أحياناً فقط، مما يعكس طابعاً غير منتظم في اعتماد هذه التقنية ضمن سير العمل اليومي للإذاعة، كما قد يعزى الأمر إلى محدودية التكوين التكنولوجي، وغياب استراتيجية مؤسسية واضحة لتعزيز توظيف هذه التطبيقات بشكل منهجي ومتنوع.

إن هذه النتائج تبرز الحاجة إلى إدماج الذكاء الاصطناعي ضمن رؤية إعلامية شاملة تركز على التحول الرقمي والتحديث التقني المستمر في مختلف مراحل الإنتاج الإذاعي.

الجدول رقم (28) يبين ارتباط استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي مع مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة

مساهمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة في:								
استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	تحسين جودة المحتوى	تقليل التكاليف	تسريع الإنتاج	التحرير	التحرير	المجموع	كا تربيع	مستوى المعنوية
0.861	دائما	10,7%	3,6%	7,1%	0,0%	0,0%	21,4%	3.958
	أحيانا	32,1%	10,7%	7,1%	3,6%	3,6%	57,1%	
	نادرا	7,1%	3,6%	3,6%	3,6%	3,6%	21,4%	
	المجموع	50,0%	17,9%	17,9%	7,1%	7,1%	100,0%	

تشير نتائج الجدول إلى أن هناك علاقة غير دالة إحصائية¹ بين مستوى استخدام الموظفين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجالات مساهمتها داخل إذاعة سعيدة، حيث بلغت قيمة كا² (3.958) بمستوى معنوية مرتفع (0.861).

وهذا يشير بأن تباين مستويات الاستغلال² (، أحيانا، نادر³) لا ينعكس بشكل واضح أو مؤثر على الجوانب المرتبطة بتحسين جودة المحتوى، تقليل التكاليف، تسريع الإنتاج، أو مهام التحرير، كما تظهر البيانات أن غالبية المشاركين يستخدمون هذه التطبيقات أحيانا⁴ (57.1%)، مما يشير إلى أن الاستفادة منها لا تزال جزئية وغير منهجية.

وقد يعود هذا إلى محدودية التكوين في هذا المجال، أو غياب إستراتيجية واضحة لتفعيل الذكاء الاصطناعي داخل بيئة العمل الإذاعي، وهو ما يستدعي ضرورة رفع كفاءة الموظفين وتطوير البنية الرقمية لتعزيز الأثر الفعلي لهذه التطبيقات على الأداء الإعلامي.

جدول رقم (29) يبين ارتباط ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية

إضعاف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية						
مستوى المعنوية	كا تربيع	المجموع	نادرا	أحيانا	دائما	ضعف التواصل البشري في الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
0.000	24.152	18,5%	0,0%	3,7%	14,8%	دائما
		48,1%	0,0%	40,7%	7,4%	أحيانا
		33,3%	22,2%	7,4%	3,7%	نادرا
		100,0%	22,2%	51,9%	25,9%	المجموع

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين ضعف التواصل البشري داخل الفريق بعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين الإحساس بأن هذه التطبيقات تُضعف الحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية، حيث بلغت قيمة كا² (24.152) بمستوى معنوية دقيق جداً (0.000).

تعني هذه النتيجة أن تراجع التواصل البشري نتيجة الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي مرتبط بشكل مباشر بإحساس الصحفيين أو الإعلاميين بأن العمل فقد جانبه الإنساني، خاصة في القضايا التي تتطلب التعاطف أو فهماً عميقاً للسياقات الاجتماعية والثقافية.

كما توضح البيانات أن أعلى نسبة من المستجوبين الذين أكدوا هذا الارتباط صرحوا بأن الضعف في التواصل يحدث "أحياناً" (48.1%)، فيما 18.5% يرون أن ذلك يحدث "دائماً"، مقابل 33.3% فقط يعتبرونه نادر الحدوث، يعكس هذا الإدراك الحاجة إلى موازنة استخدام الذكاء الاصطناعي مع الحفاظ على العلاقات الإنسانية داخل فرق العمل الإعلامي، وتعزيز البعد القيمي والوجداني في معالجة المحتوى، خاصة في مؤسسة إعلامية ذات طابع مجتمعي مثل إذاعة سعيده الجهوية

