



جامعة عباس لغرور _ خنشلة _

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الانسانية

شعبة : علوم الإعلام والاتصال



تخصص : سمعي بصري

الرقم التسلسلي :

الذكاء الإصطناعي كأداة لتطوير الممارسة الصحفية في المؤسسات الإعلامية العمومية دراسة ميدانية لعينة من صحفيي إذاعات -الشرق-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ :

د./ جمال قواس

إعداد الطلبة:

- إيمان شخاب

أعضاء لجنة المناقشة

- سهام حمادي

الصفة	الرتبة	الإسم واللقب
رئيسا	أستاذ محاضر-أ-	عبد الحليم عمارة
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر-أ-	جمال قواس
مناقشا	أستاذ محاضر-أ-	لطيفة نسيغاوي

الموسم الجامعي 2025/2026

كلمة شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا
محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : من إصطنع اليكم معروفًا فجازوه
فإن عجزتم عن مجازاته فادعوا له , حتى تعلموا أنكم قد شكرتم
الشاكري يحب الشاكرين .

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بالشكرو الجزيل والعرفان الجميل
للأستاذ الدكتور " جمال قواس " على توجيهاته الدقيقة وإرشاداته
القيمة . وأتمنى له الدوام والعافية وأيضا نتقدم بجزيل الشكر الى
أساتذة تخصص سمعي بصري على المجهودات المبذولة طيلة خمسة
سنوات .

ونتقدم بشكرنا الخالص الى كل من قدم لنا يد المساعدة لإتمام هذا
الموضوع من قريب أو بعيد .

الإهداء

...أهدي هذا العمل المتواضع، ثمرة جهدي وتخرجي، إلى من كانت دعواتها تسبق خطواتي، وإلى منبع الحنان والعطاء، إلى أمي الغالية، التي كانت لي الحزن الدافئ، والسند الثابت، والنور الذي أضاء ليريقي في أصعب اللحظات، والتي سهرت من أجلي وضعت كثيرًا لأجل راحتني ونجاحي، فمهما كتبت من كلمات فلن أوفيها حقها، أسأل الله أن يحفظها ويظل في عمرها ويجزيها عني خير الجزاء.

...أهدي ثمرة جهدي وتخرجي هذا إلى أعظم نعمة في حياتي، إلى أمي الغالية، التي كانت سندي ودعائي وحنان قلبي، والتي غرست فيّ الصبر والأمل، فجزاها الله عني كل خير.

إلى أبي العزيز، الذي كان دعمه وتشجيعه سببًا في وصولي إلى هذه المرحلة، والذي علمني الاجتهاد والثبات، حفظه الله وأدامه تاجًا فوق رأسي.

...إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء، الذين كانوا مصدر قوة وفرح ومساندة لي في كل خطوة.
...إلى عائلتي الكريمة، الذين أحاطوني بالمحبة والدعاء والدعم، وكانوا دائمًا بجانبني.
إلى كل من ساهم في دعمي ولو بكلمة طيبة أو دعوة صادقة.

وفي الأخير، أهدي هذا التخرج بكل فخر وامتنان إلى كل من أحببتهم وكان لهم أثر جميل في حياتي، وأسأل الله أن يجعل هذا النجاح بداية طريق مليء بالتوفيق والإنجازات والفرح، وأن يرزقني دوام العلم والنجاح.

.....سم

الإهداء

..أهدي ثمرة جهدي وتخرجي هذا إلى روح أبي الغالي رحمه الله، الذي وإن غاب عن عيني، فما زال حاضرًا في قلبي ودعائي وذكرايتي، إلى من كان سدي وفخري وأمانتي، إلى من تمنيت كثيرًا أن يكون حاضرًا ليشاركني فرحة هذا اليوم، أسأل الله أن يجعل قبره روضة من رياض الجنة، وأن يرحمه رحمة واسعة ويسكنه فسيح جناته.

...إلى أمي الغالية، مصدر الحنان والقوة والعطاء، التي كانت لي السند بعد الله، ورافقتني بدعائها وصبرها ومحبتها حتى وصلت إلى هذه المرحلة، فجزاها الله عني خير الجزاء وحفظها لي.
...إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء، الذين كانوا مصدر دعم ومحبة وتشجيع، وشاركوا معي لحظات التعب والفرح.

...إلى عائلتي الكريمة، الذين أحاطوني بالمحبة والاهتمام والدعاء، وكانوا خير سند لي طوال مسيرتي.

...إلى صديقاتي وكل من وقف بجانبني وأمن بقدرتي على النجاح، وكان لهم أثر جميل في رحلتي الدراسية.

وفي الأخير، أهدي هذا التخرج بكل حبه وامتنان إلى كل من دعمني وساندني، وأسأل الله أن يكون هذا النجاح بداية خير وتوفيق في حياتي.

رحم الله أبي، وجعل هذا النجاح صدقة جارية لروحه، وأدام الله أمي وعائلتي سندًا وفخرًا لي.

....إيمان

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	الشكر والعرفان
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ ، ب	مقدمة
	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
01	1. الإشكالية
02	2. تساؤلات الدراسة
02	3. أسباب اختيار الموضوع
03	4. أهداف الدراسة
03	5. أهمية الدراسة
07-04	6. تحديد مفاهيم الدراسة
20-07	7. دراسات السابقة
21	8. إجراءات المنهجية للدراسة
23-22	9. مجتمع الدراسة والعينة
23	10. مجالات الدراسة
29-24	11. مدخل النظري للدراسة

فهرس المحتويات

	الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة
30	أولاً: ماهية الذكاء الاصطناعي
30	1.1. مفهوم الذكاء الاصطناعي
31	1.2. التطور التاريخي للذكاء الاصطناعي
32	1.3. أنواع الذكاء الاصطناعي
34-33	1.4. مجالات الذكاء الاصطناعي
36-35	1.5. خصائص الذكاء الاصطناعي
37	1.6. أهمية الذكاء الاصطناعي
38	1.7. أهداف الذكاء الاصطناعي
	ثانياً: مفهوم الممارسة الإعلامية
43-39	2.1. الممارسة الإعلامية في ظل التعددية الحزبية والإعلامية من 1989 إلى يومنا هذا
44	2.2. خصائص الممارسة الإعلامية
46-45	2.3. أسس الممارسة الإعلامية
51-47	2.4. مبادئ الممارسة الإعلامية
52	2.5. أخلاقيات الممارسة الإعلامية
	ثالثاً: دور الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام
55-53	3.1. إستخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية
61-56	3.2. تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام
62	3.3. التحديات التقنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي

فهرس المحتويات

65-63	3.4. التحديات المهنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
90-66	1. عرض وتحليل بيانات الإستمارة
94-91	2. عرض نتائج الدراسة
95	خاتمة
100-97	قائمة المراجع
105-101	الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
66	الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس (إذاعات الشرق)
68	الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن (إذاعات الشرق)
69	الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية (إذاعات الشرق)
70	الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة الحالية (إذاعات الشرق)
72	الجدول رقم 05: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير معرفتك العامة بالذكاء الإصطناعي (إذاعات الشرق)
74	الجدول رقم 06: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير أبرز تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الإعلامي (إذاعات الشرق)
76	الجدول رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى إستخدام الذكاء الإصطناعي في العمل الإذاعي (إذاعات الشرق)
78	الجدول رقم 08: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مجالات توظيف الذكاء الإصطناعي في العمل الإذاعي
80	الجدول رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى إعتماذك على تطبيقات الذكاء الإصطناعي في تحسين جودة عملك وتسهيله (إذاعة خنشلة)
81	الجدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير دور تطبيقات الذكاء الإصطناعي في عملك الإذاعي
84	الجدول رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى ضرورة ادماج الذكاء الإصطناعي في الإذاعة
86	الجدول رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير إيجابيات استخدام تطبيقات الذكاء

فهرس الجداول والأشكال

	الإصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي
88	الجدول رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير سلبيات استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي

فهرس الأشكال

الجدول	الصفحة
الشكل رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس (إذاعات الشرق)	67
الشكل رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن (إذاعات الشرق)	68
الشكل رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية (إذاعات الشرق)	69
الشكل رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة الحالية (إذاعات الشرق)	71
الشكل رقم 05: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير معرفتك العامة بالذكاء الإصطناعي (إذاعات الشرق)	73
الشكل رقم 06: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير أبرز تطبيقات الذكاء الإصطناعي في العمل الإعلامي (إذاعات الشرق)	75
الشكل رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى إستخدام الذكاء الإصطناعي في العمل الإذاعي (إذاعات الشرق)	77
الجدول رقم 08: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مجالات توظيف الذكاء الإصطناعي في العمل الإذاعي	79
الشكل رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى إعتماذك على تطبيقات الذكاء الإصطناعي في تحسين جودة عملك وتسهيله (إذاعة خنشلة)	81

فهرس الجداول والأشكال

83	الشكل رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملك الإذاعي
85	الشكل رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى ضرورة ادماج الذكاء الاصطناعي في الإذاعة
87	الشكل رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير إيجابيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي
89	الشكل رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير سلبيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي

ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية العمومية، من خلال دراسة ميدانية على عينة من صحفيي إذاعات الشرق، وذلك بهدف التعرف على طبيعة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي، وقياس مدى مساهمتها في تحسين الأداء المهني وتطوير الممارسة الإعلامية داخل المؤسسة الإعلامية العمومية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتم تطبيقها على عينة من صحفيي إذاعات الشرق، باستخدام أداة الاستمارة لجمع البيانات الميدانية وتحليلها، قصد الوصول إلى نتائج دقيقة حول واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية.

أظهرت نتائج الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت تُستخدم بدرجات متفاوتة في بعض مراحل العمل الصحفي، خاصة في الترجمة، تحرير النصوص، جمع الأخبار، إنتاج الصوتيات، وتنظيم المحتوى الإعلامي، كما تبين أنها تساهم في تسريع الأداء الإعلامي، تحسين جودة المحتوى، وتسهيل بعض العمليات التقنية والتنظيمية داخل المؤسسة الإعلامية. كما كشفت الدراسة عن وجود توجه إيجابي لدى الصحفيين نحو ضرورة إدماج الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، رغم وجود بعض التحديات المرتبطة بـ قلة التكوين المهني، الاعتماد المفرط على التقنية، وبعض القيود المرتبطة بأخلاقيات المهنة وبالإبداع والتحكم في الأدوات الحديثة.

وقد اعتمدت الدراسة على نظرية البنائية الوظيفية كمقاربة نظرية، باعتبارها إطارًا يفسر دور الذكاء الاصطناعي كعنصر وظيفي داخل المؤسسة الإعلامية، ومدى مساهمته في دعم كفاءة العمل الصحفي وتحقيق التكامل بين العنصر البشري والتقني داخل النسق الإعلامي.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي – الممارسة الصحفية – المؤسسات الإعلامية العمومية – إذاعات الشرق – العمل الإعلامي – البنائية الوظيفية.

Study Abstract

This study seeks to explore the reality of **employing artificial intelligence technologies in developing journalistic practice within public media institutions, through a field study on a sample of journalists from Eastern Radio stations**, with the aim of identifying the nature of the use of these technologies in journalistic work and measuring their contribution to improving professional performance and developing media practice within public media institutions.

The study adopted the **descriptive method** and was conducted on a sample of journalists from Eastern Radio stations, using a **questionnaire** as a data collection tool to obtain and analyze field data in order to reach accurate results regarding the use of artificial intelligence technologies in the media environment.

The findings revealed that artificial intelligence technologies are used to varying degrees in several stages of journalistic work, particularly in **translation, text editing, news gathering, audio production, and media content organization**. The results also showed that these technologies contribute to **accelerating media performance, improving content quality, and facilitating some technical and organizational processes within media institutions**. The study further indicated a positive attitude among journalists toward the necessity of integrating artificial intelligence into media work, despite some challenges related to **lack of professional training, excessive dependence on technology, and certain limitations concerning creativity and control over modern tools**.

The study adopted **Structural Functionalism Theory** as a theoretical framework, as it explains the role of artificial intelligence as a functional element within media institutions and its contribution to enhancing journalistic efficiency and achieving integration between the human and technological elements within the media system.

Keywords: Artificial Intelligence – Journalistic Practice – Public Media Institutions – Eastern Radio Stations – Media Work – Structural Functionalism.

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تطورات متسارعة وملحوظة في المجال العلمي والتكنولوجي، انعكست بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة الإنسانية، وساهمت في إحداث تحولات جذرية في العديد من القطاعات والمجالات، ومن بينها القطاع الإعلامي الذي عرف تغيرات واسعة مست مختلف أنماط الممارسة الصحفية وأساليب إنتاج المحتوى الإعلامي. وقد استفادت المؤسسات الإعلامية من هذه التطورات التقنية، خاصة مع بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت من أبرز أدوات التحول الرقمي في العصر الحديث.

حيث ساهم التطور التكنولوجي المتسارع في في شتى المجالات ولا سيما مجال الإعلام والاتصال في إحداث تغيرات عميقة أثر بشكل مباشر على طرق العمل داخل المؤسسات الإعلامية، خاصة مع انتشار الحواسيب، الأنظمة الرقمية، الإنترنت، قواعد البيانات، وبرمجيات التحليل الذكي. وقد انعكست هذه التحولات على كامل العملية الإعلامية من طرق جمع الأخبار، تحريرها، معالجتها، أرشفتها، ونشرها، مما أدى إلى ظهور أدوات وتقنيات حديثة قائمة على الذكاء الاصطناعي، مثل الترجمة الآلية، تحليل البيانات، توليد النصوص، التعرف الصوتي، وإنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي.

ومع التطور المتزايد لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوسع استخداماتها في مختلف القطاعات، أصبح من الضروري أن يمتد تأثيرها إلى المجال الإعلامي، باعتباره من أكثر المجالات ارتباطاً بالتكنولوجيا الحديثة. فقد ساهمت هذه التقنيات في إعادة تشكيل الممارسة الصحفية، من خلال تسريع وتيرة العمل، تحسين جودة المحتوى، وتسهيل العمليات التقنية والتحريرية داخل غرف الأخبار، الأمر الذي جعل الذكاء الاصطناعي يحظى باهتمام متزايد من طرف الباحثين والمؤسسات الإعلامية على حد سواء.

ومن هنا جاءت أهمية التطرق إلى موضوع دراستنا الموسومة بـ "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية العمومية – إذاعات الشرق أنموذجاً"، باعتباره من الموضوعات الراهنة التي فرضت نفسها بقوة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. وتسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي وتحسين الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية العمومية، مع محاولة فهم طبيعة العلاقة بين العنصر البشري والتقنيات الحديثة في بيئة العمل الصحفي، ومدى مساهمة هذه الأدوات في رفع الكفاءة المهنية دون المساس بالدور الأساسي للصحفي. ومن خلال هذا إعتدنا على ثلاثة فصول في دراستنا هذه وهي كالآتي:

الفصل الأول: يتمثل في الإطار المنهجي للدراسة، حيث قمنا فيه بتحديد إشكالية الدراسة وصياغة

تساؤلاتها الفرعية، مع توضيح أهمية الموضوع وأسباب اختياره. كما تطرقنا إلى الأهداف التي نسعى

لتحقيقها من خلال هذه الدراسة، وحددنا المفاهيم الأساسية المرتبطة بموضوع الذكاء الاصطناعي والإعلام. وقدمنا أبرز الدراسات السابقة ذات الصلة، إلى جانب شرح مفصل للإجراءات المنهجية المتبعة، من نوع الدراسة والمنهج المعتمد، إلى تحديد مجتمع البحث والعينة، وأدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى المجالات الزمانية والمكانية والبشرية للدراسة. كما اعتمدنا في الجانب النظري على نظرية البنائية الوظيفية باعتبارها الإطار المناسب لفهم دور الذكاء الاصطناعي كعنصر وظيفي داخل المؤسسة الإعلامية، ومدى مساهمته في دعم استقرار الأداء المهني وتحسين كفاءة العمل الصحفي.

الفصل الثاني: تم تخصيص الفصل الثاني للإطار النظري للدراسة، حيث تم تقديم الخلفية المفاهيمية لموضوع الذكاء الاصطناعي من خلال التطرق إلى تعريفه، وتحديد أهم أنواعه وخصائصه، إضافة إلى تتبع تطوره التاريخي واستعراض مجالات استخدامه المختلفة. كما تناول هذا الفصل مفهوم الممارسة الإعلامية في سياقها العام، من خلال إبراز خصائصها وأسسها ومبادئها وأخلاقياتها، مع الإشارة إلى تطورها في ظل التحولات السياسية والإعلامية التي عرفت الجزائر. وفي الجزء الأخير، تم التركيز على دور الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، من خلال إبراز أهم استخداماته وتطبيقاته في الممارسة الصحفية، إلى جانب التطرق إلى أبرز التحديات التقنية والمهنية التي تواجه توظيف هذه التقنيات داخل العمل الإعلامي.

الفصل الثالث: تناول الإطار الميداني للدراسة، حيث قمنا فيه بعرض و تحليل بيانات الاستمارة ، إضافة لمناقشتنا لنتائج الدراسة المتحصل عليها، وعرض النتائج المتوصل إليها.

الفصل الأول: الإطار

المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يعد الذكاء الاصطناعي اليوم من أبرز الابتكارات الرقمية التي أحدثت تحولا جوهريا في مختلف القطاعات، نظرا لقدراته المتقدمة في محاكاة التفكير البشري، ومعالجة المعلومات، وتوليد المحتوى، وتحليل البيانات الضخمة بدقة وسرعة تتجاوز الإمكانيات التقليدية.

وقد أدى هذا التطور إلى إعادة تشكيل أنظمة الاتصال والإعلام على وجه الخصوص، حيث باتت المؤسسات الإعلامية توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات التحرير، والتصميم، والتحقق من الأخبار، وإدارة المحتوى، وإنتاج المواد السمعية والبصرية، مما جعل منه أداة مركزية في تطوير الممارسة الصحفية الحديثة.

كما ساهمت هذه التقنيات في إعادة صياغة العلاقة بين الصحفي والتكنولوجيا، بحيث لم يعد العمل الإعلامي يعتمد فقط على الجهد البشري، بل أصبح قائما على التفاعل بين الخبرة المهنية والخوارزميات الذكية، بما يتيح سرعة أكبر في الإنتاج، وجودة أعلى للمحتوى، وأكثر دقة في المعالجة والتحليل.

ويشهد الذكاء الاصطناعي انتشارا واسعا في مختلف المؤسسات الإعلامية الكبرى في العالم، و التي تعتمد عليه في إنتاج الأخبار وتحليل البيانات وتخصيص المحتوى. أما في السياق العربي، فقد بدأت العديد من المؤسسات الإعلامية في تبني هذه التقنيات بشكل تدريجي، مع السعي إلى مواكبة التحولات الرقمية وتعزيز التنافسية الإعلامية. ويعكس هذا التوجه تحولا عاما نحو رقمنة العمل الإعلامي وتحديث آلياته بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتسارعة.

وبرزت أهمية هذا الموضوع بشكل أكبر في السياق الجزائري، حيث تعمل المؤسسات الإعلامية العمومية على التكيف تدريجيا مع التحولات الرقمية المتسارعة، وتسعى إلى دمج الذكاء الاصطناعي داخل منظومتها التنظيمية والمهنية من أجل تحسين أدائها وتطوير خدماتها. ويأتي الصحفيون العاملون في الإذاعات المحلية، مثل "إذاعة أم البواقي" و "إذاعة باتنة" و "إذاعة خنشلة"، في مقدمة الفئات المهنية التي تواجه تحديات كبيرة نتيجة هذه التغيرات، فهم مطالبون بتحسين مهاراتهم الرقمية، واستيعاب تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتأقلم مع أساليب عمل جديدة تمزج بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي، خاصة في ظل ضغط العمل الإخباري اليومي وسرعة تدفق الأحداث.