المطلب الثاني: عرض نتائج الدراسة العامة

- أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة يدركون أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي، خاصة في مجالات التحرير، تحسين المحتوى والتفاعل مع الجمهور. إلا أن هذا الوعي لا يرافقه دائماً مستوى كاف من الاستخدام الفعلي.
- أفاد معظم المشاركين بأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يتم أحياناً، بينما تبقى نسبة من يستخدمونها دائماً "محدودة، وهو ما يعكس غياب سياسة مؤسسية واضحة أو إستراتيجية رقمية شاملة لتعزيز الاستخدام المنتظم والمنهجي لهذه الأدوات.
- كشفت الدراسة أن من أبرز التحديات التي تعيق الاستخدام الفعال لتطبيقات الذكاء الاصطناعي هو نقص التكوين الذي شكل العائق الأبرز حسب المشاركين إضافة إلى نقص الكفاءات البشرية والتكاليف المالية مما يؤثر سلباً على فعالية الاستفادة من هذه التطبيقات.
- تبين أن المعرفة المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي تكتسب غالباً من خلال التجربة المهنية الذاتية أو عبر الإنترنت في مقابل ضعف الاعتماد على التكوين الرسمي أو المؤسسي، وهو ما يدل على فجوة تكوينية داخل المؤسسة الإعلامية.
- أظهرت البيانات أن أكثر التطبيقات استخداماً في إذاعة سعيده الجهوية هي برامج تحرير الصوت، تليها تطبيقات أخرى مثل روبوتات المحادثة وتطبيقات التحرير، مما يعكس طبيعة العمل الإذاعي الذي يركز على الإنتاج الصوتي.
- أجمعت غالبية المشاركين على أن الذكاء الاصطناعي يعد مكملاً للعمل الإعلامي وليس بديلاً عنه، مما يعكس صورة أن هذه التطبيقات تستخدم لتحسين الأداء وتسهيل المهام، دون أن تشكل بديلاً عن العنصر البشري.

- أشارت النتائج إلى وجود مخاوف حقيقية لدى العاملين من التأثيرات السلبية لاستخدام الذكاء الاصطناعي خصوصاً فيما يتعلق بإضعاف التواصل البشري داخل الفريق، وغياب الحس الإنساني في المعالجة الإعلامية إلى جانب القلق من نشر الأخبار الزائفة أو فقدان الوظائف التقليدية.
- أظهر التحليل الإحصائي غياب علاقة دالة بين مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي وبين المساهمة في تحسين الجودة أو تسريع الإنتاج أو تقليل التكاليف، مما يدل على ضعف التوظيف الاستراتيجي لهذه التطبيقات داخل المؤسسة.
- أظهر التحليل الإحصائي غياب علاقة دالة بين مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي وبين المساهمة في تحسين الجودة أو تسريع الإنتاج أو تقليل التكاليف، مما يدل على ضعف التوظيف الاستراتيجي لهذه التطبيقات داخل المؤسسة.
- أوضحت الدراسة وجود اختلافات في فهم وتقدير الذكاء الاصطناعي حسب الفئات العمرية والخبرة المهنية، حيث أظهرت الفئات الشابة ميلاً أكبر نحو التقبل والانفتاح على التكنولوجيا، في حين أبدت الفئات الأكبر سناً تحفظاً نسبياً

المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

اتفقت دراستنا كذلك مع دراسة الباحث فتحي ابراهيم إسماعيل بعنوان اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية، في أن هناك نوع من التباين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وأن استخدام هذه التقنيات ساهم أيضا في تحسين جودة المحتوى وتطوير أدوات الإعلان الذكية، وتقاطع مع دراستنا، حيث أظهرت آراء العاملين في إذاعة سعيدة الجهوية أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ساعد في تسريع الأداء وتحسين جودة المادة الإعلامية

أكدت دراسة الزهراني أن من أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية العربية في تبني الذكاء الاصطناعي هي ضعف البنية التحتية، ونقص الوعي التقني، وانعدام التكوين المتخصص. وقد أشارت نتائج دراستنا إلى ذات التحديات في إذاعة سعيدة، حيث عبر العديد من الصحفيين عن محدودية استخدامهم الفعلي لهذه التقنيات نتيجة غياب الدعم الفني والتدريب اللازم.

كما لاحظ الزهراني أن بعض الصحفيين يقتصر استخدامهم للذكاء الاصطناعي على الأجهزة الذكية، وهو ما تجسد في دراستنا من خلال ملاحظة أن بعض الصحفيين في إذاعة سعيدة يفهمون الذكاء الاصطناعي من خلال استعمالات سطحية لا تتجاوز برامج التحرير أو البحث الصوتي، مما يدل على ضعف في المفهوم الشامل لهذه التقنية.

أشارت دراسة أمينة شيبوه إلى أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تسريع العمل الإعلامي وتوفير الوقت والجهد، لكنها في المقابل سجلت قصورا في البنية التحتية، وضعفاً في القدرات البحثية والمعلوماتية لدى القائمين على الإعلام.

وقد توصلت دراستنا إلى نتائج مماثلة، إذ أظهر الصحفيون في إذاعة سعيدة ميلاً إيجابياً نحو استخدام الذكاء الاصطناعي، خصوصاً في الجوانب العملية مثل التحرير السريع وتحسين دقة الأخبار، غير أن محدودية الإمكانيات التقنية، ونقص التكوين شكلت حاجزاً واضحاً أمام الاستخدام الأوسع لهذه التطبيقات.

تبين من خلال دراسة الباحثة ماجدة عبد المرضي وجود اهتمام متزايد من قبل الصحفيين المتخصصين في مصر باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث تم الربط بين هذه الاستخدامات وتحسين الأداء المهني خاصة في تتبع الأخبار وتقديم مضامين دقيقة لجمهور متخصص.

وقد أظهرت دراستنا مؤشرات مشابهة في إذاعة سعيدة حيث اعتبر العاملون أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تطوير المحتوى وتقديم خدمات إعلامية أكثر كفاءة. غير أن الدراسة المصرية بينت أن هناك مؤسسات تعاني من نقص التقنيات والتدريب، وهو الأمر الذي ينطبق بدرجة أكبر على الحالة الجزائرية، حيث تعتبر البنية التكنولوجية في إذاعة سعيدة متواضعة مقارنة بنظيراتها في مصر.

توصيات

ينبغي على المؤسسات الإعلامية، وعلى رأسها إذاعة سعيدة الجهوية صياغة خطة رقمية واضحة ومتكاملة تعنى بإدماج الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل العمل الإعلامي، بما يضمن توظيفاً ممنهجاً ومستداماً لهذه التكنولوجيا.

توصي المؤسسات الإعلامية بإطلاق برامج تكوين دورية في مجال الذكاء الاصطناعي، تشمل الجوانب التقنية والوظيفية والأخلاقية، بما يسمح برفع كفاءة العاملين وتطوير مهاراتهم بما يتناسب مع متطلبات التحول الرقمي.

من المهم توسيع نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي ليشمل مجالات مثل: تحليل البيانات، توليد النصوص آلياً، التحقق من الأخبار والتفاعل الذكي مع الجمهور عوض الاختصار على برامج تحرير الصوت فقط.

توصي الدراسة بالحفاظ على الخصائص الإنسانية في المعالجة الإعلامية، من خلال التشجيع على التفاعل البشري، والتعاون داخل فرق العمل، وعدم الانسياق التام نحو الأتمتة الكاملة التي قد تؤثر سلباً على جودة المضمون ومصداقيته.

يستحسن إشراك الصحفيين والعاملين في النقاشات المتعلقة بتطوير الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة وتوضيح أنه لا يهدف إلى تعويضهم بقدر ما يسعى إلى تحسين أدائهم وتخفيف أعبائهم، ما يساهم في تقليص مشاعر التهديد وفقدان الثقة.

رغم الانتشار الواسع للتطبيقات المجانية، يُنصح بتخصيص ميزانيات مدروسة لاقتناء تطبيقات مدفوعة أكثر تطوراً، خاصة في ظل محدودية فعالية بعض البدائل المجانية، مع العمل على ترشيد الاستخدام الضمان مردودية تقنية ومهنية.

توصي الدراسة بضرورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مدروس ودقيق في جمع الأخبار ومعالجتها، مع اعتماد أدوات فعالة للتحقق من المصادر والمحتويات لتفادي نشر الأخبار الزائفة وتعزيز مصداقية المحتوى الإعلامي.