سنحاول من خلال هذه الدراسة الوقوف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية العمومية، من خلال التركيز على طبيعة الاستخدامات المهنية لهذه

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

التقنيات لدى صحفي "إذاعة أم البواقي" و "إذاعة باتنة" و "إذاعة خنشلة"، ومعرفة إسهامها في تحسين جودة الأداء وتعزيز فعالية العمل الإعلامي. وانطلقنا من هذا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو دور الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية العمومية؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي أبرز تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المعتمدة في المجال الإعلامي؟
2. ما الدور الذي تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟
3. ما أهمية توظيف واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟
4. ما أبرز الإيجابيات والسلبيات التي تواجه المؤسسات الإعلامية العمومية عند توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟
5. ما هي مجالات العمل الإعلامي التي يتم فيها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

2. أسباب اختيار الموضوع

إن عملية اختيار أي موضوع بحث تتم لعدة أسباب، منها ما هو مرتبط بذاتية الباحث، ومنها ما هو موضوعي. وبما أن موضوع دراستنا يتمحور حول "الذكاء الاصطناعي كأداة لتطوير الممارسة الصحفية في المؤسسات الإعلامية العمومية"، فإن أسباب اختيار هذا الموضوع تتمثل فيما يلي:

2.1. الأسباب الذاتية

- الرغبة في إثراء مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة عباس لغرور – خنشلة، بدراسات علمية متخصصة في موضوعات الذكاء الاصطناعي.
- الميل الشخصي بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا وتطبيقات والاعلام الرقمي .
- الطموح الأكاديمي لتناول موضوع حديث وغير تقليدي يتقاطع مع تخصص الإعلام والاتصال، ويفتح مجالات جديدة للبحث والإبداع.

2.2. الأسباب الموضوعية

- ارتباط موضوع الدراسة بتخصص علوم الإعلام والاتصال.
- تزايد اعتماد المؤسسات الإعلامية على تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل العمل الإعلامي.
- إبراز ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع، خاصة في ظل التحول الرقمي الذي يشهده المجال الإعلامي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- الأهمية الكبيرة التي يكتسبها موضوع الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

3. أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

1. إبراز تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المعتمدة في المجال الإعلامي.
2. معرفة الدور الذي تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي
3. إبراز أهمية توظيف واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي
4. إبراز الإيجابيات والسلبيات التي تواجه المؤسسات الإعلامية العمومية عند توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.
5. معرفة مجالات العمل الإعلامي التي يتم فيها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي .

4. أهمية الدراسة

1. تأخذ هذه الدراسة أهميتها من التحولات التكنولوجية التي أحدثها الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، فقد أصبح الاعتماد على هذه التقنيات ضرورة استراتيجية لتحسين جودة الممارسة الصحفية وتسريع إنتاج المحتوى الإعلامي بدقة وفعالية.
2. تظهر أهمية الدراسة من خلال معرفة دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي لدى صحفيي إذاعة أم البواقي وإذاعة باتنة وإذاعة خنشلة ، حيث تتيح هذه التقنيات أدوات متقدمة تساهم في دعم اتخاذ القرار الصحفي، وإتمام المهام الروتينية، وتحليل البيانات والمعلومات، بما يعزز من جودة الأداء المهني ويساهم في تطوير أساليب الإنتاج الإذاعي
3. تزداد أهمية هذه الدراسة أكثر عند التركيز على الصحفيين كمستفيدين مباشرين من هذه التقنيات، لفهم مدى استيعابهم لها، وتقييم أثرها على تطوير مهاراتهم المهنية، وتحسين جودة المحتوى المقدم للجمهور، ورفع كفاءة المؤسسات الإعلامية العمومية في تلبية متطلبات البيئة الإعلامية الرقمية الحديثة.

5. تحديد المفاهيم

5.1. الذكاء الاصطناعي

يعد مصطلح الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence شكل من أشكال «الحوسبة الذكية»، من حيث إنها تعتمد على برامج الحاسب الآلي التي يمكن لها أن تفكر وتتعلم وتتصرف وتكيف ويشير مصطلح الذكاء، مثل الإنسان الاصطناعي (AI) إلى الأنظمة والأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام والتي يمكنها أن تحسن من نفسها استناداً إلى المعلومات التي تجمعها.

يعرفه 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. (الحسن، 2023، صفحة 49)

هو علم هدفه الأول جعل أنظمة الحاسوب وغيره من الأنظمة التقنية تكتسب صفة الذكاء ويكون لها المقدرة على القيام بأشياء ما زالت إلى وقت قريب مضي حكرًا في ممارستها على الجهد البشري في مستوى التفكير والإبداع، كما أن الذكاء الاصطناعي يهدف الدراسة كيفية جعل الحواسيب تقوم بمهام يقوم بها الإنسان بشكل أفضل في الوقت الحالي آل قاسم، (2022).

إذ يعرف الخبير في علم الحاسوب و الهندسة الذكية John McCarthy الذكاء الاصطناعي بأنه علم و هندسة صناعة وبرمجة الأنظمة والتقنيات بوساطة دمج القدرات البشرية، ولا سيما برامج الحاسوب الذكية، فهي طريقة لجعل الحاسوب أو الروبوت المتحكم فيه يفكر بذكاء بنفس الطريقة التي يفكر بها الإنسان الذكي، إذ يتم إنجاز الذكاء الاصطناعي بوساطة دراسة كيفية تفكير العقل البشري و كيف يقرر و لا سيما في أثناء محاولة حل المشكلات، وبالتالي استخدام النتائج كأساس لتطوير البرمجيات و الأنظمة الذكية. (رضا، 2023، الصفحات 586-585)

ويعد الذكاء الاصطناعي أحد مجالات علوم الحاسوب المخصص لحل المشكلات المعرفية المرتبطة عادة بالذكاء البشري. والهدف من الذكاء الاصطناعي هو إنشاء أنظمة ذاتية التعلم، تستخلص المعاني من البيانات، وتطبق تلك المعرفة لحل المشكلات الجديدة بأساليب تحاكي الإنسان. يمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي الاستجابة بشكل هادف للمحادثات البشرية، وإنشاء صور ونصوص أصلية، واتخاذ القرارات بناء على مدخلات البيانات في الوقت الفعلي، وتحسين العمليات، وتجارب العملاء، وتسريع الابتكارات. (الدناني، خالد، و عمر، 2025، الصفحات 9-10)

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وعليه يمكن تعريف مصطلح الذكاء الاصطناعي الذي يشار له بالاختصار (AI) بأنه قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على القيام بمهام معينة تحاك وتشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية كالقدرة على التفكير أو التعلم من التجارب السابقة أو غيرها من العمليات الأخرى التي تتطلب عمليات ذهنية، كما يهدف الذكاء الاصطناعي إلى الوصول إلى أنظمة تتمتع بالذكاء وتتصرف على النحو الذي يتصرف به البشر من حيث التعلم والفهم. (نصيرة، 2023، صفحة 70)

5.2. تعريف الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلامي

هو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية والإخبارية من خلال الخصائص والمميزات المتعددة منها: دعم المهام الصحفية الروتينية، من خلال تقديم التنبؤات حول الأحداث، والجدولة الآلية للمحتوى، وتوليد القصص والمقالات الإخبارية مثل (خوارزمية توليد اللغة الطبيعية 3-GPT، تنفيذ أيضا إجراءات معقدة بناء على كميات هائلة من البيانات، وتوسيع التغطية الإعلامية في المناطق التي لا يستطيع الصحفي الوصول لها، كمناطق الفزاع والحروب والبيئات المناخية الخطيرة وغيرها بفضل تقنية آلات التصوير المتطورة ذاتية القيادة بيان القاضي. (الدين، 2023، صفحة 97)

5.3. تعريف تقنيات الذكاء الاصطناعي

5.3.1. التعريف إصطلاحي

هي مجموعة أدوات تكنولوجية مثل الخوارزميات والأنظمة والبرامج الذكية وغيرها من الأدوات الفنية القادرة على التعلم ومحاكاة سلوك وذكاء البشر، والذكاء الصناعي يعتمد على التعليم العميق وكذلك محاولة حل المشكلات مثل الإنسان، والذي يسمح بأداء المهام الصحفية بشكل آلي دون اللجوء على الصحفي البشري. (الشمري، 2024، صفحة 379)

وتعرف أيضا: هو قدرة النظام على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحيح، والتعلم من هذه البيانات استخدام تلك المعرفة لتحقيق أهداف ومهام محددة من خلال التكيف المرن. (عامر، عبد الله، و أحمد، 2023، صفحة 203)

5.3.2. التعريف الإجرائي

يقصد به في هذه الدراسة مجموع البرمجيات والتقنيات والأنظمة الذكية التي يتم توظيفها داخل المؤسسات الاعلامية لإنجاز مهام كانت تؤدي سابقا من قبل الانسان، مثل الكتابة الآلية للاخبار او الترجمة الآلية او تحليل البيانات وتقديم توصيات ذكية، وذلك بهدف تسريع سير العمل والرفع من مستوى كفاءته

2.5 الممارسة الصحفية

5.2.1 مفهوم الممارسة

5.2.1.1 لغة

مرس، مرسا، فهو مرس، ومارس ممارسة ومراسا.

ويقال: إنه لمرس بين المرس إذا كان شديد المراس، وجمع مرس بكسر الراء هو الشديد الذي مارس الأمور وجربها، والأمر عالجها وزاوله وعاناه وشرع فيه. (البستاني، 2002، صفحة 722)

5.2.1.2 اصطلاحا

يعرف مدحت محمد أبو نصر الممارسة بأنها "التطبيق والمزاولة والنزول إلى الميدان والتعود على عمل معين والقيام بعمل ما لتحقيق هدف محدد". (نصر، 2017، صفحة 83)

5.2.2 الممارسة الصحفية

5.2.2.1 اصطلاحا

ويعرف أحمد زكريا أحمد الممارسة الصحفية على أنها "مزاولة عمل الصحفي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات ومجال الحركة، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية، وتعرف بأنها القواعد والأساليب والإجراءات التي يتبعها المعنيون والممارسون الصحفيون ويلتزمون بها في ممارستهم المهنية بالصحف". (أحمد، 2007، صفحة 33)

5.2.2.2 إجرائيا

هي مجموعة من القواعد والإجراءات العملية التي يتبعها الصحفيون، ويقومون بتطبيقها أثناء ممارستهم للمهنة الصحفية في وسائل الإعلام الجزائرية المكتوبة أو السمعية البصرية، سواء التابعة للقطاع العمومي أو القطاع الخاص.

5.3 المؤسسات الإعلامية العمومية

5.3.1 اصطلاحا

هي مؤسسات إعلامية مملوكة أو ممولة من قبل الجمهور بهدف تقديم خدمات إعلامية تشمل الأخبار، التعليم، والترفيه، بحيث تكون هذه الخدمات متاحة للجميع وتستجيب للمصلحة العامة بدلاً من السعي للربح أو لخدمة مصالح تجارية أو سياسية. توفير هذه الخدمات يتم عبر منصات متعددة مثل

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

التلفزيون، الإذاعة، أو الوسائط الرقمية، وتكون مسؤولة أمام الجمهور لضمان الموضوعية والنزاهة والمصداقية في ما تقدمه (What is Public Service Media)

5.3.2. اجرائيا

وهي مؤسسات محل الدراسة وهي عبارة عن إذاعات الشرق باتنة خنشة وأم بواقي.

6. الدراسات السابقة

6.1. الدراسة الأولى

عنوان الدراسة: "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي"، دراسة للباحث عواد صلاح الدين، هي دراسة أنجزت في عام 2023 بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، مجلة الدراسات الإعلامية والإتصالية، المجلد 3، العدد 2.

التساؤل الرئيسي

- كيف يمكن أن نوظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي؟ وماهي أبرز هذه التقنيات؟

التساؤلات الفرعية

- ما هو دور الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي؟
- ما هي أهم التطبيقات والتقنيات الذكية المستخدمة في النشاط الإعلامي؟

أهداف الدراسة

- الكشف عن العلاقة التي تربط الذكاء الاصطناعي بالنشاط الإعلامي.
- التوغل في تحديد أهم التطبيقات والتقنيات المهمة في العمل الصحفي.
- الاهتمام بالدراسات حول الذكاء الاصطناعي صفة عامة.
- ترقية مستقبل النشاط الإعلامي والعمل الصحفي الى مستويات عالية من الأداء والمهارة بالاستعانة بمختلف تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي وغيرها.

النتائج المتوصل إليها

- شهدت التقنيات الجديدة الذكية المعززة تطورا هائلا، وأحدثت ثورة تكنولوجية شاملة في حياة البشرية جمعاء، ولا سيما في المجال الإعلامي والصحفي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أصبح تأثير الذكاء الاصطناعي واضحا للجميع على الإعلام والصحافة، بعد أن اجتاحت الرقمنة العديد من المجالات الحيوية، ما أفرز بروز ما يعرف بـصحافة الذكاء الاصطناعي في عالم الصحافة والإعلام.
- من المتوقع أن تحدث هذه التقنيات تغييرا جذريا في عالم الإعلام، وهو تغيير سيؤثر بالضرورة على المنتجين، وكذلك المستهلكين من القراء ومتابعي الوسائل الإعلامية.
- كلما تسارعت المؤسسات الإعلامية نحو الرقمنة أولا، ثم استيعاب تقنيات الذكاء الاصطناعي وبرمجياته وتطبيقاته، والعمل على تطويرها لتعزيز العمل الإعلامي وتطويره ثانيا، زادت فرص بقائها في ميدان التنافس، والعكس صحيح دون أدنى شك.

6.2. الدراسة الثانية

عنوان الدراسة : مستقبل توظيف آليات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية العربية – دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال والنخب الأكاديمية في ليبيا و فلسطين، دراسة للباحث محمد وسام عبد العزيز عامر وعبد الله محمد أطبيقة وأحمد عبد السلام عمر المسني، هي دراسة أنجزت في عام 2023 بجامعة الأقصى، مجلة جامعة الأقصى المجلد 27، العدد 3.

التساؤل الرئيسي

- ما مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية العربية ؟

تساؤلات الدراسة

سعت هذه الدراسة للإجابة على مجموعة من التساؤلات من أهمها:

- هل تعتمد المؤسسة التي تعمل بها على الذكاء الاصطناعي؟
- ما أسباب عدم اعتماد المؤسسات الإعلامية على الذكاء الاصطناعي؟
- هل هناك وعي كاف لدى القائمين بالاتصال في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- هل تعتقد بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساهم في تطوير العمل بالمؤسسات الإعلامية؟
- ماهي الوتيرة التي تعمل بها المؤسسة الإعلامية في التأسيس لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلا؟
- ما درجة استفادتك من توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- العوامل التي تراها مؤثرة على توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية العربية مستقبلاً؟
- ما هي التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في سبيل توظيف الذكاء الاصطناعي مستقبلاً؟
- ما أبرز أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي من الممكن الاستفادة منها مستقبلاً؟

أهداف الدراسة

سعت الدراسة لتحقيق هدف رئيسي وهو التعرف على مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات العربية من خلال دراسة تطبيقية للقائمين بالاتصال والنخب الأكاديمية وتنبثق منه الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على درجة اعتماد المؤسسات الإعلامية العربية على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- التعرف على مدى وجود وعي كاف لدى القائمين بالاتصال والنخب لتوظيف الذكاء الاصطناعي.
- التعرف على العوامل المؤثرة على توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية العربية مستقبلاً.
- التعرف على التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في سبيل توظيف الذكاء الاصطناعي مستقبلاً.

منهج الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح ، ويستهدف التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستمعي الإذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الاعلام الجديد.

النتائج المتوصل إليها

- أفاد (50%) من القائمين بالاتصال والنخب الأكاديمية في ليبيا وفلسطين يرون بأنهم إلى حد ما يمتلكون معلومات عن تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- أن المؤسسات الإعلامية في ليبيا وفلسطين لا تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- تعتمد المؤسسات الإعلامية في ليبيا وفلسطين بدرجة قليلة على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- عدم وجود الوعي الكافي لدى القائمين بالاتصال والنخب الأكاديمية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- أن العوامل التكنولوجية من أهم العوامل المؤثرة على توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية العربية مستقبلاً.
- من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في سبيل ضعف البنية توظيف الذكاء الاصطناعي مستقبلاً هي التكنولوجية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية مستوى مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير عمل المؤسسات الإعلامية العربية تبعاً لمتغير قطاع العمل.

6.3. الدراسة الثالثة

عنوان الدراسة: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين، دراسة للباحث مرتضى حسن علي الشمري، هي دراسة أنجزت عام 2024، بجامعة واسط، مجلة واسط للعلوم الانسانية، المجلد 20، العدد 4.

التساؤل الرئيسي

- ما مدى توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين؟

التساؤلات الفرعية

- ما أهمية استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- ما مدى نجاح توظيف أساليب الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- ما التحديات التي يواجهها الصحفيون العراقيون في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ميدان الصحافة؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ما الجوانب الإيجابية والسلبية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- ما هو تأثير تقنية الذكاء الصناعي على توظيف الأيدي العاملة في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- ما مقترحات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الأساسي للدراسة في استكشاف مدى استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في الأداء الصحفي وتأثيرها على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين؛ ومن هذا الهدف الرئيس تنبثق الأهداف الفرعية الآتية:

- استكشاف أهمية توظيف تقنية الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين.
- معرفة تقييم المبحوثين لمدى فعالية توظيف أساليب الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي.
- التعرف على صعوبات توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين.
- استكشاف الجوانب الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الصناعي في المجال الصحفي وفقاً لوجهة نظر الصحفيين العراقيين.
- معرفة تأثير تقنية الذكاء الصناعي على توظيف الأيدي العاملة في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين.
- رصد مقترحات المبحوثين بشأن استخدام تقنيات الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي.

النتائج المتوصل إليها

- يرى الصحفيون العراقيون عينة الدراسة أن استخدام الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي له أهمية كبيرة " فقد بلغت نسبتها 60.%. "

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- إن نسبة 78.3% من الصحفيين العراقيين عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنية الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي ناجح بدرجة كبيرة.
- جاءت فقرة تقنية ادارة المضمون الصحفي من أبرز الميادين التي يمكن لتقنيات الذكاء الصناعي توظيفها في الميدان الصحفي حسب رؤية الممارسين للعمل الصحفي في العراق عينة الدراسة, فقد بلغت بنسبتها 20.7
- صعوبة "عدم فهم هذه التقنيات للقيم الإنسانية الاجتماعية من أهم العراقيل المترتبة على توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين عينة الدراسة, فقد بلغت نسبتها مئوية 32.4
- المترتبة على توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي هي إنجاز مهام الميدان الصحفي في وقت وجهد أقل حيث جاءت في المقدمة بنسبة 20.9%.

6.4. الدراسة الرابعة

عنوان الدراسة: توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي كمحرك للإبتكار الإعلامي ومدى استخدامه في الصحافة، دراسة للباحثة: يسمينة قاسي، هي دراسة انجزت في عام 2024 بجامعة أحمد زبانة غليزان، مجلة مصداقية، المجلد 6، العدد 1.