من المهم دعم الدراسات والأبحاث الأكاديمية حول العلاقة بين الإعلام والتكنولوجيا، خاصة في السياق الجزائري، مما يساهم في تطوير رؤية وطنية إستراتيجية لإدماج الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي بشكل أكثر فعالية.

خاتمة

إن التحولات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم. خاصة في مجال الذكاء الاصطناعي، فرضت نفسها بقوة على المؤسسات الإعلامية، التي لم تعد قادرة على الاستمرار بنفس الآليات التقليدية في إنتاج وتوزيع المحتوى. وقد أظهرت هذه الدراسة، من خلال تحليل تجربة إذاعة سعيدة الجهوية، أن الذكاء الاصطناعي بدأ يشق طريقه داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية وإن كان بشكل محدود وتدرجي

توصلت الدراسة إلى أن الإذاعة تستفيد من بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين أدائها، خاصة في مجالات تحليل البيانات وتسريع إنتاج المحتوى، إلا أن هذه العملية لا تخلو من التحديات، أبرزها ضعف البنية التحتية الرقمية ونقص التكوين المتخصص لدى العاملين. كما بينت نتائج الدراسة أن هناك وعياً متزايداً بأهمية هذه التكنولوجيا، ما يشكل دافعاً قوياً نحو توسيع استخدامها مستقبلاً.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
2. أسامة عبد الرحمان، الذكاء الاصطناعي ومخاطرة، ط1، دار زهور المعرفة والبركة، 2018.
3. أسماء السيد محمد، كريمة محمود محمد، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا، ط1، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2020.
4. إنجي لطفي عبد العزيز، مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين،
5. بطرس حلاق، إدارة المؤسسات الإعلامية منشورات الجامعية الافتراضية الجمهورية السورية، 2002.
6. بلاي وبتباي، الذكاء الاصطناعي، ط1، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2015.
7. جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، (د.ط)، الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية
8. خالد ناصر، أصول الذكاء الاصطناعي، ط1، مكتبة الرشد، الرياض، السعودية، 2004.
9. ريم ماجد، منهجية البحث العلمي، بيروت، لبنان، 2016.
10. صفات سلامة خليل أبو فورة، تحديات عصر الروبوتات، وأخلاقياته، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، 2014.
11. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012.
12. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.

13. عبد الملك الدناني، خالد درار، عمر بن عمر، تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي بالدول العربية، دار شهرزاد للنشر والتوزيع، عمان، 2024،
14. عبد الملك الدناني، خالد درار، تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي بالدول العربية، ط1، دار شهرزاد للنشر والتوزيع، عمان، 2024،
15. علاء عبد الرزاق السالمي، نظم المعلومات والذكاء الاصطناعي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 1999
16. علوي عبد القادر السقاف، موسوعة الأخلاق والسلوك، مرجع علمي موثق على منهج أصل السنة والجماعة
17. عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر، 1970،
18. فريد عزت، قاموس المصطلحات الإعلامية، (د.ط)، بيروت، دار ومكتبة الهلال، 2008،
19. فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010
20. مجد هاشم الهاشمي صور الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الاصطناعية، ط2، دار مناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2003
21. محمد صالب سلطان إدارة المؤسسة الإعلامية أنماط وأساليب القيادة 2، دار الكبيرة للتوزيع والنشر والطباعة، مصر، 2015
22. مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات صناعة الإعلام، ط1، دار مكتبة الجامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015
23. محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار مناهج لنشر وتوزيع 2006، عمان الأردن
24. محمد عبد الحميد العلمي في الدراسة الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة 2000،

25. ياسر عبد الله طبت ، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار ، 2019
26. ياس عبد الله طبت، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية ،مطبعة أبو عمار ،2019
27. هاشم عوض، بيئة العمل الإداري في التلفزيون، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، الرياض،. 2015