التساؤل الرئيسي

- كيف يتم توظيف واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار الإعلامي؟

تقسيمات الدراسة

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: الإطار النظري للذكاء الاصطناعي

المحور الثاني: نحة عن الصحافة والابتكار الإعلامي

المحور الثالث: تقنية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومدى تحققه الخطوات كبيرة فيمجال الصحافة.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- توصيف واقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في مجال الإعلام واستكشاف أبعاد تأثيراتها على الجمهور.
- تقييم دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير نظام إلى يمان إلى أداء البشير في مجال الإعلام غير فهم التواصل بين الإنسان والآلة بشكل أفضل على نحو يمكن أدوات الى الذكاء الاصطناعي من تحقيق قدر من التفاعل مع الآخرين.
- تحليل وتحديد المتغيرات المؤثرة في إدراك المبحوثين المصدقية المحتوى المقدم عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

منهج الدراسة

فيما يخص المنهج المتبع في هذه الدراسة هو الوصفي التحليلي بحيث يتم التطرق إلى مستويات الابتكار والذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.

النتائج المتوصل إليها

- تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي فرصا كبيرة لتحسين جودة المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى تحسين تجربة المستخدم من خلال تحليل سلوكه وتقديم المحتوى الأكثر جاذبية وفائدة بناء على اهتماماته وتفضيلاته.
- تمثل أدوات الذكاء الاصطناعي إضافة نوعية للعمل الإعلامي، كما حدث سابقا مع دخول الحواسيب والبرمجيات وشبكة الويب إلى مجال الإعلام.
- وبناء عليه، يمكن القول إن انتشار أدوات الذكاء الاصطناعي سيمكن المؤسسات الإعلامية من تطوير مشاريع إعلامية أفضل، خصوصا في مجالات التحقق من الأخبار.

6.5. الدراسة الخامسة

عنوان الدراسة: تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام ... الواقع والتطورات المستقبلية .. دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، دراسة للباحثة مي مصطفى عبد الرزاق، هي دراسة أنجزت في عام 2023، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 81، الجزء الأول.

تساؤلات الدراسة

- 1 - ما درجة متابعة المبحوثين للأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصادر متابعتهم لها ؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 2 - هل تستطيع تقنيات الذكاء الاصطناعي محاكاة العمل الإعلامي البشري ؟
- 3 - ما الموضوعات والمجالات الأكثر توظيفاً واستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في التخصص الإعلامي ؟
- 4 - كيف يؤثر استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام بمجالاته المختلفة
- 5 - ما نوعية التغييرات المطلوب إجرائها لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ؟
- 6 - ما تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال الإعلام ومجالات توظيفها بالإعلام ؟
- 7 - ما درجة الجهد المبذول من المبحوثين لاستخدامهم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ونواياهم السلوكية لتبنيها ؟
- 8 - ما العوامل الأكثر تأثيراً على تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من جانب القائمين بالإتصال ومؤسساتهم الإعلامية المصرية والعربية ؟
- 9 - ما التطورات المستقبلية المتوقعة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالإعلام المصري والعربي ؟

أهداف الدراسة

- تحديد درجة متابعة المبحوثين للأخبار والتطورات الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصادر متابعتهم لها.
- تقييم التعرف على مدى قدرة الذكاء الاصطناعي على محاكاة العمل الإعلامي البشري.
- تحديد الموضوعات والمجالات الأكثر توظيفاً واستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في التخصص الإعلامي.
- رصد التأثيرات السلبية والإيجابية الناتجة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمجال الإعلامي
- دراسة نوعية التغييرات المطلوب إجرائها لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.
- الكشف عن أهم مظاهر وأشكال تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام و واقع توظيفها في المؤسسات الإعلامية المصرية والعربية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- استكشاف طبيعة العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والقائمين بالاتصال ومدى تبنيهم لها ، درجة الجهد المبذول للتدريب عليها واستخدامها ، والنوايا السلوكية للمبحوثين في هذا الصدد.
- التعرف على العوامل الأكثر تأثيراً على تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من جانب القائمين بالاتصال ومؤسساتهم الإعلامية المصرية والعربية.
- تقييم الوضع الحالي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي و استشراف التطورات المستقبلية المتوقعة لتوظيف تلك التقنيات بالإعلام المصرى والعربى.
- التعرف على أهم مقترحات الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية المصرية والعربية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

منهج الدراسة

تستخدم الباحثة منهج المسح بفرعيه الكمي والكيفي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وذلك بالاعتماد على أسلوب المسح بالعينة.

أسلوب المقارنة المنهجية ، وذلك لتوضيح أوجه الشبه والاختلاف بين الوسائل الإعلامية المصرية والعربية ، وأيضاً لإبراز العوامل المؤثرة على تبني وقبول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي خاصة العوامل الديموغرافية المختلفة.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها

- يتابع المبحوثون الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع، مما يعكس حضور هذه التقنية وسط نقاش مستمر حول فوائدها ومخاطرها وقدراتها المتطورة .
- أكد المشاركون على قدرة الذكاء الاصطناعي في محاكاة السلوك البشري وأداء العديد من المهام الإعلامية، مع ضرورة إشراف العنصر البشري على استخدامه .
- جاءت المجالات الأكثر استخداماً للذكاء الاصطناعي وفقاً للمبحوثين بالترتيب: المجال التسويقي، ثم المجال الإعلامي، وأخيراً المجال الفني والإداري، وهو ما يظهر تنوع التطبيقات خارج نطاق العمل الصحفي .
- يمكن للذكاء الاصطناعي مساعدة المؤسسات الإعلامية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمحتوى المستهدف، الحملات التسويقية، تحديد تكلفة الإعلانات، عمليات الأرشفة، وبناء قواعد البيانات .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أبرزت الدراسة أهم التقنيات المستخدمة مثل صحافة البيانات، الترجمة الآلية، الروبوت في التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار، و BOTS الدردشة الآلية للتفاعل مع الجمهور .
 - الموضوعات الأكثر توظيفًا لتقنيات الذكاء الاصطناعي كانت الصحافة الخدمية والاقتصادية، تلتها الصحافة الرياضية، بينما كانت أقل تأثيرا في المجالات السياسية والفنية التي تعتمد على التحليل والتفسير .
 - يرى المبحوثون أن هذه التقنيات ستسهم مستقبلاً في تحسين الأداء المهني، وتعزيز جودة العمل الإعلامي، وزيادة الإنتاجية عبر مختلف الأبعاد المهنية والتسويقية والإدارية والفنية .
 - أظهرت النتائج أن المؤسسات الإعلامية تتجه نحو تبني الذكاء الاصطناعي بدرجات متفاوتة، بين إجراء تغييرات محدودة، أو الاستمرار بالوضع الحالي، أو القيام بتحولات جذرية، وفق التسهيلات التقنية المتاحة .
 - بينت الدراسة أن التأثير الاجتماعي يشجع المبحوثين على استخدام التقنيات الجديدة، مع قبول أكبر في الإدارات الدنيا والوسطى مقارنة بالإدارات العليا بالمؤسسات الإعلامية
- 6.6. الدراسة السادسة

عنوان الدراسة: تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، دراسة للباحث أحمد علي الزهراني، هي دراسة أنجزت في عام 2022 بجامعة الملك عبد العزيز، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 5، العدد 1.

التساؤلات الفرعية

1. ماهي خبرة عينة الدراسة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تتوفر في الأجهزة الذكية؟
2. ما هو مفهوم توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي العمل الإعلامي لدى عينة الدراسة ؟
3. ما مدى تبني المؤسسات الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ؟
4. ماهي معوقات تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
5. ما مدى حصول عينة الدراسة على تدريب في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الذكاء الاصطناعي؟
6. ماهي مصادر تدريب الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

7. ما تقييم عينة الدراسة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام ؟

أهداف الدراسة

- التعرف على مفهوم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي لدى الصحفيين.
- التعرف على مدى تبني المؤسسات الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي من وجهة نظر الصحفيين
- رصد معوقات تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.
- التعرف على مدى حصول الصحفيين على تدريب في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي
- رصد الجهات التي حصل من خلالها الصحفيين على تدريب في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.
- التعرف على تقييم الصحفيين لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

منهج البحث

منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي بما يحقق التأكد من التوصل إلى إجابات تساؤلات وفروض الدراسة و إلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منتظم.

النتائج المتوصل إليها

- توظيف تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام يشكل نقلة نوعية على مستوى المؤسسات والعاملين، ويتطلب اكتساب مهارات جديدة لدى الصحفيين (عبد الظاهر، 2019)
- أظهرت النتائج أن الصحفيين لديهم خبرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقه بالهواتف الذكية، مثل مساعد جوجل وسيري، ما يدل على حضور الذكاء الاصطناعي في تعاملاتهم اليومية .
- بلغت نسبة 24.6% من عينة الدراسة معرفتهم بمفهوم استخدام تطبيقات تحرير المحتوى المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، أي معرفة محددة ومحدودة بالموضوع .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أشار المبحوثون إلى أن عدم توفر خبرة تقنية كافية لدى القائمين على المؤسسات يشكل أكبر عائق (90.31%)، يليه ارتفاع تكلفة تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 84.54%.
- حصل 67.7% من المبحوثين على تدريب في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للعمل الإعلامي، وكان مصدر التدريب في الغالب عبر التعليم الذاتي على شبكة الإنترنت، مما يشير إلى أن التدريب يتم بمبادرة شخصية وليس بتوجيه مؤسسي.
- في تقييم استخدام الذكاء الاصطناعي بالإعلام، ترى 51.5% من العينة أنه يوفر الوقت والجهد، بينما يرى 36.5% أنه يجعل المنتج الإعلامي أكثر حرفية واحترافية.

6.7. الدراسة السابعة

عنوان الدراسة: تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية – دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين- دراسة للباحثة كريمة بومدين، هي دراسة انجزت عام 2023 بجامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي، المجلد 3، العدد 2.

التساؤل الرئيسي

- ما مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية والصحفية على تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

تساؤلات الدراسة

1. ما طبيعة استخدام عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الإعلامية؟
2. فيما تتمثل أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية لدى الصحفيين عينة الدراسة؟

أهداف الدراسة

- التعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الإعلامية.
- معرفة أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية لدى الصحفيين عينة الدراسة.

منهج الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين خلال عام 2023، وهي من الدراسات الميدانية التي تعتمد على أداة الاستبيان كأسلوب بحث للتعرف على المواقف والاتجاهات والوصول إلى الحقائق.

- 90% من مفردات عينة الدراسة لهم فكرة مسبقة عن الذكاء الاصطناعي، و 10% ليس لديهم فكرة مسبقة عن هذا النوع من التكنولوجيا.
- إن 50% من المؤسسات الإعلامية حسب مفردات العينة يعتمدون تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ونفس النسبة 50% من المؤسسات لا تعتمد على هذا النوع من التكنولوجيا.
- إن بعض المؤسسات الإعلامية تعتمد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي منذ أقل من سنة بنسبة 40%، ونفس النسبة لأكثر من خمس سنوات، والبعض الآخر ما بين سنة إلى خمس سنوات بنسبة 20%.
- إن عدم اعتماد بعض المؤسسات الإعلامية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يعود الى سبب غياب متخصصين في المجال وصعوبات تقنية بنسبة 44.44% والسبب الآخر المتمثل في التكلفة العالية بنسبة 11.11%.
- إن نسبة 70% من مفردات عينة الدراسة تلقوا تكويناً في مجال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، و 30% لم يتلقوا تكويناً.
- إن 50% من مفردات عينة الدراسة يرون أن هذا النوع من التكنولوجيا ضروري للعمل الإعلامي، ونفس النسبة 50% يرون عكس ذلك، إن أغلبية مفردات العينة 60% يرون أن مؤسستهم الإعلامية بحاجة الى هذا النوع من التكنولوجيا، و 40% يرون أن مؤسستهم ليست بحاجة إلى تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

6.8. جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة

- ارتأينا أن تتنوع دراساتنا السابقة لفهم فروقات البحث المنهجية وكذا تنوع النتائج بتنوع بيانات البحث وقد استفدنا من هذا التنوع في جوانب عديدة في دراستنا هذه بما فيها:
- وجهتنا الدراسات السابقة إلى نوع المراجع والمصادر العلمية الموثوقة التي يمكن الاستناد إليها عند بحث موضوعنا، مما ساعدنا على بناء قاعدة معرفية متينة .
 - ساعدتنا الدراسات السابقة على ضبط خطة البحث، وتحديد مجال الدراسة بدقة، مع التعرف على نقاط التشابه والاختلاف بينها وبين موضوعنا، مما أتاح لنا تحديد زاوية جديدة ومبتكرة للبحث .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- اعتمدنا على المادة العلمية الواردة في هذه الدراسات لتعزيز الجانب التوثيقي لدراستنا، سواء من حيث المفاهيم الأساسية أو نتائج الأبحاث السابقة ذات الصلة بالذكاء الاصطناعي والإعلام.
- ساهمت هذه الدراسات في ضبط الإطار المنهجي للدراسة، من خلال تحديد المنطلقات النظرية والعملية، وصياغة التساؤلات البحثية والأهداف المرجوة بوضوح.
- استفدنا من الدراسات السابقة في تصميم أداة جمع البيانات، بما في ذلك الاستبيانات والمقابلات، كما ساعدتنا في وضع آليات تحليل النتائج وربطها بالإطار النظري لضمان الاستفادة العلمية الدقيقة.
- كما أظهرت لنا الدراسات السابقة أهمية مراعاة السياق المحلي والدولي عند تفسير النتائج، ما ساعدنا على وضع مقارنة متوازنة تأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات الجزائية في الإعلام والصحافة.
- أخيرا، مكنت هذه الدراسات من تطوير استراتيجيات لتوظيف نتائج البحث بشكل عملي، سواء في تطوير الأداء الصحفي أو تحسين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية.

منهجية الدراسة

1. نوع الدراسة ومنهجها

1.1. نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وتعد الدراسات الوصفية من بين المناهج البحثية التي تهدف إلى وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والاهتمامات، إلى جانب أنماط السلوك المختلفة، كما تهتم أيضا بوصف النظم والمؤسسات الإعلامية، وتحليل طبيعة العلاقات المتبادلة بينها وبين عناصر أخرى ذات صلة. وتقوم هذه الدراسات على اختبار علاقات فرضية تربط بين المتغيرات من خلال ما يُعرف بالدراسة الارتباطية، التي تسعى إلى اكتشاف العلاقات القائمة بين المتغيرات الواردة في موضوع البحث، بهدف فهمها وتفسيرها في سياق علمي دقيق. (دليو و غربي، 1999، صفحة 42)

1.2. منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من اتباع خطوات علمية منظمة و عقلانية لبلوغ نتيجة ما ، و عادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي نسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة في حد ذاتها. ويعرف المنهج على أنه: " المسلك أو الطريق التي يتبعها الباحث للوصول إلى غايته المنشودة . أيضا يعرف على أنه : " فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار و من اجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين أو من اجل البرهنة عليها للآخرين حيث نكون بها عارفين. (بدوي، 1977، صفحة 04)

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- كما يعرفه أيضا الأستاذ " خالد محمد على": انه المنهج او الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول الى الحقيقة العلمية. (حامد، 2008، صفحة 16)

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، كونه الأنسب لطبيعة موضوعنا ، حيث يهدف إلى وصف الظاهرة الإعلامية كما هي في الواقع دون التدخل في تفسيرها أو تحليلها بشكل معمق. ويعد هذا المنهج مناسباً لدراسة موضوع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، من خلال رصد ممارسات الصحفيين واستعراض خصائص هذه الظاهرة في الميدان. ويعرف على أنه: " المنهج الذي يهتم المنهج الوصفي بذكر الخصائص و المميزات للشيء الموصوف ، معبرا عنها بصورة كمية و كيفية و يكثر استخدام هذا المنهج الوصفي في الدراسات الاجتماعية و الإنسانية التي يصعب فيها تطبيق المنهج التجريبي. (شروخ، 2003، الصفحات 147-149)

2. مجتمع الدراسة والعينة

1.2. مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة بأنه " مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها فهو الأكبر أو الكلي الذي يتم تعميم الدراسة على مفرداته، إلا انه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات (محمد، 2004م، صفحة 130)

وفي دراستنا حول توظيف الذكاء الاصطناعي من طرف الصحفيين الجزائريين داخل المؤسسات الإعلامية العمومية، يتمثل المجتمع المستهدف في الصحفيين العاملين بهذه المؤسسات. أما مجتمع الدراسة الميدانية فيتمثل في الصحفيين العاملين بإذاعات باتنة وأم البواقي وخنشلة، حيث تم الاعتماد على أسلوب المسح الشامل نظراً لمحدودية حجم المجتمع وإمكانية الوصول إلى أفراد. وقد بلغ عدد أفراد الدراسة الذين استجابت استماراتهم للاستبيان 49 مفردة، وتم الاعتماد على إجاباتهم في التحليل الإحصائي للبيانات. ويتيح هذا الأسلوب الحصول على معلومات وبيانات حول مدى توظيف الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية محل الدراسة.

2.2. عينة الدراسة

لم يتم استخدام عينة في هذه الدراسة، بل تم الاعتماد على "المسح الشامل" لمجتمع البحث، والمتمثل في جميع الصحفيين العاملين بإذاعة باتنة و ام البواقي و اذاعة خنشلة .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد اعتمدنا في دراستنا على "المسح الشامل"، وذلك نظرا لان مجتمع البحث صغير ، و تضم الإذاعات محل الدراسة عدداً محدوداً من الصحفيين ، مما سهل الوصول إليهم وتوزيع الإستمارات عليهم داخل إذاعة باتنة و أم البواقي وإذاعة خنشلة ، فقد قمنا بالإعتماد على المسح الشامل بدل اختيار عينة جزئية، حيث شملت الدراسة كافة الأفراد المنتمين لمجتمع البحث. ولضمان تمثيل أدق للواقع المهني، يعد هذا الإجراء مناسباً لتحقيق نتائج أكثر شمولية ودقة حول الموضوع المدروس.

ويعرف المسح الشامل على أنه: "طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن جميع عناصر أو مفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة، ويلجأ إليه عندما يكون الباحث جاهزا لمجتمع الدراسة ومفرداته جملة، لا يمكن معه اختيار عينة تمثل هذا المجتمع؛ ويتطلب هذا الأسلوب جهدا ووقتا ومالا، ولا يتبع عادة إلا من قبل الدول التي تدعم البحث بإمكانات مادية كبيرة، مثل ما هو الأمر مع إحصاء عدد السكان والتعدادات الزراعية والصناعية." (سليمان، 2022)

3. أداة جمع البيانات

تمثل أدوات جمع البيانات نقطة التلاقي بين البناء المفهومي المشكلة البحث والواقع المراد دراسته من جهة أخرى، فهذه الأدوات تستمد وجودها من كونها تسمح للباحث بالتوجه نحو الواقع الجمع المعلومات الضرورية للإجابة عن مشكلة البحث (أنجرس، 2004م، صفحة 234)

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان والتي تعرف على أنها أداة الجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة المركبة بأسلوب. منطقي، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبدها " (عليان و ،عثمان محمد غنيم، 2000م، صفحة 82)

كما تعرف على أنها: "أداة يستخدمها الباحث على نطاق واسع للحصول على الحقائق والجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، ومن خلال الإجابة على عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج سبق إعداده وتقنيه ويقوم المجيب بملته بنفسه، ويسلم لعينة كبيرة نسبيا من أفراد مجتمع البحث، ويجب أن تكون ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص أرائه . (صابر و ميرفت علي خفاجة، 2002م، صفحة 116)

4. مجالات الدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

إن تحديد مجالات الدراسة هو من الخطوات المنهجية الهامة ولقد اتفق كثير من المنشغلين في مناهج البحث الاجتماعي على أن لكل دراسة ثلاثة مجالات رئيسية هي: المجال المكاني، المجال البشري المجال الزمني:

المجال المكاني : تمثل في مقر إذاعة باتنة و إذاعة أم بواقي الجهوية إذاعة خنشلة ، كميدانين لتوزيع الاستثمارات وجمع البيانات.