ثانيا: المجالات

28. أحمد علي الزهاني،تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية،المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جدة، العدد01، 2022.
29. أحمد غربي، الإعلام والذكاء الاصطناعي تحديات قانونية وتقنية وسائطية، مجلة التشريع الإعلامي، العدد 04، 2024
30. أحمد مصطفى معوض محمد محرم،استخدامات الذكاء الاصطناعي استخدام تقنية التزييف العميق في قذف الغير نموذجا دراسة فقهية مقارنة معاصرة ،مجلة البحوث الفقهية و القانونية ،العدد التاسع والثلاثون ،القاهرة،2022
31. بوخاري مليكة ،استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام رؤية نقدية لحدود الاستخدام وآفاق الصحافة،مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية المجلد 03،العدد2،جوان 2023
32. زعموكي سالم،مرزق فتيحة حبالي ،الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم ،مجلة التراث ،العدد04،الجزائر ،2023
33. سدار رابح، تواتي نور الدين ، المصادقية الإعلامية الذكاء الاصطناعي وشرعية الصحافة مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية المجلد 12 العدد 01 جامعة المسيلة ، الجزائر 2022

34. سديم بنت أحمد بن سليمان الحبيب، أيمن فوزي ،مستوى إستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية من وجهة نظر طلبة الماجستير بكلية الشرق العربي للدراسات العليا،المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات ،العدد 01، 2024
35. سعاد بوبحة،الذكاء الاصطناعي تطبيقات وانعكاسات،مجلة إقتصاد المال والأعمال،العدد 2022،04
36. سيرين هاجر زعابطة وعمر سباغ، استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في البحوث العلمية في ميدان العلوم الاجتماعية والإنسانية المزايا والحدود، مجلة العلوم الإنسانية، ع 03
37. عمرو محمد عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقية لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 25
38. مباركة خمقاني ،أساليب وأدوات جمع البيانات ،مجلة الذاكرة ،العدد التاسع،جوان ،2017،جامعة قاصدي مرباح،ورقلة
39. محمد حمد العتل ،إبراهيم غازي العنزي،عبد الرحمن سعد العجمي،دور الذكاء الاصطناعي في التعليم من وجهة نظر طلبة كلية الأساسية بدولة الكويت،مجلة الدراسات والبحوث التربوية ،العدد 01، 2021
40. مي مصطفى عبد الرازق ، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام : الواقع والتطورات المستقبلية - دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ديسمبر 2022م، العدد 81
41. يسمينة قاسي، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار ومدى استخدامه في الصحافة، مجلة مصداقية، العدد 01، 2024

42. إمضاءات نشرة توعية يصدرها معهد الدراسات المصرفية ،دولة الكويت
،مارس 2021، الذكاء الاصطناعي ،السلسلة 13 العدد 4

ثالثا: رسائل وأطروحات الجامعية

43. بركان بودريالة، توجيهات الإعلام الجزائري نحو الذكاء الاصطناعي،
أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي
مرباح، ورقلة، 2024/2023

44. عبد الحميد بلعباس، إتاحة استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، دراسة
لأستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا المكتبة الجامعية
محمد بوضياف، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مسيلة،
2005/2005

رابعا: المواقع الإلكترونية

45. <https://www.skynewsarabia.com>
46. <https://ibsacademy.org>
47. [http:// www.parlicmment. gov. Sy/ SD 08/ PdF.](http://www.parlicmment.gov.Sy/SD08/PdF)
16/04/2025
48. <https://affiegy.com>

الملاحق

الملحق رقم (01): يوضح استمارة استبيان



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية
استمارة استبيان حول موضوع

استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات
الإعلامية دراسة ميدانية بإذاعة سعيدة الجهوية

إشراف الاستاذة:

إعداد الطالبة:

حمادي صبرينة

قداري فتيحة

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام واتصال تخصص
صحافة مطبوعة وإلكترونية، حول الموضوع المذكور أعلاه، أرجوا من
سيادتكم المساعدة من خلال الإجابة عن الأسئلة هذه الاستمارة بكل دقة
وموضوعية

علما ان اجابتكم لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

ملاحظة:

من فضلك ضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة لاختيارك الرجاء الاجابة بشكل
مختصر عن الأسئلة المفتوحة وشكرا

الموسم الجامعي: 2025/2024

المحور البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

العمر: أقل من 30 سنة ☐ من 31 إلى 35 سنة ☐

من 36 إلى 40 سنة ☐ أكثر من 40 سنة ☐

المستوى التعليمي: متوسط ☐ ثا ☐ امعي ☐

دراسات عليا ☐

الأقدمية في العمل: ☐

أقل من 05 سنوات ☐

من 5 إلى 10 سنوات ☐

أكثر من 10 سنوات ☐

المحور الأول: استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية

1/- تعتمد إذاعة سعيدة الجهوية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2/- ما هو مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالنسبة إليك؟