المجال البشري : يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في صحفيي إذاعة باتنة و إذاعة أم بواقي الجهوية الذين يزاولون عملهم ، بصفتهم المعنيين المباشرين بموضوع الدراسة.

المجال الزمني : تم إنجاز هذه الدراسة خلال السنة الجامعية 2025-2026 م، حيث باشرنا جمع المعلومات الأولية في شهر نوفمبر 2024، ثم شرعنا في إعداد الإطار المنهجي مع بداية شهر ديسمبر من نفس السنة. أما الإطار النظري، فقد بدأنا العمل عليه ابتداء من شهر فيفري، حيث قمنا بتحرير المعطيات وتوثيقها بالاعتماد على مراجع متخصصة.

أما الجانب الميداني للدراسة، فقد انطلقنا فيه خلال شهر مارس، من خلال ضبط الاستثمارة البحثية، ليتم لاحقا توزيعها على المبحوثين في بداية شهر أفريل. تلا ذلك تنظيم البيانات في جداول إحصائية، والقيام بحساب التكرارات والنسب، وهي العملية التي استمرت إلى نهاية شهر ماي 2026.

3. نظرية الدراسة

" نظرية البنائية الوظيفية "

1. الخلفية المعرفية لنظرية البنائية الوظيفية

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام ووظائفها المختلفة وكذا الآثار المترتبة عن استعمالها سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع.

جاءت فكرة البناء المجتمع ما كمصدر لاستقراره من خلال ما قدمه " أفلاطون في جمهوريته والتي تقوم على طرح القياس بين المجتمع والكائن العضوي، فكلاهما يعني نظاما من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون، تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام. (مكاوي و ليلي ، 2003م، صفحة 123)

وقد وجدت أسس الاتجاه البنائي الوظيفي ليشكل أحد الاتجاهات النظرية في دراسات علم الاجتماع بشكل عام مصاحبا للأحداث التي أنت بها الثورة الفرنسية لتتحدى التصورات العقلانية التي بنيت عليها

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

فلسفة التنوير، وتحليلها للنظم والمؤسسات التقليدية والتي أوجدت الروابط الاجتماعية اللازمة لقيام المجتمع. كما جاء هذا الاتجاه مصاحبا للتحويلات والتعديلات على الاتجاه الوضعي السوسيولوجي في القرن 19م وبخاصة في فترة ما بعد الثورة الفرنسية حيث عارض هذا الاتجاه البنائي الوظيفي منذ بدايته التركة الفردية التي تميزت بها فلسفات التنوير. (جمال ابو شنب ، 2005م)

وقد طور أوائل علماء الاجتماع المعاصرين مثل دوركايم " هذا التوجه في بداية القرن 19م، وأصبحت فكرة أن المجتمع نظام ديناميكي من الأنشطة المتكررة فكرة هامة أيضا في تحليل المجتمعات البدائية من جانب علماء الأنثروبولوجيا أمثال مالفينوفسكي "وبعده " راد كليف براون واستمرت مجموعة الافتراضات الخاصة بالمذهب البنائي الوظيفي تلعب دورا مهما في تطور مناقشات علم الاجتماع الحديث من خلال كتابات " روبرت ميرتون " و تالكوتبارسونز " وغيرهما. (مكاوي و ليلي ، 2003م)

2. التعريف بنظرية البنائية الوظيفية

تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان استقراره، وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر فالبنائية تشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر والوظيفية تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي، ويتحقق الثبات والالتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر، في شكل متكامل وثابت (الحميد، 2000م)

ويمكن تحديد مفهوم البنائية الوظيفية من خلال أهم المفاهيم / العناصر التي تنطوي عليها وهي:

البناء والنسق: ويعتبر بارسونز مفهوم "النسق أكثر شمولاً وقدرة على وصف الفعل الاجتماعي وتفسيره من مفهوم "البناء، فالفعل الاجتماعي بوصفه ديناميكيا، لا يمكن تحليله كبنية فقط فهي لا تتعدى حدود وصف استاتيكية الفعل)، وإنما يجب لفت الانتباه بالإضافة إلى ذلك إلى حركية الفعل ووظيفيته، ويشير مفهوم المكانة في لغة بارسونز التحليلية للنسق الاجتماعي إلى موقع الفاعل في نسق علاقة اجتماعية معينة، منظور إليها كبناء. (تيماشيف و ترجمة ، 1999م)

الوظيفة: إن إحدى الأفكار المهمة والرئيسية في دراسة الأنظمة الاجتماعية تتعلق بوظيفة بعض الظواهر الخاصة المتكررة مجموعة من الأعمال والأنشطة داخل نظام اجتماعي، أي بالوظيفة داخل نظام اجتماعي مستقر في أعماله وأنشطته، في هذا الإطار يصبح لكلمة وظيفة " معنى قريب جدا من معنى النتيجة ضمن هذا السياق، يمكن اعتبار أن ثمة حاجة اجتماعية أو اقتصادية أو نفسية أو مشاعرية، في أن تقوم

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الأطراف بالوظائف والأدوار الاجتماعية المنوطة بها بشكل صحيح، لكي لا يتعرض استقرار النظام للخطر (مهننا، 2002م).

الخلل الوظيفي: يستند مفهوم الخلل الوظيفي إلى النقد الذي وجهه ميرتون إلى مقولة الوحدة الوظيفية حيث أن العناصر الثقافية والاجتماعية لا تكون بالضرورة وظيفية لكل مكونات النسق وإنما تختلف درجات وظيفيتها من مستوى إلى آخر، إن الأديان مثلا كعامل من عوامل التكامل قد تصبح غير وظيفية في مجتمعات متعددة الأديان، والدين في هذه الحالة يتعرض لخلل في الوظيفي (هميسي، 2007م، صفحة 34)، ولاشك أن التحقق من تأدية أو عدم تأدية خلل وظيفي كل نظام جزئي وظائفه داخل نطاق المجتمع الكلي، ومدى تأثير ذلك على استقرار أو عدم استقرار النظام الاجتماعي الجزئي والكلي، يجب أن يخضع الدراسات علمية تؤكد أو تلغي وجود الخلل الوظيفي (مهننا، 2002م)

البدائل الوظيفية: إذا كان مفهوم الخلل الوظيفي يعبر عن جزء من حقيقة مفادها أن بعض العناصر يمكن أن تكون غير وظيفية ضمن نسق ما، فإن مفهوم البدائل الوظيفية يعبر عن الجزء الثاني الذي مقاده أن الوظيفة - ونظرا إلى كونها حيوية لا يمكن الاستغناء عنها - فإنه من الممكن القيام بها بواسطة أطراف عدة لتبادل هذه الوظيفة، ويمكن العنصر واحد أن تكون له عدة وظائف، ويمكن كذلك انجاز وظيفة من عدة أطراف (هميسي، 2007، صفحة 36) واستنادا إلى ما سبق يمكن تلخيص الفكر البنائي الوظيفي في النقاط الآتية: (عمر، 1999م)

- يتكون البناء الاجتماعي من مجموعة أنظمة مترابطة بعضها ببعض بنائيا ووظيفيا.

- يتكون النظام من مجموعة أنساق.

- يتكون النسق من مجموعة أنماط.

- لكل نظام نسق نمط حاجات اجتماعية تعكس وظائفه ومن خلالها تكامله وتكافله الاجتماعي.

- تأكيده على التوازن الاجتماعي.

- يدرس الكل ليصل إلى الجزء.

3. افتراضات نظرية البنائية الوظيفية

وفي نفس السياق، يتفق الباحثون على التلخيص الذي قدمه " روبرت ميرتون سنة (1957) للعملية البنائية الوظيفية للمجتمع، وذلك باعتبارها افتراضات لهذه النظرية، وتتمثل هذه الافتراضات في ما يلي (مكاوي و ليلى ، 2003م):

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع في اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.
- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله. فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.
- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره، وبمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دوراً في الحفاظ على استقرار النظام.
- أن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.
- ولأن الاتصال الجماهيري، نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع، يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي ويتفاعل مع مختلف الأنظمة الاجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع، فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه، أو الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به هذا النظام (مهنا، 2002م، صفحة 132). حيث ترى التحليلات البدائية الوظيفية مثلاً أن التكنولوجيات التي يجب أن تبقى وتزدهر، كنظم الوسائل الإعلام والاتصال هي التي تخدم احتياجات مجتمعية للاستقرار، والتكامل والإنتاج الكف.(مي، 2006م)
- استخدام التحليل الوظيفي
- في دراسات الاتصال يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة تتحرك في داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويحاول تبين كيف أن هذه الظواهر يمكن أن تؤدي إلى نتائج تسهم في المحافظة على استقرار النظام بأكليته، أو أن تؤدي إلى عكس ذلك، وعندك تصبح الوظيفة خلافاً وظيفياً.(مهنا، 2002م)
- وكان "هارولد لاسويل" بوضعه الصيغة المشهورة (من قال ماذا، بأية وسيلة، لمن، وبأي تأثير ؟) قد أسس عام 1948م في إطار تصوري - للوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال، حيث لغاية ذلك الوقت لم تظهر دراسات إلا من شكل الدراسات الأحادية الموضوع في مناحي البحث المختلفة (Armand & michéle, 1997, p. 20) matelart، ليتشكل بعد ذلك ما أصبح يدعى بنمط الأسويل "الذي يتمحور حول تحليل المضمون، دراسة الجمهور، ودراسة التأثير والتي تتجسد جزئياً في مقولة من قال هذا، لمن، وبأي تأثير.(عزي، 1980م)

وأصبح هذا التراث أساساً الصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع وعلاقة هذه الوظائف بالوسائل أو المحتوى أو الأفراد المتلقين، وتجيب جميعها على الأسئلة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع، وكذلك الإرضاء المتلقي وتلبية حاجاته. (الحميد، 2000م)

وتعتبر دراسة ميلفينديفلير حول محتوى الذوق الهابط لوسائل الإعلام، من بين الدراسات التي اعتمدت على التحليل الوظيفي، وذلك من خلال تقسيم مضامين الوسيلة الإعلامية إلى محتوى ذو مستوى هابط، ومحتوى لا يثير الجدل، ثم محتوى الذوق الرفيع، أما عناصر النظام الاجتماعي الذي يحدث بداخله مستوى الذوق الهابط فهو حسب كيفلير "يتكون من الجمهور، هيئات البحث الموزعون المنتجون والممولون وكالات الإعلان، نظم الرقابة، تفاعل هذه العناصر في تحديد المحتوى المسموح وغير المسموح، وتندرج كل وسائل الإعلام ضمن هذا النموذج العام من النظام الاجتماعي. (ديفلير، ساندرابول روكيتش، و ترجمة: كمال عبد الرؤوف ، 1993م)

ومن بين الميادين التي اقترحها هذا البراديجم)، هو دراسة استخدامات الجمهور الوسائل الإعلام ومعاينة مدى الرضا المتحقق منها، فاهتمام الباحثين يصبح هذا منصبا على استعمال الناس لهذه الوسائل أكثر من الاهتمام بتأثيرها عليهم.

اعتمد هذا المنظور خلال الستينات في العديد من الأبحاث المتفصلة حول نظرية الاستعمالات والرضا الاستخدامات والإشباع، وقد زعزعت هذه الأبحاث الميدانية الكثيرة حول استعمال الناس لوسائل الاتصال موقع البراديجم السلوكي المثير - الاستجابة، حيث أصبحت الرسائل الوسيالية لا تؤثر إلا إذا كانت للمستقبل. قابلية لتقبلها بمعنى آخر، ندرس انتظارات (توقعات)، طلبات ورغبات الجمهور اتجاه الوسائل. (ا، لارامي، ب.فالي، و ترجمة: ميلود سفاري آخرون ، 2004م)

4. الانتقادات الموجهة لنظرية البنائية الوظيفية

تتفق معظم الكتابات حول البنائية الوظيفية على وجود ثلاثة محاور رئيسية، يمكن من خلالها عرض النظرية وتحليلها ونقدها، يتعلق الأول بالبناء المنطقي للاتجاه، ويهتم الثاني بكيانه وجوهره، ويركز الثالث على موقفه الاجتماعي، وتتمثل أهم الانتقادات الموجهة إليها في:

- تشجيع البنائية الوظيفية على ما أسماه الباحثون بالتفسير الغالي (Teleological) الذي يعني في جوهره اهتمام النظرية بفروض عامة غير قابلة للاختبار، حتى أن كوهين تيرى أن ما تقدمه الوظيفية من فروض يتطلب نوعا من التحقيق العلمي لا يوجد في علم الاجتماع، ويرجع ذلك إلى أن أنصار هذا الاتجاه ينظرون الوظيفة الظاهرة الاجتماعية على أنها سبب ونتيجة لهذه الظاهرة. (المعطي، 1981م)

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- المبالغة في تشبيه الأنساق الاجتماعية بالأنساق العضوية، مع ما يعنيه ذلك من وضع افتراض ميتافيزيقي لا مبرر له عن طبيعة العالم، وهو ما يؤدي إلى صرف الاهتمام عن مسائل مثل الصراع والتغير (كريب و ترجمة : محمد حسين ، 1999م). والمبالغة في تقليد العلوم الطبيعية قد تجعل الباحث لا يدرك الفروق الجوهرية بين طبيعة كل من الواقع الاجتماعي وظاهراته، والطبيعة وظاهراتها. (المعطي، 1981م)
- التأكيد على جوانب دون أخرى في البناء الاجتماعي، والرغبة الملحة والتشديد على الثبات ومحاولة إلغاء كل إرادة واعية للإنسان بدعوى مبالغ فيها لسمو المجتمع وتفوقه على كل أعضائه، وذلك نظرة تبلورت بشكل جلي عند التعرض أوديست كونت وعند "بارسونز الذي يرى أن أي خروج على القيم بعد انحرافا سيتوجب مزيدا من الضبط ومزيدا من الجزاء، فالوظيفية جاءت في بعض موافقها تبريرية جندت نفسها للدفاع عن النظام الاجتماعي القائم والمصالح التي يدافع عنها (المعطي، 1981م).

5. توظيف نظرية البنائية الوظيفية في الدراسة

تعد هذه النظرية هي الأنسب لبناء موضوعنا هذا والانطلاق منها كمنظور تفسيري نحتكم إليه في توجيه وتحديد مكونات الدراسة من الناحية النظرية والمنهجية، حيث بالأساس اعتبرنا أن توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العمومية هو عبارة عن بناء جزئي في نسق المؤسسة ككل، حيث يساهم في تطوير الممارسة الصحفية وتحسين جودة المحتوى الإعلامي. ويعد الذكاء الاصطناعي أداة تقنية تؤثر في كيفية معالجة الصحفيين للمعلومات وتنظيمها ونقلها، مما يؤدي إلى تعزيز كفاءة العمل الصحفي ووظائف المؤسسة الإعلامية. طالما أن استخدام هذه التقنيات يتم وفق المعايير المهنية وأخلاقيات العمل الصحفي، فإنها تؤدي وظيفتها بشكل إيجابي، أما إذا خرجت عن هذه السياقات التنظيمية والمهنية، فإن ذلك قد يؤدي إلى خلل وظيفي يستدعي تدخل عناصر ونظم أخرى داخل المؤسسة لضمان استمرارية جودة العمل الصحفي.

من الناحية المنهجية فإن هذه النظرية تعتمد على اجراءات منهجية واضحة فهي تساعد البحث ليووظف الأدوات والمناهج الكمية، إضافة إلى أنها كلية تدخل في نطاقها نظرية الاستخدام والشباعات وكذا الاعتماد على وسائل الإعلام وهو ما اخذنا منه لبناء تساؤلات الدراسة ومنه تصميم الأداة وحتى تفسير النتائج.

الفصل الثاني: الإطار

النظري للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

أولاً: ماهية الذكاء الاصطناعي

1.1. مفهوم الذكاء الاصطناعي

حظي مفهوم الذكاء الاصطناعي مؤخراً باهتمام واسع من قبل المسؤولين في مختلف المجالات ، و تظهر أهمية الذكاء الاصطناعي في التكنولوجيا الحديثة عن طريق قدرته على تقليد وظائف بشرية معينة، مما يجعله أداة مهمة في الكثير من التطبيقات التي تحتاج إلى تحليل بيانات واتخاذ قرارات. وسنقدم فيما يلي مفهومين للذكاء الاصطناعي:

أولاً: يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه فرع من علوم الحاسوب يعمل على تطوير نظم قادرة على معالجة المعلومات، التعلم من التجارب والتكيف مع التغيرات. تشمل هذه التقنيات التعلم الآلي والشبكات العصبية والمعالجة الطبيعية للغة. تتنوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي بين الروبوتات الذكية وأنظمة إدارة البيانات، وتهدف إلى تعزيز تجربة المستخدمين في مختلف المجالات. (حسين ع.، 2024، صفحة 75)

ثانياً: يعرفه مركز البحوث والمعلومات الذي مقره في المملكة العربية السعودية بأنه: محاكاة لذكاء الانسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الانساني المتسم بالذكاء ، ويعني ذلك أن الذكاء الاصطناعي، والذي يسمى أحياناً الذكاء الآلي، هو الذكاء الذي تظهره الآلات، على عكس الذكاء الطبيعي الذي يظهره البشر وتتميز به مثل التعلم لحل المشكلات. (طاهر و شايب الذراع ، 2024، صفحة 69)

ثالثاً: أيضاً يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه عملية محاكاة القدرات العقلية والإدراكية والحسية للبشر عبر أنظمة الكمبيوتر، فهي محاولة لتقليد ومحاكاة لعدة قدرات بشرية أهمها القدرة على التعلم واستيعاب المعرفة وتمثيلها واستدعائها وتحليل اللغة والإدراك الكامل للأصوات والصور والفيديو وحل المشكلات والإبداع والتفاعل الاجتماعي وغيرها من القدرات البشرية، ومن ثم محاولة محاكاتها عبر أنظمة كمبيوتر معقدة اعتماداً على التطور الاستثنائي في تصنيع المعالجات والحواسب الآلية، ويمكن تصنيف الذكاء وفقاً لطريقتين، الأولى، وفقاً لتشابهها أو اختلافها مع العقل البشري، وقدرتها على التفكير أو الشعور مثل البشر ، ، والثانية، وفقاً لمستوى ودرجة تطور التكنولوجيا، وكفاءتها في محاكاة الوظائف البشرية. (أسامة السيد و رضوان إبراهيم، 2022، صفحة 196)

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

1.2. التطور التاريخي للذكاء الاصطناعي

تعكس بداية تطور الذكاء الاصطناعي الجهود البشرية لفهم طريقة تقليد الذكاء البشري من خلال وسيلة أخرى، وقد مر الذكاء الاصطناعي بمحطات متعدد تبلور من خلالها ليصل لنا بشكله ووظائفه الحالية، وسنورد في يلي أهم المراحل التاريخية التي مر بها الذكاء الاصطناعي:

- **المرحلة الأولى:** جرت المحاولة الأولى في الخمسينيات من القرن الماضي لإعداد نماذج آلية يمكنها إصدار سلوكيات بسيطة مثل التعلم لكن هذه النماذج فشلت في إصدار أي سلوكيات معقدة واعتمدت هذه النماذج على الشبكات العصبية مما يعني أن مفهوم الذكاء الاصطناعي في الخمسينيات من القرن الماضي كان يشير إلى البرامج التي تحاكي التفكير البشري من خلال محاكاة عمل الشبكات العصبية في الدماغ لأداء عمليات محددة من خلال التحضير واقتراح جون مكارثي مصطلح الذكاء الاصطناعي في عام 1952 ، وتم اعتماده في مؤتمر دارتموث بقيادة علماء الكمبيوتر عام 1958 اخترع جون لغة البرمجة للذكاء الاصطناعي.