- برمجيات ذكية تحاكي القدرات البشرية ☐
- أدوات تقنية تساعد في تحسين جودة المحتوى ☐
- أنظمة رقمية تستخدم لتحليل البيانات واتخاذ القرارات ☐
- وسيلة لتقليل التدخل البشري في العمل الإعلامي ☐

3/- مامصدر معرفتك بهذه التطبيقات؟

التكوين ☐ التجربة المهنية ☐ الزملاء ☐ الأنترنت ☐ الخبرة ☐

4/- ما هي التطبيقات الذكية الأكثر استخداما بإذاعة سعيدة الجهوية؟

- ☐ برامج تحرير صوت ☐ برامج تحويل الكلام إلى نص
☐ روبوتات المحادثة ☐ خرائط لرصد أماكن الأحداث
☐ تطبيقات التحرير ☐ الدرون

5/- هل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يقتصر على أقسام محددة أو يشمل

جميع الأقسام؟

- ☐ أقسام محددة ☐ جميع الأقسام

6/- هل يخضع موظفو إذاعة سعيدة الجهوية إلى تكوين في مجال تطبيقات الذكاء

الاصطناعي؟

- ☐ نعم ☐ لا

المحور الثاني: مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بإذاعة سعيدة الجهوية

7/- كموظف بإذاعة سعيدة الجهوية هل تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

- ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادر

8/- تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة في؟

- ☐ تحسين جودة المحتوى ☐ تسريع الإذاعة
☐ تقليل التكاليف ☐ التغطية
☐ إدارة

9/- تستخدم إذاعة سعيدة الجهوية تطبيقات ذكية مدفوعة أو مجانية؟

- ☐ مدفوعة ☐ مجانية

10/- إذا كانت إذاعة سعيدة الجهوية تستخدم تطبيقات ذكية مدفوعة، فكيف يتم

تحمل تكاليفها؟

- ☐ عن طريق إعلانات ☐ عن طريق الدعم الحكومي ☐ عن طريق شركاء

أخرى.....

11/- في أي من المجالات التالية تعتقد أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يوظف داخل

الإذاعة سعيدة الجهوية؟

- ☐ تحرير وكتابة النصوص ☐ توليد أصوات اصطناعية ☐ تحليل الجمهور المستمعين

التحقق من الأخبار والمصادر ☐ البث المباشر أو المسجل ☐ أرشفة البرامج ☐
12/- ما المجال الذي تعتقد أنه الأكثر أولوية لتطبيق الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجبهوية؟

تحرير وتوليد الأخبار آليا ☐ التقديم الصوتي الآلي ☐
 التفاعل مع الجمهور ☐ رصد الأخبار العا ☐

أخرى.....

13/- هل تعتبر إذاعة سعيدة الجبهوية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أساسيا في العمل الإعلامي أم مكمل له؟

أساسيا ☐ مكمل ☐

14/- مدى أهمية التوظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي؟

مهم جدا ☐ مهم إلى حد م ☐

15/- ساعدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقليل الضغط المني على الصحفي؟

دائما ☐ أحي ☐ نرا ☐

المحور الثالث: التحديات التي تواجه إذاعة سعيدة الجبهوية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

16/- تواجه إذاعة سعيدة الجبهوية صعوبات في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

17/- ما نوع هذه الصعوبات؟

التكلف المالية ☐ نقص التكو ☐ نقص الكفاءات الب ☐

18/- أدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى ضعف التواصل البشري في الفريق؟

دائما ☐ أحي ☐ نرا ☐

19/- أضعفت تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحس الإنساني في معالجة المواضيع الإعلامية؟

دائما ☐ أحي ☐ نرا ☐

20/- هل تعتقد أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تشكل تهديدا لعمل الصحفي؟

دائما ☐ أحي ☐ نرا ☐

21/- يؤثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مصداقية العمل الاعلامي؟