- **المرحلة الثانية:** في الستينيات بدأت موجة جديدة وواعية ومزدهرة من الذكاء الاصطناعي مع آلان نيويل و هيربرت سيمون اللذين قالاً يبدأ الشكل الصحيح لوصف قدرة الشخص على حل المشكلات عندما يكتسب المقارنة ويحلل العناصر الأساسية للقدرة على التشغيل والتحليل باستخدام التعليمات والقواعد وترتيبها، ولكن هذا لا يمكن تحقيقه إلا من خلال الألغاز والألعاب ولا يمكنه التعامل مع المواقف المعقدة التي يواجهها البشر كل يوم.

- **المرحلة الثالثة:** في سبعينيات القرن الماضي بدأت الخطوة الأولى في هندسة المعرفة بفريق في معهد ستانفورد للأبحاث، بقيادة أحد أشهر علماء الذكاء الاصطناعي، إدوارد فيجن يوم، الذي كان عضواً في جمعية الروبوتات بجامعة إدنبرة في عام 1973 وضع الفريق رؤية لتحديد النموذج وتجميعه، وفي عام 1979 طور ستانفورد أول سيارة يتم التحكم فيها بواسطة الكمبيوتر .

- **المرحلة الرابعة:** في الثمانينيات بدأت حركة التعلم الآلي، وبدأت عملية البرمجة في اكتساب واستخراج المعرفة ووضع المعرفة في الآلة أي اكتسبت الآلة القدرة على الرؤية أو الحركة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- المرحلة الخامسة : في التسعينيات بسبب التطور الهائل لأجهزة الكمبيوتر من حيث السرعة وقدرات التخزين، وكذلك تطور علم النفس في مجال الذكاء أعاد العلماء الذكاء الاصطناعي إلى الشبكات العصبية وتطوير شبكات علم الأعصاب.

-المرحلة السادسة: منذ عام 2000م دخل الذكاء الاصطناعي مرحلة جديدة من التطور، وحقق نجاحات أكبر غيرت من مصير البشرية، حيث تطور الذكاء الاصطناعي، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل منها التزام الباحثين بمناهج رياضية ومعايير علمية قوية وضارمة أدت إلى زيادة قوة الحواسيب والتركيز على خلق علاقات جديدة بين الذكاء الاصطناعي ومجالات فرعية محددة، حيث أصبح يستخدم في التشخيص الطبي، واستخراج البيانات العديد من المجالات الأخرى.

-المرحلة السابعة: منذ عام 2011 وحتى الآن جاء التطور الأهم، إذ دخل الذكاء الاصطناعي مراحل متطورة ومزدهرة وتم تطبيقه في شتى مجالات الحياة بشكل واسع، حيث انقسم إلى عدة مجالات مستقلة؛ فظهر مفهوم الشبكات العصبية العميقة، وعلم الروبوتات والأنظمة الخبيرة ومعالجة اللغة الطبيعية، وتطور الأبحاث في مجال الروبوتات والتعلم الافتراضي والواقع المعزز المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

- وما زال الذكاء الاصطناعي تقنية مستقبلية، وهو في تطور مستمر حتى يومنا هذا، فكل يوم يظهر تطور في برمجيات وتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تؤدي دورًا متناميًا في مجالات عدة. (الغامدي، 2024، صفحة 20)

1.3. أنواع الذكاء الاصطناعي

تعددت أنواع الذكاء الاصطناعي من حيث التقسيم والتصنيف واختلفت من قبل باحثين ومنظمات ومراجع متعددة. ولكن حسب "عواد، علي" أن علوم الكمبيوتر تصنف الذكاء الاصطناعي إلى أنواع ثلاثة أساسية :

الذكاء الاصطناعي الضيق Narrow IA : هو نظام صُمم لأداء مهمة محددة أو مجموعة من المهام ضمن نطاق محدود من القدرات، مثل التعرف إلى الصور أو معالجة اللغة أو ممارسة اللعب. ومن أنظمتها: "تشات جي بي تي" (ChatGPT) و "لامدا laMDA" و "Bard" (من غوغل) و "Dall-E2" (المتخصص في إبداع صور) ولعبة "غو" والخوارزميات التي تحكم منصات التواصل الاجتماعي... إنها عبارة عن أنظمة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

معلوماتية تتواصل مع البشر لكنها لا تدرك ولا تعلم ما الذي تقوم به بمعنى أنها غير واعية لوجودها أو لوجود البشر، ولا قدرة لها خارج ما تم تدريبها عليه.

الذكاء الاصطناعي العام Artificial General Intelligence: AGI : هو نظام قد يؤدي أي مهمة فكرية يمكن للإنسان القيام بها أي لديه القدرة على التعلم والتفكير والتخطيط وحل المشكلات مختلف المجالات، والسياقات بطريقة مرنة ومبدعة. وعلى عكس عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي الضيقة، يفترض في هذا النظام قدرته على فهم اللغة الطبيعية وأن يكون واعياً لما يقوله، ويتعلم من التجربة، ويتخذ القرارات بناءً على البيانات والسياقات المعقدة، ويتفاعل مع البشر بطريقة طبيعية وهادفة. ويعتقد بعض الباحثين أنه يمكن تحقيق الذكاء الاصطناعي العام نهاية العقد الحالي أو المقبل، في حين يعتقد البعض الآخر أنه لا يزال حلمًا بعيد المنال.

الذكاء الاصطناعي الخارق (Artificial Super Intelligence: ASI): هو حالة مستقبلية للذكاء الاصطناعي يفترض فيها أن تتجاوز الآلات الذكاء البشري في جميع الجوانب إلى درجة التمكن من التحسن ذاتيا ومن التعلم والتطور من تلقاء نفسها من دون أي تدخل بشري. وقد يعبر أحيانا عن هذا التصنيف الثلاثي بثلاثية اسمية أخرى: الذكاء الاصطناعي الضعيف والمعتدل والقوي . (دليو، قضايا معاصرة: من الملكية الفكرية الى الذكاء الاصطناعي، 2015، صفحة 34)

1.4. مجالات الذكاء الاصطناعي

تعددت المجالات الفرعية التي يُطبق فيها الذكاء الاصطناعي في عصرنا الحالي بتعدد وتنوع مظاهر الذكاء البشري، حيث نلاحظ وجوده في الكثير من الأشياء من حولنا، فقد اتجهت الأبحاث إلى بناء وتصميم برامج عدة للذكاء الاصطناعي في المجالات الصناعية والتقنية والطبية والتعليمية والإعلامية والخدمات الأخرى، وفي هذا العنصر سنعرض أهم مجالات الذكاء الاصطناعي التي يتميز بها ، كما يلي :

الشبكات العصبية الاصطناعية : هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يتميز بكونه يحاكي طريقة عمل الخلايا العصبية الإنسانية، فيكون للحاسب قدرة على التعلم والتعميم من خلال تدريب الشبكات العصبية الاصطناعية على نوع معين من البيانات لتصبح قادرة على التنبؤ ببيانات أخرى تشابه تلك البيانات التي دربت عليها.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

معالجة اللغة الطبيعية: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يتميز بكونه قادرًا على التفاعل بين الإنسان والذكاء الاصطناعي خلال بناء تقنيات لديها القدرة على الفهم أو التحدث بلغة البشر، وتستجيب لأوامر مستخدميها؛ كالقيام بمهمة محددة، أو حل مشكلة معينة، أو تخزين عدد من البيانات والمعلومات.

الخوارزميات الجينية: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يعمل على حل المشكلات بالطريقة المثلى عن طريق اختيار الحل الأفضل من بين آلاف الحلول المتاحة والممكنة.

الرؤية الحاسوبية: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يتميز بكونه قادرًا على تعرف الوجوه من خلال تزويد الحاسب باستشعار ضوئي يستطيع من خلاله تطوير أساليب تقنية قادرة على تخزين وتحليل الصور والتمييز بين الوجوه.

الوكلاء الأذكىاء: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي تتم برمجته للقيام بأعمال محددة بطريقة مستقلة، معتمدًا على قاعدة المعارف المخزنة داخل الحاسب؛ لتقوم باتخاذ القرارات وإنجاز المهام وتحقيق الأهداف.

النظم الخبيرة: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يهدف إلى جعل الحواسيب تعمل على تخزين وحفظ الخبرات الإنسانية لتصبح خبيرة ومستشارة في مجال ما قادرة على إعطاء قرارات للمستخدم يستفيد منها لحل المشكلات.

المنطق الغامض: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يتركز في جعل الحواسيب تتعامل مع المواقف الغامضة والمعقدة ببراعة وتحاكي مدارك الإنسان في التعامل مع المواقف الغامضة، فلا يحتاج إلى معرفة جميع معطيات المحيط الذي يعيش فيه للتعامل معه بذكاء، وهذا دليل على أن البيانات المتناهية والأرقام الدقيقة ليست أساسا في الوصول إلى آلات ذكية.

علم الروبوتات: هو أحد أبرز مجالات الذكاء الاصطناعي، ويتصف بكونه مجسما ماديا يعمل وفق منطق بشري يتمتع بالحركة ويؤدي مهام في مختلف المجالات عن طريق برمجته أو توصيله بالحاسوب.

آلة متجه الدعم: هو أحد مجالات الذكاء الاصطناعي الذي يتيح للمستخدمين تمييز البيانات بطريقة تمكّنهم من تحليل البيانات الحديثة لتحديد بثقة أي من الحلول أكثر مناسبة. (الغامدي، 2024، صفحة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الألعاب: تم تطوير برامج قادرة على المباراة في ألعاب الشطرنج والدَّامَة ، وتؤدي دراسة ألعاب كهذه إلى تطوير أساليب فنية للبحث عن أفضل حركة من بين مجموعة مختلفة من التحركات الممكنة، وأصبحت هذه الأساليب معتمدة كطرق للبحث عن حلول للمسائل، وقد انتجت الدراسات الطويلة على مدى عدة سنوات برامج ألعاب شطرنج قادرة على المباراة بمستوى فائق، إلا أنه يعتقد الآن أن السبب الرئيسي في النجاح لإنتاج برنامج قوي ليس طريقة البحث، بل هو كيفية تبني معلومات اللعبة واستخدامها بالبرنامج.

وتعددت مجالات الذكاء الاصطناعي إلى مجالات عديدة لا يمكن حصرها ، فالذكاء الاصطناعي دخل في الكثير من المهن والتخصصات المختلفة والمتنوعة مثل الطب، والهندسة، والعلوم المختلفة . (أبو القاسم علي الرتيبي، 2012، صفحة 43)

1.5. خصائص الذكاء الاصطناعي

وللذكاء الاصطناعي مجموعة من السمات يمتاز بها وتمثل فيما يلي:

• المعالجة الرمزية

عند تطبيق نظام الذكاء الاصطناعي على أجهزة الكمبيوتر؛ فإن تلك الأجهزة لا تعالج الحروف أو الأرقام، بل تعالج الرموز، وترتبها في هياكل تشبه الشبكات أو القوائم، والتي تبين كيفية تواصل الرموز ببعضها البعض.

• المعالجة غير الحسابية

برامج الحاسوب هي عبارة عن خوارزميات مبرمجة عندما تخرج عن نطاق الذكاء الاصطناعي، أي أنها مجموعة من الإجراءات التي تحدد كيفية حل مشكلة، ولذلك فإن هذا النظام قائم على المعرفة.

• المنطق

يُستخدم نظام الذكاء الاصطناعي في حل المشكلات باعتماده على الاستنتاج المنطقي، وهو ما يمكن الآلات من التفكير للوصول إلى حلول مناسبة.

• الإدراك

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

يُعد الإدراك من أبرز خصائص نظام الذكاء الاصطناعي، إذ يستطيع هذا النظام التعامل مع مختلف المدخلات الحسية مثل الأصوات والصور المرئية، ومن ثم استنتاج العديد من الأشياء عن العالم.

• الإتصالات

يمتاز نظام الذكاء الاصطناعي بقدرته على استخدام لغة البشر في التواصل وفهم اللغة المكتوبة والمنطوقة، إضافة إلى استخدامه تقنيات معالجة اللغة الطبيعية حتى يستطيع فهم مشاعر الناس ونواياهم.

• القدرة

على التعلم تمتلك برامج الذكاء الاصطناعي القدرة على التعلم، وهو ما لم تحققه الأنظمة التقليدية حتى الآن.

• التخطيط

من خصائص نظام الذكاء الاصطناعي، قدرته على تحديد الأهداف وبلوغها، وهي العملية التي تُسمى التخطيط، والتي تُنفذ عن طريق تسلسل الإجراءات التي يتأثر بها التقدم المُحرز لبلوغ الأهداف المُحددة.

• اتخاذ القرارات السريعة

تلجأ العديد من أكبر المؤسسات وأكثرها ابتكارًا إلى استخدام نظام الذكاء الاصطناعي في عملية صنع القرار، نظرًا لقدرته على التعامل مع مختلف العوامل ومعالجة بيانات عديدة في نفس الوقت، إضافة إلى اقتراح أفضل القرارات باستخدام الاحتمالات. (بكه، 2025)

أيضا تتلخص أهم خصائص الذكاء الاصطناعي في شكل نقاط حسب (أسامة عبد الرحمان) كالآتي:
(أسامة، 2018، صفحة 100)

- تستخدم أسلوب مقارنة للأسلوب البشري في حل المشكلات المعقدة.
- تتعامل مع الافتراضات بشكل متزامن وبدقة وسرعة عالية .
- وجود حل متخصص لكل مشكلة ولكل فئة متجانسة من المشاكل .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- تعمل بمستوى علمي واستشاثا ثابت لا تتذبذب .

- يتطلب بناؤها تمثيل كميات هائلة من المعارف الخاصة بمجال معين.

- تعالج البيانات الرمزية غير الرقمية من خلال عمليات التحليل والمقارنة المنطقية .

- تهدف لمحاكاة الإنسان فكراً وأسلوباً .

- إثارة أفكار جديدة تؤدي إلى الابتكار .

- تخليد الخبرة البشرية .

- توفير أكثر من نسخة من النظام تعوض عن الخبراء .

- غياب الشعور بالتعب والملل .

- تقليص الاعتماد على الخبراء البشر.

1.6. أهمية الذكاء الاصطناعي

إن أهمية الذكاء الاصطناعي أكبر من أن تحصى في نقاط سريعة وموجزة ولكن سنحاول الإشارة إلى بعض جوانبها في شكل نقاط ومنها:

- من المتوقع أن يسهم الذكاء الاصطناعي في المحافظة على الخبرات البشرية المتراكمة بنقلها للآلات الذكية.

- بسبب الذكاء الاصطناعي سيتمكن الإنسان من استخدام اللغة الانسانية في التعامل مع الآلات عوضاً عن لغات البرمجة الحاسوبية مما يجعل الآلات واستخدامها في متناول كل شرائح المجتمع حتى من ذوي الإحتياجات الخاصة بعد أن كان التعامل مع الآلات المتقدمة حكراً على المختصين وذوي الخبرات.

- سيلعب الذكاء الاصطناعي دوراً مهماً في الكثير من الميادين الحساسة كالمساعدة في تشخيص الأمراض ووصف الأدوية، و الاستشارات القانونية والمهنية و التعليم التفاعلي و المجالات الأمنية والعسكرية.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

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

- ستخفف الآلات الذكية عن الإنسان الكثير من المخاطر والضغوطات النفسية وتجعله يركز على أشياء أكثر أهمية وأكثر إنسانية ويكون ذلك بتوظيف هذه الآلات للقيام بالأعمال الشاقة والخطرة واستكشاف الأماكن المجهولة والمشاركة في اتخاذ قرارات حساسة وسريعة لا تحتمل التأخير والخطأ. (بن عبد النور، 2005، صفحة 76)

1.7. أهداف الذكاء الاصطناعي

يحقق الذكاء الاصطناعي جملة من الأهداف المختلفة والمتعددة حسب النوع المستخدم و المجال الذي يطبق فيه ، وبهذا سنتطرق لبعض أهداف الذكاء الاصطناعي فيما يلي:

- جعل الأجهزة أكثر فائدة وذكاء .
- تحسين التفاعل الإنساني الحاسوبي.
- تمكين الآلات من معالجة المعلومات بشكل أقرب لطريقة الإنسان في حل المسائل.
- فهم أفضل لماهية الذكاء البشري عن طريق فك تعقيدات الدماغ حتى يمكن محاكاته، كما هو معروف أن الجهاز العصبي والدماغ البشري أكثر الأعضاء تعقيدا يعملان بشكل مترابط ودائم في التعرف على الأشياء.
- إيجاد طرائق جديدة لاستخلاص المعلومات من المتحسسات.
- تطوير الطرائق اللازمة لبناء المعلومات واستحداثها والمحافظة على المعلومات المخزونة في قاعدة المعرفة.
- تمكين الآلات من معالجة المعلومات بشكل أقرب إلى طريقة الإنسان في حل المسائل.
- و من خلال تطرقنا لبعض أهداف الذكاء الاصطناعي اتضح لنا الدور الكبير الذي يلعبه، وذلك عن طريق عملية الاستجابة والفهم بطرق ذكية وفعالة لكل المعطيات التي تشمل البيئات المختلفة التي يتم

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

التعامل معها في شتى المجالات، وذلك من خلال التفاعل مع البشر بشكل طبيعي مع مراعاة أخلاقيات استخدام التكنولوجيا الحديثة دائما أثناء إنجاز المهام وحل المشكلات. (سويلم و صافي ، 2024 ، صفحة 275)

ثانيا: مفهوم الممارسة الإعلامية

تتعلق بعملية جمع الخبر، تعدد المصادر، التركيز على جانب أو زاوية دون الآخر، اقتطاع جزء من الخبر، وتغيير السياسة العامة للمخبر. لذا يعرف ويكيماستيد، أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، أن الصحافة ليست حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وليست صناعة بسبب طبيعة طبائع المادة، والصحفيون عامة وغير رسميين يسعون برقي المجتمع.

ويصف الرئيس الأمريكي جيفرسون الصحافة بأنها أداة لتنوير عقول الناس، ولتقديم ككائن أخلاقي واجتماعي فاعل. ويقول أدولف س. أوكس، ناشر جريدة نيويورك تايمز، إن الصحافة مهنة لا تستمد من الصداقات أو الأعداء، ولا تطلب معروفاً أو امتنانا، بل هي مهنة تتغاضى عن العاطفة والتحيز والتعصب إلى أبعد الحدود، فهي مكرسة للمصالح العامة، ولفضح الأخطاء.