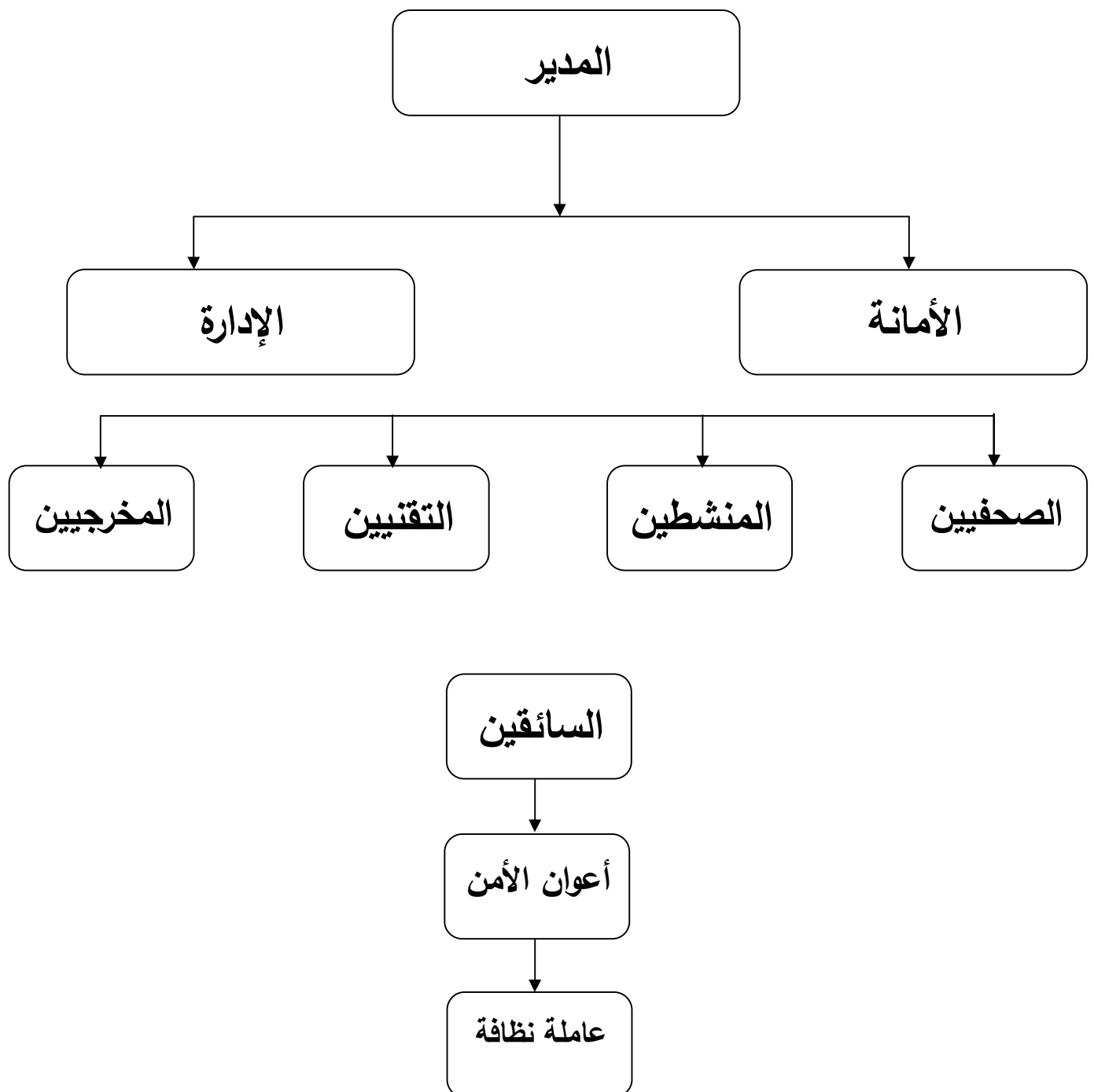
دائما ☐ أحي ☐ نرا ☐

22/- ما أبرز المخاطر التي تسببها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي؟

- ☐ نشر الأخبار الزائفة ☐ الاعتماد الزائد على التكنولوجيا ☐ انتهاك الخصوصية ☐ فقدان الوظائف التقليدي ☐ ضعف الجانب الإنساني

23/- ما اقتراحاتك لتطوير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية؟

الملحق رقم 02 يوضح هيكل التنظيمي



ترخيص التربص



مختبر
مليان

UNIVERSITY
of SAIDA
Dr. MOULAY TAHAR

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة سعيد الدكتور مولاي طاهر
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية



سعيدة في 2025/05/20

الرقم: 18/.../ق.ع.إن/ك.ع.إن.اج/ 2025/

إلى السيد (ة): مدير الجامعة

.....