وهي القواعد والأساليب والإجراءات التي يتبعها المعنيون والممارسون الصحفيون، ويلتزمون بها في ممارستهم المهنية بالمؤسسات الإعلامية. أما جوهرها فقد عرف الممارسة الإعلامية بأنها تمثل الالتزامات الأساسية التي يجب على الصحفي أن يتحلى بها، والمتمثلة أساسا في ضرورة العمل على الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة وواضحة، مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام، والحفاظ على القانون والحياة الخاصة، وتصحيح الأخطاء عند وجودها. فهي مسؤولية مهنية قائمة على قواعد وأساليب وأخلاقيات تحدد طبيعة العمل ونتائجه. (حورية، 2019-2018، صفحة 112)

3.1. الممارسة الإعلامية في ظل التعددية الحزبية والإعلامية من 1989 إلى يومنا هذا

تميزت هذه المحطة التاريخية السياسية والإعلامية بإنشاء الأحادية الحزبية كأبرز تداعيات أحداث 05-10-1988، حيث جاء بهذا القرار مبدأ التعددية السياسية التي صاحبها التعددية الإعلامية ونظام ديمقراطي، فعرفت الجزائر تغيرات في شتى المجالات، لتقسم المحطة التاريخية في مسيرة الممارسة الإعلامية الوطنية إلى عدد من المراحل ندرجها ضمن فروع كالتالي:

تعرف أيضا بالمرحلة ما قبل إلغاء حالة الطوارئ أو مرحلة التطور الجزئي، نظرا لما يلي:

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفرع الأول: مرحلة الانفتاح الإعلامي الممتدة من 1989 إلى 1991

شهدت الصحافة الجزائرية تغيرات في مسار حرية التعبير فضلا عن التعددية الإعلامية، بعد أن جاء أول دستور جزائري 1989 لتخضعه تعديلات لدستور السابق 1976، ونص على مبدأ التعددية الحزبية والإعلامية، وحقوق وأخرى لم تنص عليها الدساتير والقوانين السابقة، حيث جاء في نص المادة 36: «لا يجوز أي مطبوع أو تسجيل أو أية وسيلة أخرى من وسائل النشر والإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي»، كما نصت المادة 39: «حريات إنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن.» (خيرة و فيلاي، الصفحات 179-180)

تمخض عن دستور 1989 قانون إعلام جديد الذي سنته الدولة الجزائرية بتاريخ 1990/04/03، والذي أصبح بالإمكان بموجبه تكريس أول مرة التعددية الإعلامية بصفة قانونية، لتأسيس صحافة خاصة وخاصة في مجال الإبداع المسبق، وغيرها من إجراءات إصدار حصر صحيفة، وهو ما جاء في المادة 14 من القانون والتي تنص على: «إصدار أية نشرية دورية حرة، غير أنه يشترط لتسجيلها ورقابة صحتها تقديم تصريح مسبق في ظرف لا يزيد عن 30 يوماً من صدور العدد الأول.

وعملياً فقد شكّل قانون 1990، إلى جانب القوانين أيضاً، خارطة إعلامية جديدة أكثر ديمقراطية، بما فيها إعادة بعث المجلس الأعلى للإعلام، وجعله بديلاً لوزارة الإعلام، وهو ما جاء ضمناً في المادة 59، على غرار ما جاءت به المادة 2 التي نصت على: «الحفاظ على حق المواطن في الإعلام في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية؛ على الوقائع والآراء التي تهتم المجتمع على الصعيد الوطني والدولي، وحق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير.»

تبعاً لما سبق، سمح القطاع السياسي والإعلامي الجديد للمجال بإصدار دوريات وصحف بمختلف أنواعها، بمعدلات سحب يومية جد عالية تصل إلى 100.000 نسخة لكل صحيفة، مما عزز مبدأ حرية التعبير، والتي تمكن نتيجة أن *LE SOIR D'ALGERIE, EL WATAN, MATIN*: حرية كاملة.

أقر قانون الإعلام بناءً على ذلك، شيد الساحة تجاوزات صحفية كثيرة، الوضع الذي أدى إلى تشديد الرقابة الصحفية وإنشاء غرف متخصصة في جنح الصحافة على مستوى المحاكم سنة 1991، لمتابعة الشكاوى المرفوعة ضد الصحفيين، كما سجلت بعض المحاولات على مستوى المجلس الأعلى للإعلام قصد تنشيط لجنة أخلاقيات المهنة. (خيرة و فيلاي، الصفحات 180-181)

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفرع الثاني: مرحلة الاضطراب والمواجهة الممتدة من 1992 إلى 1999

عرفت بداية هذه الفترة استقالة الرئيس «الشاذلي بن جديد» بتاريخ 1992/01/11، الدور الثاني من الانتخابات التشريعية التعددية الأولى في الجزائر المستقلة، ومجيء المجلس الأعلى لدولته بتاريخ 1992/01/14 على حالة الطوارئ، وإرئ في فيفري 1992، فإغتيال كاف لهذه الأحداث انعكاساً على الرئيس "محمد بوضياف" في 1992/06/29 على الممارسة الإعلامية، إذ تأثرت مختمة أشكال التضيق على الإعلامية، إذ تمارجت الحرية والانفتاح الإعلامية، وتأثر قطاع الإعلام مباشرة 1992 بإقرار حالة الطوارئ، ففي هذه السنة تم تجميد دستور 1989 الذي أقرب الحرية الإعلامية، كما أقدم رئيس الحكومة آنذاك "بمعيد عبد ليفتح" بذلك باباً واسعاً للسؤال عن حق المجلس الأعلى للإعلام، أما المضايقات الواسعة على الصحافة واحتد الصراع بين السلطة والصحافة، فامتثل العديد من الصحفيين أمام المحاكم فيما تم اغتيال صحفيين آخرين، وتحت شعار «استرجاع هيبة الدولة» استعمت الحكومة الردع المباشر من خلال تدخل عناصر الأمن واقتحام مقرات الصحف، واعتقال صحفيين وتوقيع الصحف عن الصدور بقرار من وزارة الداخلية، مثمماً حدث لبعض الصحف في الجزائر اليوم، والصحافة كالجرائد اليوم... ويرجع تزايد المتابعات القضائية للصحفيين إلى عدم امتثالهم للمسؤولية الصحفية أثناء ممارسة المهنة، وعدم احترام أخلاقيات المهنة وغياب المسؤولية الذاتية، لتصبح عمليتي الرقابة ومصادرة الصحف روتينية لكل من يتعرض بالنقد لسياسة السلطة أو تناول موضوعات تمس بالأمن الوطني.

وبتولي "رضا مالك" رئاسة الحكومة في 1993 خلفاً لـ "بمعيد عبد السلام"، انسجمت غالبية الصحف المستقلة مع العلاقة الحسنة للرئيس رضا مالك مع الصحفيين باعتبارهم من الوجوه القديمة في تاريخ الصحافة الجزائرية، ومع رئاسة "السيد مقداد سيفي" للحكومة استمرت سياسة الضغط والتضيق على الصحافة الخاصة، وكان من أبرز الخطوات السلطوية إصدار القرار المؤرخ في 1994/06/07 الذي يحتكر الأخبار الأمنية، ومنع نشر أي خبر أمني من غير مصادر رسمية، لتتصبع الممارسة الإعلامية في الصحافة المستقلة بصبغة الرقابة والحجز والاختفاء. (خيرة و فيلاي، صفحة 181)

في الفترة ما بين جانفي 1992 وديسمبر 1994، فقد توقفت صحيفة وبيف فيفري 1992 وسبتمبر 1995 اختفاء 18 صحيفة لصعوبات مالية. وقد شهدت الصحافة استقراراً نسبياً مع تولي أحمد أويحيى رئاسة الحكومة سنة 1995 إلى غاية 1999، حيث شيد واقع اليوميات المستقلة بالجزائر نوعاً من الاستقرار، فاستطاعت بعض العناوين ابتداءً من 1996 الوصول إلى الاستقرار والانتشار والمحافظة على قاعدة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

القاء بالمقابل تراجع بشكل كبير صحف القطاع العام التي لم تتمكن من التحرر من التعميمات الفوقية، ومع بداية 1996 بدأت ملامح الحرية في الإعلام تتظهر بعد الأزمة الأمنية، فصدر دستور 1996 الذي أكد على مبدأ التعددية والحرية في الرأي والتعبير حيث نصت المادة 38: «لا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أو أية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام بمقتضى أمر قضائي.»

وتماشياً مع إعداد مسودة مشروع قانون الإعلام الجديد سنة 1998، كاف مقر الدورة الخريفية، لكن المشروع تم تأجيله بسبب تقليص الرئيس "اليميني زروال" لعهده الرئاسية، وتنظيم انتخابات مسبقة في أفريل/ماي 1999 التي تمخض عنها انتخاب عبد العزيز بوتفليقة رئيساً للجمهورية، وأبرز ما يلاحظ على هذا المشروع هو أنه إذا كان قانون المجلس الأعلى للإعلام لسنة 1990 يتناول في مادته الأولى قواعد ومبادئ ممارسة حق الإعلام، فإن مشروع 1998 ركز في مادته الأولى على مبدأ تحرير قطاع الإعلام، إذ تنص المادة (01) على ما يلي: «يكفي القانون الحالي حرية الصحافة والاتصال»، وتميز هذا المشروع بتقديم مصطلح السمعى البصرى وتعريفه، وما بعد ذلك كانت مفاهيمه غامضة ووهمية.

الفرع الثالث: مرحلة ما بين التقييد والممارسة الإعلامية الممتدة من 1999 إلى 2001

بدأت هذه المرحلة مع تولي السيد عبد العزيز بوتفليقة رئاسة البلاد، حيث عمل على استعادة الأمن في البلاد من خلال قانون الوئام المدني والمصالحة الوطنية، بغية سد موجة العنف التي عانت منها الجزائر، ويمكن تقسيم هذه المرحلة دورياً إلى المراحل التالية:

مرحلة تقييد الممارسة الإعلامية الممتدة من 1999 إلى 2001: عرفت سنة 1999 تجميد مشروع قانون 1998 الذي أوقف في عهد الرئيس السابق "اليميني زروال"، الذي كان بمثابة انتظار الصحفيين لنصه على رفع حصار الدولة على الميدان الإعلامى، فضلاً عن غياب نية الحكومة الجديدة على إعادة النظر في مشروع القانون للنظرية الإعلامية، وقد صرح الرئيس بوتفليقة بهذه النية في لقاء له مع قناة السعودية ABC، إذ عمل على غلق الإعلام السمعى البصرى أمام الخواص، وأي الدولة التي تمول الإذاعة والتلفزيون وما موجود من دفاع عن سيادة الدولة، ولتنشأ هذه الإذاعات وهذه التلفزة لمنح أولئك الذين يهاجمون الدولة ويتسببون في نكسة شعبية وعلى أية حال في الصحافة الحرة ومجال حرية التعبير، فمع أرد التعبير فهو ذلك، ولكل وسائل الدولة موقف، وقد خلق هذا التصريح حالة توتر بين السلطة والصحافة الخاصة لتبدأ ملامح القيود والضغط على المهنة الإعلامية في الظهور. (خيرة و فيلالى، الصفحات 181-182)

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وتخلل هذه الفترة تعديل قانون العقوبات سنة 2001 الذي جاء لمعاقبة الصحفي، حيث نصت مادته 144 على عقوبة الحبس من ثلاثة إلى اثني عشر شهراً وغرامة من 50 ألف إلى 250 ألف دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط لكل من أساء إلى رئيس الجمهورية بعبارات تتضمن إهانة أو سب أو قذف، سواء كان ذلك بطريقة الكتابة أو الرسد أو التصريح بأية آلية لبث الصوت أو الصورة أو بأية وسيلة إلكترونية أو معلوماتية، وبهذا تزداد الممارسات العقابية وتشدد على الممارسة الصحفية.

وقد تعاقب على وزارة الإعلام ست وزارات وبقي منصب وزير الإعلام شاغراً خلال حكومة أحمد أويحيى الثانية، رغمًا عن أهمية وحساسية قطاع الإعلام، لتعيين السيد اليشي جيار عقب تعيين عبد العزيز بمخادر رئيساً للحكومة.

مرحلة المد والجزر لممارسة الإعلامية الممتدة من 2002 إلى 2007: تضمنت هذه المرحلة مشروع قانون الإعلام 2002، الذي تضمن عدداً من مضامين المشروع السابق المجدد 1998، والذي ركز على مبدأ حرية الإعلام في إطار احترام الأسس الدستورية وقوانين الجمهورية، إلى جانب فتح قطاع السمع البصري، وهو ما نصت عليه المادة 35 من المشروع محدداً ممارسة النشاط الاتصالي البصري، بما يشمل:

- مؤسسات وهيئات القطاع العام
- المؤسسات والشركات الخاضعة لقانون الجزائر الخاص وطبقاً لأحكام هذا القانون والقوانين اللاحقة في إطار حدود العوائق التقنية المتعمقة بالموجات الكهرومغناطيسية والإذاعية.

استمرت أوضاع التضيق والصراع بين السلطة والصحافة الخاصة في فترة ما بعد الانتخابات الرئاسية 2004/04/08، وبداية الولاية الثانية لرئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة، حيث بقيت الصحافة الخاصة المتنفس الوحيد لمناقشة الموضوعات والقضايا المجتمعية كالوضع الأمني، البطالة، السكاف... في ظل غياب الانفتاح الإعلامي على القطاع الثقافي، وبعد مخاض دام قرابة العام، بمناسبة العيد الوطني للاستقلال تم إصدار مرسوم رئاسي ثاني بتاريخ 2006/07/14 يتضمن العفو الشامل على كل الصحفيين، لقي استحساناً من القطاع الإعلامي الذي استفاد منه حوالي 511 صحفي، وكان بمثابة انطلاقة لرؤية مغايرة للإعلاميين.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ومع بداية 2007 تغيرت ليحة الخطاب السياسي بشكل أصبح أكثر ليونة في التعامل مع الصحافة الخاصة، بعكس ما كان عليه سابقاً، وهذا انعكس بصورة إيجابية على مردودية الصحافة الخاصة، إذ ارتفع عدد اليوميات بشكل ملحوظ حيث وصل 52 يومية بسحب إجمالي يساوي 1.225.697 نسخة، بعد أن كانت 31 يومية سنة 2000، بينما عرف سنة 2008 ارتفاعاً في عدد العناوين ليصل إلى 291 عنواناً بمعدل سحب قدره 2.507.428 نسخة بعدما كان 103 عنوان في سنة 1999، لتبدأ خلال هذه المرحلة ملامح التصالح بين السلطة والصحافة الخاصة. (خيرة و فيلاي، صفحة 183)

مرحلة إعادة هيكلة قانون الإعلام والانفتاح السمعي البصري الممتدة من 2008 إلى يومنا هذا: تعتبر هذه المرحلة بمثابة العصر الذهبي بامتياز، بحيث شهدت إعادة هيكلة لقانون الإعلام بعد تعرض قانون 07/90 لانتقادات شاملة من الإعلاميين بوصفه قانون عقوبات أكثر من كونه قانون لتنظيم الإعلام، فضلاً عن أنه «ولد ميتاً» نظراً لعدم تطبيق غالبية ما تنص عليه مواده.

تميزت سنة 2008 بصدر المرسوم التنفيذي رقم 08-140، الذي حدد النظام النوعي للعلاقات العملية المتعمقة بالصحفيين والمؤرخ في 04 جمادى الأولى 1429 هـ الموافق لـ 10 ماي 2008.

بداية من سنة 2011 عرفت الجزائر احتجاجات شعبية بسبب ارتفاع أسعار بعض المواد الاستهلاكية الأساسية، التي تزامنت مع الثورات العربية التي شهدت بعض الدول المجاورة، الأمر الذي دفع السلطة إلى المسارعة في اتخاذ إجراءات أمنية والعمل على تبني عدد من الإصلاحات السياسية، منها إلغاء حالة الطوارئ في 2011/02/22، فضلاً عن إلغاء غرامة مالية فقط لكل مخالفة ارتكبتها الصحفيون الواردة في المادة 144 مكرر المتعلقة بالإساءة لرئيس الجمهورية، مع إلغاء المادة 144 مكرر 1، برر المشرع الجزائري ذلك بسعيه إلى تكريس مبدأ الديمقراطية والرقى بمهنة الإعلام.

ومواصلةً لسياسة الإصلاحات، أصدر المشرع الجزائري بعد مخاض طويل القانون العضوي للإعلام 05-12 الصادر بتاريخ 2012/01/12، ليُتوج بعد عامين قطاع السمعي البصري بقانون خاص رقم 14-04 بتاريخ 2014/02/24 الذي مدمج مع القانون العضوي للإعلام. (خيرة و فيلاي، الصفحات 183-184)

3.2. خصائص الممارسة الإعلامية

تعتبر الممارسة الإعلامية المهنية من أنبل وأصعب المهام التي يجب على القائمين على العمل الإعلامي مزاولتها في إطار الأبعاد الأخلاقية والتشريعية والمهنية، فالصحافة بمعناها الواسع كانت ولا زالت مرآة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المجتمع تعكس مشكلاته وتعمل على إيجاد حلول لها، لذلك يجب أن تكون مسؤولة أمام المجتمع وأمام الجماهير على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم. ويحدد الباحثون مجموعة من الشروط التي يجب أن تتوفر في الممارسة الإعلامية حتى تسمو إلى المهنية والاحترافية نذكرها فيما يلي:

- وجود أساس أخلاقي قيمي للممارسة، كالمواثيق والقواعد الأخلاقية والسموكية المتفق عليها
- أن تكون المهنة الإعلامية ذات جدوى مجتمعية، بمعنى أنها تقوم على إشباع أو مواجهة احتياج مجتمعي وتستمد شرعية وجودها من إحساس الناس بضرورة القيام بنشاط معين من شأنه أن يشبع لهم احتياجاتهم.
- أن يمارس العمل المهني متخصصون مهنيون، بمعنى أن العمل الأساسي يقع على عاتق أفراد وهيئات متخصصة لما لهم من الصلاحيات والكفاءة والقدرة العملية ما يمكنهم من في المسك والتعامل معها.
- اعتراف المجتمع بالمهنة وتحملها لمسؤولياتها تجاه الأفراد والجماعات والنظام في المجتمع، الأمر الذي يضيف على وجودها وممارستها شرعية.
- أن تستند إلى المنهج العملي، بمعنى أن تركز على قاعدة من المعرفة العملية والنظريات والقوانين والمبادئ العملية في حل المشكلات وتحديد الحل المناسب لها، وأن تواكب التقدم العملي (التوهامي، صفحة 26)

3.3. أسس الممارسة الإعلامية

تكاد تتفق جل الدراسات على أن أسس الممارسة الإعلامية تقوم على أساس القانون والحرية والأخلاق، والتي سوف نتطرق لها بالتفصيل في هذا المطلب:

القانون: يرتبط الإعلام ارتباطاً وثيقاً بالقانون، إذ تجمعهما علاقة مترابطة ومتكاملة، فكلاهما يؤثر ويتأثر بالآخر فيما بينهما، فالقانون هو مجموعة القواعد التي لها صفة الإلزام والمتصلة بالنشاط الإعلامي والاتصالي، والتي يتولى تنظيم ممارسة المهنة الإعلامية ووضع المعايير التي تحكم أنشطتها المختلفة. أما الباحثون في حقل علوم الإعلام والاتصال فقد عرفوا القانون تعريفاً مبسطاً بأنه: مجموعة القواعد

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

والتشريعات المنظمة للمهنة الإعلامية والتي تحمي الصحفيين وتضمن حقوقهم كما تحمي المواطنين من تجاوزات وسائل الإعلام حيالهم وتضمن لهم خدمة إعلامية راقية. وبطبيعة الحال وجود القانون وتطبيقه واحترامه والامتثال لنصوصه وقواعده يعد الضامن الأساسي لممارسة الإعلاميين لمهنتهم وتنظيمها وتأطيرها.

الحرية: تعد الحرية في الممارسة الإعلامية من أبرز الحقوق الإنسانية التي أقرتها الدساتير في جل دول العالم، فقد أكد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لسنة 1948 في المادة 19 على هذه الحرية والتي تنص على: (لكل شخص الحق في التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود) إنما مقيدة ببعض القيود.

فحرية التعبير عن الرأي كأغلب الحريات الفردية، ليست مطلقة وإنما مقيدة بالقيود اللازمة لانتظام الحياة الاجتماعية، فضرورة حياة الإنسان مع غيره في مجتمع منظم تستلزم أن تكون حريته مقيدة بقيود تنظيمية تضمن تمتع الكافة بحرياتهم، بحيث تنتهي حرية الفرد عند حدود حرية الآخرين. (هاجر، 2022-2023، الصفحات 104-105-106)

الأخلاق الإعلامية: بفعل تطور وسائل الإعلام وتنوع مضامينها واختلاف اتجاهاتها الفكرية والسياسية، والتأثير الكبير الذي باتت تمتلكه المهن الإعلامية بالمجال الإعلامي لوضع قواعد أخلاقية لممارسة العمل الإعلامي على أكمل وجه، وفي هذا النظام فقد جاءت أخلاقيات المهنة، واعتبرت من أساسيات الممارسة الإعلامية.

فجاءت أخلاقيات الإعلام من أجل توجيه سلوك أصحاب ممارسة المهنة الإعلامية، حيث توجد على شكل التزام ذاتي من الإعلاميين ضمن مجموعة من المواثيق الأخلاقية والأخلاق الإعلامية كمبدأ من مبادئ الممارسة الإعلامية مما يحدد القصد من الحد من التجاوزات التي قد تحدث أثناء العمل الإعلامي. فغياب الأخلاق يجعل الممارسة الإعلامية رهينة وحبيسة ممارسات غير مسؤولة بتاتا أمام جمهورها، فقبل كتابة الخبر ونشر الصور لابد للإعلامي من التفكير تفكيراً استراتيجياً، أي التفكير في جميع المواقف التي يواجهها أثناء عملية التغطية ضمن دراسة كافة البدائل والاقتراحات لكي لا يقع في حجب المعلومات عن جانب السمات أو تقديم معلومات منقوصة أو خاطئة أو التجاوز في ممارسة حرية الرأي والتعبير. وخلاصة القول أن الأسس الثلاثة التي ترتكز عليها الممارسة الإعلامية والتي ذكرنا أعلاه (القانون، الحرية، والأخلاق الإعلامية)، ليست بأي حال من الأحوال ثانوية، فغياب أحدها يهدد رسالة الصحافة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وسير عملها، فبدون قانون يصبح مضمون الصحافة بيانات رسمية، وبدون قوانين تصبح المهنة مشرعة الأبواب وغير محمية وعرضة لكل التجاوزات، وبدون أخلاق تصبح الصحافة فاسدة فتراجع الضوابط ويضعف دورها الرئيسي كالمراقب والناقد. (هاجر، 2022-2023، الصفحات 106-107)

وفي ذات السياق هذه الأسس لا يحددها قانون معين بقدر ما تنظم أخلاق الصحفي، فهي تسمح أو لا تسمح بما فيها، وهي عبارة عن نسيج متشابك نسجته الطبيعة البشرية وصراع المصالح، لذلك ليس من المهم على أي إعلامي أو وسيلة إعلامية أن يفصل عنها بعضهما البعض، أي أن يمتزج أساس بأساس آخر، كما يجب على الصحفي الإدراك لظروف القانون قبل توثيق الحقائق والتأكد منها والابتعاد عما يعتبر موضع شك أو تردد، والاعتماد بشكل أساسي على المعلومات ودقتها لا على توصية المعلومة، فربما يقع التوصية في دائرة القبح والتشهير.

ومما سبق ذكره فالمجتمع كاف ويتوقع من المؤسسات الإعلامية الالتزام بهذه الأسس. فإذا الإعلاميون سوف يخاطرون باختفاء مهنتهم، سيما والمبادئ وعدم الالتزام بها، وفي ظل مواقع التواصل الاجتماعي التي بدورها أنتجت صحافة المواطن التي أصبحت تنافس المؤسسات الإعلامية رغم إمكانياتها الضخمة وكفاءاتها وخبرتها مقارنة بصحافة المواطن الذي لا يمتلك سوى أدوات ذكية، خاصة وأن الأسس المهنية لممارسة الإعلام أصبحت مجرد مصطلحات نظرية، وهذا ما يفسر معاناة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة من أزمة الثقة مع جمهورها، حيث أصبح المتلقي لا يميز الصدق من الكذب نظرًا لمعاناته مع التضليل الإعلامي وتزوير وتحوير الحقائق (هاجر، 2022-2023، الصفحات 107-108)

3.4. مبادئ الممارسة الإعلامية

باعتبار أن مهنة الإعلام تختلف عن باقي المهن لأنها تقدم رسالة نبيلة قبل أن تكون مهنة، فهي تعكس صورة المجتمع بكل ظواهره ومشاكله وتجارب الحياة وتستجيب لمتطلباته وحاجياته وتطلعاته وتشارك حتى في واقع المجتمع. لذا ينبغي على الممارس أن يكون على دراية مسبقة وأن يتحمل مسؤولية كبيرة في تقديم ما هو إيجابي وموضوعي ودقيق للجمهور، والابتعاد قدر المستطاع عن تقديم أمور تستعصي وتقوده إلى مستنقعات خطيرة. لذا على الممارس ألا يتجاوز مبادئ أساسية تكاد تعتبر دوليًا ركائز جودة العمل الإعلامي، فهي بمثابة المحرك الأساسي لممارسة العمل الإعلامي بجودة ومهنية عالية، ونجاحه يعتمد على مدى قدرة الإعلامي والمؤسسة على الالتزام بهذه المعايير. لذا يجب على الصحفي أن يعرفها جيدًا ليلتزم بها، لكي ينجح ويطور أداءه وأداء مؤسسته.

ويحق مبدأ تزويد الجمهور بمجموعة من الحقائق المؤثرة وإيصالها لهم، ومن بين هذه الأسس نذكر الآتي:

• الالتزام بالصدق والموضوعية

يعد مبدأ الالتزام بالصدق والموضوعية في الممارسة الإعلامية من أبرز المبادئ التي يتحلى بها العمل الإعلامي، فالإنصاف العادي قد يكون صعباً للإنسان العادي لأنه لا يستطيع أن يكون موضوعياً، كذلك يجب على الصحفي أن ينفي ذاته وانتماءه وعواطفه ومشاعره والتحيز في الممارسة الإعلامية.

فوجود المصدقية يؤدي حتماً إلى تواجد الموضوعية، فالمصدقية في وسائل الإعلام نقصد بها الدافع للتعامل مع المادة الإعلامية، فالحقيقة هي المحور الأساسي للإعلامي، والوصول إليها ليس بالطريقة السطحية أو القصيرة المستوية بما يخدش الدقة والصدق والواقعية، بل يمكن الوصول إليها من خلال التمييز ومقارنة العمل من مصدر إلى آخر، سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو تلفاز، فالوسائل الإعلامية تسعى للوصول إلى الحقائق عند الناس أو في واقع الوقائع ضمن البيئة والزمن.

والحقائق ليست دائماً فيما يريدها الناس، فالصحفي ملزم بالوصول إلى مصادر متعددة بشتى الطرق، وهذا جيد ومشقة، والدقة هنا تعني التأكد من المعلومات قبل نشرها وبثها، وهذا ما يحرص عليه المؤسسات الإعلامية التي تعنى بمراجعة المادة الصحفية قبل تقديمها للجمهور، وذلك لتجنب وقوع بعض الأخطاء الإملائية والمغلوطه وحتى الإخراجية، وتقليل الأخطاء المعتمدة التي قد تسهم في نشر معلومات مضللة ومغلوطه. (هاجر، 2023-2022، صفحة 99)

أما معيار الموضوعية فيعني تجنب التدخل، ولو بطريقة الإيحاء غير المباشر في الخبر، أو إضافة أو نقص، فهو من المعايير التي تضمن الدقة والمصدقية، بالرغم من صعوبة تحقيقه بالكامل، فالصحفي مطالب عند ممارسة عمله بأن يتجرد من مشاعره وتحزبه وانتماءه قبل إنتاج مادته الإعلامية.

ويشير بعض الباحثين إلى أن قياس مصداقية القائم بالاتصال يعتمد على عناصر أساسية، حيث يشير إلى الخبرة (Expertise) والثقة (Trust) لزيادة ثقة القائم بالاتصال، والخبرة تأتي من إدراك المتمكن عن معرفة القائم بالاتصال بالإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم، وهذا يعتمد على التدريب والتجربة ويحفز التعامل الموضوعي.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ويبقى تطبيق معيار الموضوعية نسبيًا، وفي بعض الأحيان يستحيل تطبيقه بالكامل، نظرًا لصعوبة تحقيق شروطه، فكل وسيلة إعلامية أو صحفي لديه تحيز خاص، ولا يمكن أن يتجرد بالكامل، وهذه فطرة في الإنسان، لكن المطلوب السعي والمحاولة الجادة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الموضوعية.

- الحفاظ على أسرار المهنة

- سر المهنة قائم في ضمير الصحفي الملتزم بالقوانين والمواثيق المهنية، وبالتالي لا يخضع للإكراه أو الابتزاز، فلا يجوز إفشاء أسرار العمل أو كشف مصادر المعلومات، الأمر الذي يسعى لتوفير الضمانات القانونية والنقابية من ناحية، وترقية الأداء الصحفي والمستوى المهني والثقافي من ناحية أخرى.
- ويعد السر المهني من مقتضيات مهنة الصحافة، فأعضاء المهنة يشكلون مجموعة متجانسة اجتماعيًا وثقافيًا، ويمثلون أسرا واحدة يسودها الود والتعاون، فتكتسب مكانة مرموقة في المجتمع، ويفترض فيهم أن يكونوا مثالا يحتذى به في الحفاظ على أسرار مهنتهم.
- كما لا يمكن المقارنة بتاتا بين السر المهني للصحفي وسر المهن الأخرى، كالطب أو المحاماة، التي تعتبر مودعة لمعلومات تتعلق بالحياة الخاصة للأشخاص، أما بالنسبة للصحفي، فإن الأمر يتعلق بمصادر معلوماته التي قد تنقطع عن المتلقي بسبب الالتزام بالثقة، وقد يعرض إفشاء المصادر الصحفي في بعض الأحيان لمخاطر قانونية. (هاجر، 2023-2022، الصفحات 99-100)
- يفرض السر المهني على الإعلامي والمؤسسة التي يعمل بها بعدم إفشاءه، خاصة فيما يتعلق بالموضوعات والمجالات التي حددها القانون الإعلامي 90/07، مثل الإعلام المتخصص في الأطفال، أو الاقتصاد الدولي والاستراتيجي، أو الإعلام الذي يمس محارم الدولة والدفاع الوطني.

• الإستقلالية في أداء العمل الصحفي

تضمنت عدة نصوص حماية حرية الصحفي واستقلاليته في أداء عمله، وهذا التأكيد يأتي على أنه لا يجوز محاسبة الصحفي على عمله أو مساله بسبب ممارسته النقد، ضمن حدود القانون. استقلالية الصحفي لا تعني عدم مسؤوليته عن أعماله تجاه المؤسسة التي يعمل بها، لكنها تمثل دعامة أساسية لممارسة مهنة الصحافة، فالصحافة هدفها الوحيد خدمة القواعد الأخلاقية الأساسية للصحافة، وهي إعلام الجمهور بأمانة وكفاءة، ولا يجوز أن يُستغل هذا الدور لخدمة أي غرض أو جهة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

أخرى.

المؤسسة الإعلامية الجيدة تمنح الصحفي درجة كبيرة من الاستقلالية أثناء ممارسة عمله، ولا تجعله أداة خاضعة لتحقيق مصالح خاصة وضيقة لجماعات على حساب الجمهور.

• احترام الحق في الخصوصية

يعتبر احترام حرمة الحياة الخاصة للأفراد والمجتمعات من الحقوق الأساسية التي كفلتها القوانين والدساتير، وحتى الشريعة الإسلامية، باعتباره حقًا شخصيًا وطبيعيًا يلزم الإنسان منذ ولادته إلى وفاته. يجب على الإعلام احترام خصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة، وعدم اقتحامها أو نشر أسرارهم. الفرد له الحق في أن يعيش حياته الخاصة بطريقة يحفظ فيها أسراره، ويجب ألا يتعرض للمجتمع أو العامة بطريقة تضر به.

الفرد وحياته الخاصة من القضايا الحساسة التي ركزت عليها المواثيق الغربية لحمايتها ومنع أي إساءة أو استخدام لمصطلحات عنصرية أو جنسية أو دينية. وينبغي على وسائل الإعلام احترام خصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة، فلا يجوز استغلال حياة الفقراء والمحتاجين في برامج تشهيرية، أو عرضها بطريقة مسيئة، فهذا يخالف مبادئ الممارسة الإعلامية ويهدر قيمها. (هاجر، 2023-2022، الصفحات 101-102)

• السياسة التحريرية للمؤسسة

تعتبر السياسة التحريرية مبدأ من مبادئ الممارسة الإعلامية، وهي مجموعة المبادئ والقواعد التي تتحكم في طريقة تقديم المحتوى الإعلامي، وغالبًا تكون غير مكتوبة لكنها ضمنية بين أفراد الفريق التحريري، وتعكس سلوكيات وممارسات اليومية للمهنة. ويتجلى الالتزام بالسياسة التحريرية في مراجعة وتدقيق القائمين بالاتصال للمحتوى الإعلامي المقدم للقناة، لكي يتناسب مع مبادئها وقواعدها، ويجب على الإعلامي الالتزام بهذه المبادئ والأسس الأساسية ليعمل بشكل جيد ومنسق، خاصة وأن السياسة التحريرية قد تتغير بتغير الظروف الاجتماعية. (هاجر، 2023-2022، الصفحات 102-103)

• المبادئ الأخرى للممارسة الإعلامية

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ثبتت الدراسات الميدانية والمقابلات والندوات العامة مجموعة من المبادئ الأساسية التي يلتزم بها جميع الصحفيين، وهي تسع مبادئ رئيسية:

1. الواجب الأول لممارسة الإعلامية هو اتجاه الحقيقة.
 2. ولاء الصحافة لمواطنيها بالدرجة الأولى.
 3. جوهر الصحافة هو نظام المصداقية والتحقق من صحة المعلومات.
 4. يجب أن يتمتع الصحفيون بالاستقلالية عن أولئك الذين يقومون بتغطيتهم أو الكتابة عنهم.
 5. يجب أن تبقى الممارسة الإعلامية رقيبا مستقلا.
 6. يجب أن تكون الممارسة الإعلامية منتهى للنقد العام والتفاهم.
 7. يجب ألا تسعى لجعل القضايا اليومية ممتعة فقط.
 8. يجب الحفاظ على شمولية الأخبار وتوازنها.
 9. يجب أن تتاح الفرصة للصحفيين لممارسة عملهم وفق ضمائرهم.
- ومن الملاحظ أن عناصر الموضوعية والحياد والدقة والمصداقية تعتبر من المبادئ الأساسية لأي عمل إعلامي ناجح، ويجب على الصحفي مراعاتها لتجنب التأثير على مصداقية المؤسسة وسمعتها، وتجنب تدني مستوى الممارسة وتأثيرها السلبي على الجمهور:
1. تدني المصداقية وضعف الثقة في الأخبار.
 2. ضعف التأثير على الرأي العام وتفاعل الجمهور مع المحتوى الإخباري. (هاجر، 2022-2023، الصفحات 103-104)
 3. ضعف المحتوى الإخباري وتداعيات سلبية على الجانب الإعلامي، مما يزيد من الخسائر المالية.
 4. تدني المستوى التحريري للمحتوى الإخباري، بما يفقده عنصر الإثارة والتشويق.
 5. الافتقار إلى الميزة التنافسية بين وسائل الإعلام الإخبارية، مما يؤثر على الجمهور وارتباطه بالوسيلة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

6. انتشار الأخبار الكاذبة والمفبركة.

3.5. أخلاقيات الممارسة الإعلامية

تقوم الممارسة الإعلامية على أساس مجموعة من الأخلاقيات المتعارف عليها عالمياً في جميع أنحاء العالم، والتي تدعمها دساتير أخلاقية وتضعها التنظيمات المهنية في كل مجتمع. وتعرف أخلاقيات المهنة الإعلامية، أو كما يطلق عليها أيضاً أخلاقيات الإعلام وأخلاقيات الصحافة وأخلاقيات المهنة الصحفية، بأنها "مجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة أو بمعنى آخر المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أداء مهامه، أو بعبارة أخرى هي المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحساناً عند الجمهور."

كما يمكن تعريفها على أنها "مجموعة قيم ومبادئ أخلاقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عمله، وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، وتمثل هذه الأخلاقيات قيم عامة وتقاليد وتصرفات مشتركة، مثل الصدق والنزاهة والتوازن، وبعضها خاص بالمجتمعات أو بالمؤسسات، وقد باتت هذه المبادئ متجسدة في تشريعات إعلامية ومواثيق شرعية مكتوبة أقرتها اتحادات صحفي أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية."

ويضع خبراء الإعلام أخلاقيات المهنة في خمس دوائر أخلاقية تعمل في إطار الصحفي، وتسمى دوائر المتغيرات الأخلاقية الخمس، التي يتم بموجبها اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة المواقف التي يتعرض لها الصحفي. كما يمكن أن نطلق على هذه الدوائر الأخلاقية المعايير التي يحتكم إليها حارس البوابة في انتقاء الأخبار ويستند إليها في ممارسة المهنة. وتتمثل هذه المتغيرات فيما يلي:

- الأخلاقيات الخاصة: التي يلتزم بها الصحفي على حدة، والناجمة عن المعايير الذاتية للصحفي ومعتقداته والمبادئ التي يؤمن بها كفرد.
- المبادئ الأخلاقية المؤسسية: التي تضعها المؤسسة الصحفية لمعاملتها كإطار أخلاقي يحدد السياسة الداخلية لها.
- أخلاقيات المهنة العامة: التي تعبر عن السلوكيات التي تحكم المهن الإعلامية الجماعية، مثل النقابات الصحفية وجمعيات الناشرين وغير ذلك.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

• المبادئ والسمويات المجتمعية: التي تفرضها أنظمة الاتصالات في المجتمع، وهي أنظمة تحدد الفلسفات السياسية والاقتصادية لكل مجتمع، وتشمل القوانين والتشريعات التي تضعها الهيئات التشريعية.

• الحدود الاجتماعية: التي يضعها المجتمع على كل أنواع النشاط الإنساني، ولا يستطيع أحد أن يتجاوزها، وتتمثل في معايير المجتمع وقيمه وثوابته. (التوهامي، الصفحات 26-27)

ثالثاً: دور الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام

3.1. استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية

كما تطرقنا من قبل فإن مصطلح 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 الإعلامية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الإعلامي، حيث توفر هذه النظم مزايا عديدة منها السرعة في تنفيذ الإجراءات المعقدة استناداً إلى كميات كبيرة من البيانات والسرعة، التي تسهل العملية الإعلامية (الزهراني ، 2022، الصفحات 15-39) ، وقد استفادت وسائل الإعلام في الأونة الأخيرة من ثورة الذكاء الاصطناعي التي مست كافة الميادين من خلال استخدام تقنياته وأدواته، وسنقوم بإيجازها في المهام التالية:

• دعم المهام الصحفية الروتينية

يمكن للأجهزة التي تعتمد على تقنية الذكاء الاصطناعي أن تقوم بتنفيذ المهام الروتينية المألوفة للصحيفة، فضلاً عن قيامها بإنجاز هذه المهام بشكل أسرع من الإنسان الطبيعي، ويمكن لها أن تقوم بتنفيذ هذه المهام بشكل أفضل من البشر في بعض الأحيان.

• تقديم الإشعارات والتنبيهات حول الأحداث بفضل الخدمات التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى الآليات

يمكن لهذه الأجهزة أن تقوم بإعطاء إشعارات أو إخطارات وتنبيهات عن الأحداث التي تحصل حول العالم بشكل فوري ومنظم.