.....

الموضوع: ترخيص بإجراء (تربص/بحث ميداني).

ننقدم إلى سيادتكم المحترمة بطائنا هذا و المتمثل في السماح

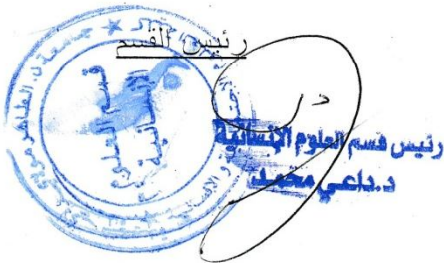
للتألب (ة): ... السنة: ...

رخصص: ...

بالقيام بالتربص الميداني ، انجاز بحث على مستوى المؤسسة التي تحدونها

في إطار بحث التخرج .

تقبلوا منا عبارات التقدير و الاحترام



ملخص الدراسة :

تمحور موضوع دراستنا حول استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية دراسة ميدانية بإذاعة سعيدة الجهوية ،وقد انطلقت هذه الدراسة بسؤال رئيسي كآالي :كيف توظف إذاعة سعيدة الجهوية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها الإعلامي ؟ وتفرعت عنه مجموعة من التساؤلات التالية : ما هي استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية؟ ما هي مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بإذاعة سعيدة الجهوية؟

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي ،واستخدمنا أداة الاستبيان ،وقد أفرزت هذه الدراسة مجموعة من النتائج هي: أن أغلب أفراد العينة يدركون أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإعلامي، خاصة في مجالات التحرير، تحسين المحتوى والتفاعل مع الجمهور. إلا أن هذا الوعي لا يرافقه دائما مستوى كاف من الاستخدام الفعلي. تبين أن المعرفة المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي تكتسب غالباً من خلال التجربة المهنية الذاتية أو عبر الإنترنت في مقابل ضعف الاعتماد على التكوين الرسمي أو المؤسسي، وهو ما يدل على فجوة تكوينية داخل المؤسسة الإعلامية. وأكثر التطبيقات استخداماً في إذاعة سعيدة الجهوية هي برامج تحرير الصوت، تليها تطبيقات أخرى مثل روبوتات المحادثة وتطبيقات التحرير، مما يعكس طبيعة العمل الإذاعي الذي يركز على الإنتاج الصوتي

الكلمات المفتاحية: استخدام - الذكاء الاصطناعي - المؤسسة الإعلامية - تطبيقات الذكاء الاصطناعي

Résumé de l'étude :

Le sujet de notre étude était centré sur l'utilisation des applications d'intelligence artificielle dans les organisations médiatiques, une étude sur le terrain à la radio régionale de Saïda, et cette étude a commencé par une question principale comme suit : Comment la radio régionale de Saïda utilise-t-elle les applications de l'intelligence artificielle dans son travail médiatique ? Quelles sont les utilisations des applications de l'intelligence artificielle à la radio régionale de Saïda ? Quels sont les domaines d'utilisation des applications de l'intelligence artificielle à la radio régionale de Saïda ?

Dans notre étude, nous nous sommes appuyés sur la méthode d'enquête et avons utilisé l'outil du questionnaire : La plupart des personnes interrogées sont conscientes de l'importance des applications de l'IA dans l'amélioration de la qualité du travail médiatique, en particulier dans les domaines de l'édition, de l'amélioration du contenu et de l'interaction avec le public. Toutefois, cette prise de conscience ne s'accompagne pas toujours d'un niveau suffisant d'utilisation réelle). Les applications les plus couramment utilisées¹ à la radio régionale de Saïda sont les programmes d'édition audio, suivis par d'autres applications telles que les chatbots et les applications d'édition, ce qui reflète la nature du travail de la radio qui se concentre sur la production audio. Applications d'IA - Institution des médias Mots-clés : Intelligence artificielle (IA) - Institution des médias artificielle