• إمكانية عمل جدولة آلية للمحتوى

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

يمكن لمستخدمي الأجهزة التي تعمل بهذه التقنية أن يقوموا بعمل جدولة لنشر ومشاركة البوستات أو الأخبار والمعلومات التي يرغبون في نشرها بشكل تلقائي، وبالتالي يمكنك أن تقوم بإنجاز الأعمال المترتبة على الصحافي بشكل مسبق، حيث سيعمل الجهاز على نشرها ومشاركتها خلال مواعيد زمنية دقيقة يحددها المستخدم.

• إمكانية توليد القصص الإخبارية تلقائياً

أبرز الأمثلة على عمل هذه الخاصية هو خوارزمية توليد اللغة الطبيعية التي استعانت بها صحيفة الغارديان البريطانية بالتعاون مع شركة "Open AI".

• مكافحة الأخبار الزائفة

تساعد صحافة الذكاء الاصطناعي على كشف المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة لإثبات صحتها، ومراقبة مصداقية المحتوى في وسائل الإعلام المختلفة، وإعداد تقارير أكثر دقة وشفافية، وتستخدم هذه الأدوات بشكل واضح في شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: "فيسبوك"، و "تويتر" لمواجهة الأخبار الزائفة التي أثرت بشكل سلبي في مصداقية صانعي المحتوى، وكان لها تبعات اجتماعية وسياسية وعالمية واسعة. وهناك عدد من المؤسسات التي تعتمد تقنيات الذكاء الاصطناعي في التقصي والتحقيق الإخباري؛ مثل وكالة "سند" للتحقق الإخباري التابعة لشبكة الجزيرة، وموقع "مسبار" و"إيكاد"، وغيرها من المواقع.

• تقديم الأخبار

(المذيع الرقمي) 2018، عن أول مذيع أخبار إلى يعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي في العالم، حيث يستطيع المذيع الملقب بـ "إي آي" قراءة الأخبار مستنسخاً قدرة مقدم النشرات الحقيقي، وعلى المنوال نفسه، أطلقت بعض المؤسسات الإعلامية العربية نماذج محاكاة للمذيعين باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، كان أحدثها المذيعة "فضة" التي كشفت عنها صحيفة "كويت نيوز"، وشبكة الجزيرة القطرية التي أعلنت عن انضمام مديعتين تعملان بالذكاء الاصطناعي إلى طاقم عملها، وهما: "ابتكار" و"نورا".

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

• الترجمة الصحفية

يمكن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لترجمة الأخبار بشكل تلقائي إلى لغات مختلفة للوصول إلى جمهور أوسع.

• التعامل مع البيانات الضخمة

يمكن التطبيقات الذكاء الاصطناعي توفير الوقت والطاقة المهدرة في مراقبة النظام من خلال أداء قواعد البيانات وتجربة المستخدم وبيانات السجل وضمها في نظام أساس واحد للبيانات يعتمد على السحابة Clouds ويعمل على مراقبة الحدود القصوى تلقائياً واكتشاف العيوب، إذ تكمن قوة الخوارزميات الذكية في قدرتها على معالجة المواقف المعقدة للغاية، من خلال مسح البيانات الضخمة بخوادم متعددة المتغيرات بسرعات عالية جداً، ويمكن الخوارزميات الذكاء الاصطناعي معالجة قواعد البيانات التي تكون غير محدودة الحجم، وتحديد العلاقات بين عناصر البيانات، أو حتى اقتراح أفكار جديدة بناءً على النتائج التي توصلت إليها. وهذه الإجراءات تُستخدم في إطار ما يصطلح عليه بـ "صحافة البيانات"، وهو توجه جديد في الممارسة الإعلامية.

• الواقع المعزز

هو التقنية التي توسع العالم المادي الحقيقي، وتضيف له عناصر رقمية تكون صور أو فيديو هات أو مجسمات ثلاثية الأبعاد، وهي عكس الواقع الافتراضي، إذ تعتمد بشكل أساسي على البيئة الحقيقية، فهي في بعض أدواتها تستعمل كاميرا الهاتف لتضيف عناصر إلى صورة الواقع المحيط به، بينما تبني تقنية الواقع الافتراضي بيئة رقمية كاملة لا تحتوي على أي دمج مع العالم الحقيقي المحيط بالمستخدم.

• الهولوجرام

هو تقنية حديثة تسمح بإنشاء صور ثلاثية الأبعاد؛ أي أن لها طولاً وعرضاً وارتفاعاً، باستخدام أشعة الليزر، حيث تظهر الصور الضوئية المجسمة في الهواء كما لو كانت أجساماً حقيقية، ويشبه الأمر إلى حد ما مشاهدة فيلم ثلاثي الأبعاد، ولكن بلا نظارات أو أدوات خاصة. (الدناني ، درار، و بن عمر، 2025، الصفحات 65-79)

3.2. تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام

مواكبة للتطورات الحاصلة في مختلف الميادين وخاصة فيما يتعلق بثورة الذكاء الاصطناعي ، التي اجتاحت تقريبا كل المجالات ، وقد حلت تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكثير من الوظائف ومنها الإعلام فالوظائف التي كانت تسند سابقاً للصحفيين البشريين، أصبحت تنفذ من خلال تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي . الأمر الذي نقلها الى صحافة الذكاء الاصطناعي، وحول كل الوسائل الإعلامية الرقمية التي توظف تقنيات الذكاء الاصطناعي الى مراحل متقدمة في عصر الثورة الصناعية الرابعة التي يعد فيها الذكاء الاصطناعي الأهم. ، و سنورد في هذا العنصر أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في الغالب في النشاط الإعلامي بمراحله وهي :

- مرحلة رصد وجمع الأخبار news gathering

يتميز الصحفيون في مرحلة جمع الأخبار بما يملكونه من شبكة مصادر واسعة ومؤثرة وفعالة تتيح لهم الحصول على المعلومات الصحيحة والدقيقة في الوقت المناسب، مما يساعدهم على تحقيق السبق والموثوقية لصالح مؤسساتهم التي يعملون بها، وإلى جانب المصادر التقليدية للأخبار اعتمدت غرف الأخبار المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي كمواقع الانترنت والشبكات الاجتماعية في جزء كبير من مصادر تغطيتها على تصريحات المسؤولين من خلال حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك التعرض لقضية أو موضوع معين يتفاعل معه الجمهور بشكل كبير. حيث نجد التويتر مثلا منافسا حقيقيا لوكالات الأنباء، بل تعدى في كثير من الأحيان سرعة نقل الخبر ورصده وتفاعل الجمهور معه، اليوم أصبح معظم الشخصيات العامة والمسؤولين والهيئات الرسمية الحكومية وغير الحكومية كما ذكرت سابقا يغردون مباشرة دون الحاجة إلى التصريح عبر وكالات الأنباء أو المؤسسات الإعلامية، أما على صعيد شهود العيان وإثراء المحتوى من المواطنين، فنحن اليوم أمام كم هائل من المواد والمحتوى بأشكاله المختلفة (نصوص وصور وفيديوهات) يتجاوز حجمها في الساعة الواحدة ما تنتجه مجموع المؤسسات الإعلامية التقليدية في عشرات السنين. إضافة الى مختلف تطبيقات التي وفرها الذكاء الاصطناعي منها:

Connexion : هو محرك بحث ذكي يُمكن وسائل الإعلام من البحث عن مصادر الأخبار، والمقالات والمليارات الديناميكية المستخرجة من آلاف وسائل الإعلام على الإنترنت الموثوق بها في جميع أنحاء العالم، ويعمل بشكل آلي ويعالج اختلاف اللغة لتحليل مجموعات البيانات الكبيرة من المحتوى المجمع،

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

لديه تقنيات الزحف التي تمنحه القدرة على الإشارة إلى المواضيع الرائجة على الإنترنت والمحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم.

The Juicer : هذه الأداة من إنتاج بي بي سي، وهي تعمل على تزويد وسائل الإعلام والجمهور في وقت واحد بالأخبار والمصادر والمعلومات والوثائق التي يتم تجميعها بشكل آلي وبإشراف كامل من فريق متخصص من بي بي سي.

Word Smith : في هذه الأداة المذهلة، يمكن للمؤسسات الإعلامية تزويدها بالبيانات فقط، وستقوم بإنشاء قصة سردية وتفاعلية في نفس الوقت وبشكل أوتوماتيكي، الأداة قابلة للتخصيص حسب المؤسسة، ولديها مرونة في أتمتة المنشورات والتفاعل معها وإجراء التحليلات وتوجيه المحتوى إلى الجمهور الأكثر صلة به

Google Maps : هي خدمة عالمية لرسم الخرائط وتفصيلها وتحديد بدقة مختلف المواقع على كل الكرة الأرضية طورتها شركة google، تفيد جدا هذه التقنية في رصد وجمع الأخبار وتساعد في تحديد المواقع والأماكن التي يصعب رصدها التقنية الذكية.

-مرحلة التصوير

يمكن القول بأن كل صورة نراها تقريبا هي من النقاط أو إنشاء مصور فوتوغرافي أو مصمم غرافيك أي أنها من إنتاج كائن بشري، لا شك أن هناك الآلاف من الأدوات والبرمجيات لإنشاء الصور ولكنها وبالإجمال تحتاج إلى وجود إنسان مدرب يقود عملية التصوير أو التصميم، ولكن ومع تطور خوارزميات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي، بدأت العديد من الجهود لإبداع برمجيات قادرة على تحرير الصور وتصميمها دون الحاجة إلى وجود الإنسان، خاصة ما هو متعلق بالتصوير في المجال الصحفي فبفضل الذكاء الاصطناعي والتقنيات الذكية الفريدة من نوعها سهلت عملية تصوير الفيديوها والصور للصحفيين، ومن بين أهم التقنيات الذكية في التصوير تذكر:

Google clips : هي كاميرا تعمل باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي AI، بحيث يمكنها أن تقرر متى تكون الإضاءة مناسبة أو المنظر العام جذابا.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

Arsenal : أرسنال هو جهاز يعتمد خوارزميات الذكاء الاصطناعي بهدف إلى تحسين جودة الصورة بشكل كبير للمصورين. كما يمكن لأرسنال إكمال جميع الخطوات التي يقوم بها المصور في غضون ثوان، كما أنه يتميز بخفة وزنه فهو يزن 57 غراماً فقط، مما يجعله أداة سيلة الحمل والإعداد.

Rawshots : حسن الجودة الفيديو يتميز بقدرته على تحويل النص إلى مقاطع فيديو متحركة.

DVDfabEnlarger AI : التحسين جودة الفيديو بالذكاء الاصطناعي بنسبة 300% حتى جودة k4.

Dream by WOMBO : اكتب له النص أو الكلمة المفتاحية وسيحولها فوراً للوحة فنية بالذكاء الاصطناعي، الأداة متوفرة على google Play | و app store. تساعد جداً في تصميم صور الكاريكاتور للعمل الإعلامي والصحفي.

Drone camera : طائرة صغيرة مسيرة بدون طيار تعمل بالذكاء الاصطناعي لتصوير الأحداث والاختبار خاصة أثناء الأزمات والكوارث والأحداث الصعبة التي قد تسبب خطراً على المصورين التواجد هناك.

- مرحلة التحقق والتثبيت

مع التنامي الكبير للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وحتى بعض وسائل الإعلام التقليدية، ازداد اهتمام الصحفيين في غرف الأخبار والأكاديميين والباحثين في مجال الإعلام حول مجال التحقق من المعلومات، من خلال تكوين فرق متخصصة في تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذا المجال ومحاولة إيجاد حلول حول موضوع محاربة الأخبار الزائفة والتأكد من المعلومات. في ظل الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار ونقلها ورصدها، بات لزاماً على الغرف الإخبارية إنشاء طرق وآليات للتحقق والتثبت من الأخبار والصور والفيديوهات القادمة من المواطن الصحفي أو من مصادر مجهولة. غير أن الأدوات والمواقع الإلكترونية هي التي جعلت من عملية التحقق اليوم أسهل، وهناك اليوم جهود تبذل وبعض التجارب الرائدة سواء من قبل المؤسسات الإعلامية أو من قبل المجتمع المدني لمحاربة الأخبار الزائفة والمضللة، وإن تبنت بدورها بعض المؤسسات الإعلامية فكرة التحقق من المعلومات كممارسة صحفية فإن البعض الآخر قرر خلق ركن خاص بذلك، كما جرى إنشاء عدد من المنصات المختصة في هذا المجال على غرار منصة فالصو الموجودة بعدد من الدول العربية بما في ذلك تونس، إضافة إلى منصة Trustnews و Tunifact وغيرها من المنصات التي حملت على عاتقها مهمة محاربة الأخبار الزائفة،

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وانطلاقاً من ذلك نعرض لبعض التطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساعد في عملية التحقيق الصحفي منها:

News guard ✓

Official: Media Bias Fact Check ✓

Fakerfact ✓

Hoaxy ✓

Element ✓

Collabora online ✓

كلها عبارة عن أدوات وتطبيقات ذكية للذكاء الاصطناعي تعمل على تخزين وتشفير البيانات والمعلومات وسهولة الوصول إليها وأيضاً تحديد المعلومات الخاطئة والمضللة ومدى انتشارها وفرزها حسب الخطورة ومدى الإنتشار، وتعمل بسلاسة في البيئة الرقمية ، بحث لكل أداة هدف وإستخدام معين.

- مرحلة تحرير القصص الإخبارية ومعالجتها

إن التنافس بين وسائل الإعلام الإخبارية لتقديم أفضل الخدمات لزبائنها قد جعلها تتسابق في ابتداع الأساليب الحديثة التي تجذب اهتمام الجمهور بمادتها الشفافة وكانت عملية التحرير هي الميدان الرئيسي الذي يجري فيه التنافس وهكذا فقد أخذت كل صحيفة أو إذاعة أو شبكة إخبارية تتبنى أسلوباً أو صياغة مميزة لأخبارها، وقد أدى هذا إلى وجود قوالب صحفية جديدة ولغة إخبارية لها خصائصها المميزة التي تقتضي من محرر الأخبار مهارة عالية لالتقاط الألفاظ والعبارات المناسبة للغة المقصودة خاصة عند الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير والكتابة وبناء القصة الإخبارية إن ضرورة التنوع والتجدد هذه دفعت كتاب الأخبار والمراسلين والمحررين إلى التفتيش عن أفضل الوسائل والأساليب في صياغة الأخبار بشكل يواكب التحول في الذوق العام للقراء وفي فنون الصحافة ذاتها، ومن هذا المنطلق تعرضت الأساليب القديمة إلى هزة قوية نفضت عنها الغبار ووضعتها وجها لوجه أمام مسيرة التطور والتجدد والتنوع فظهرت أنماط وأساليب وقواعد جديدة منها ما هو مبتدع جديد ومنها ما هو شكل متطور عن شكل قديم، ومن بين هذه التطبيقات نجد:

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

Narrative Science ✓

Automated Insights ✓

WordSmith ✓

Quill ✓

Story Discovery Engine ✓

Guinrank ✓

Anyword ✓

كلها عبارة عن تطبيقات تقوم بكتابة وبتوليد اللغة وانتاج القصص بتلقائية وإعادة دمج وصياغة الأخبار بسلاسة وسرعة وبكفاءة عالية وجودة ممتازة .

- مرحلة النشر والتوزيع

في عصر الاعلام الرقمي باتت غرف الأخبار المتطورة بحاجة الى نشر انتاجاتها عبر الوسائل الاتصالية الحديثة، لما لها من مميزات كالوصول الى جمهور أوسع وأكثر تنوعا، ولم تسهل منصات التواصل الاجتماعي ومختلف تقنيات الذكاء الاصطناعي آليات النشر والتوزيع فحسب، بل شكلت أنماط جديدة في استهلاك المحتوى والتفاعل معه وتعتمد غرف الأخبار المتطورة خطة نشر لتحويل انتاجاتها بما يصلح لنشره على المنصات الرقمية والاجتماعية ولتسهيل ذلك هناك العديد من الطرق يجب مراعاتها منها:

• تعديل المحتوى بما يتفق مع معايير وسياسة كل منصة

فبعد اختيار القصص المناسبة يفترض إخضاعها للإجراءات التحريرية اللازمة لتتوافق مع معايير وسياسية كل منصة بما قد يشمل إعادة بعض الصياغات للعناوين، واقتباس التصريحات، واستخدام الوسم الأنسب واختصار الفيديو والتقارير في النشرات الرئيسية، وكذلك اختصار بعض البرامج الإخبارية وأبرز ما صرح به الضيوف، أو تلخيص أبرز النقاط التي ذكرها مسؤول في تصميم ثابت لنشرها على منصات التواصل، وغيرها.

• الإنتاج الخاص بالمنصات الاجتماعية

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

أي أن تعم المنصات الاجتماعية على إنتاج محتوى خاص بكل منصة، وخاصة أنواع المحتوى الذي لا تستطيع غرفة أخبار التلفزيون انتاجه أو التطرق له، بما يسد ثغرة وحاجة جمهور الاعلام الاجتماعي كالتنوع والتطرق للأخبار المعرفية والخفيفة كالرياضية والفنية، إلى جانب ذلك، انتاج التصاميم المناسبة لمعايير كل منصة، واستخدام وسائل استطلاع رأي الجمهور حول قضايا معينة، وبث تغطيات مباشرة من الميدان للأحداث التي لا يستطيع التلفزيون تكثيف التغطية عليها في ظل حاجة الجمهور لها كتغطية بطولة رياضية هامة.

• دراسة الجمهور

تتيح أدوات ومنصات التواصل الاجتماعي دراسة تصنيفات جمهور كل منصة من حيث التوزيع الجغرافي والديموغرافي، الاهتمامات، أوقات الذروة، المنصات الأفضّل لكل جمهور والمواضيع التي تتناسب مع جمهور كل دولة، كأن يتم نشر مواضيع الخليج العربي على تويتر للوصول الى جمهور الخليج، بينما نشر القصص المرتبطة بفلسطين عبر فيس بوك للوصول الى جمهور فلسطيني أكبر، بالإضافة إلى أهمية التحديث الدائم لهذه القرات الجمهور لأنه "مزاجي ومتغير وذو أنماط مختلفة".

• مرحلة متابعة ردود الأفعال feedback

اللافت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تجاوزت مرحلة التواصل باتجاهين إلى تواصل متعدد الاتجاهات، ومكنت المستخدم من تجاوز المؤسسة الصحفية في الحضور الرقمي والتواصل مع الجماهير بشكل مباشر دون الحاجة إلى الحضور عبر القنوات الإعلامية التقليدية. وانعكس ذلك على تشكيل ما يمكن أن نسميه "المتفاعل الذكي" في مقابل المشاهد السلبي، فالجمهور الرقمي لم يعد يستسيغ التوجيه والخطاب المصمت، بل أصبحت أدوات النقد والتحليل والمقارنة ومن ثم إمكانية المشاركة والرد، تخرج في كثير من الأحيان كبرى المؤسسات الإعلامية وهكذا، فقد بات لزاماً على الغرف الإخبارية الذكية أن تتعاطى مع شريك ذكي تفهم احتياجاته وتدرّك واقعه وتحترم عقله، مع ضرورة الانتباه إلى سرعة تطور قدرات هذا "المتفاعل" يوماً بعد يوم على صعيد الذوق والحس الصحفي والسلوك الرقمي المعقد. (عواد ، 2023 ، الصفحات 95-107)

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

3.3. التحديات التقنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي

تطرح تحديات مواجهة الذكاء الاصطناعي العديد من التساؤلات حول ما النتائج السلبية وبعض المخاطر جراء استخدام هذه التقنية مثل ضمان جودة وموثوقية المحتوى، إذ إن نماذج الذكاء الاصطناعي عرضة لإنتاج مخرجات غير دقيقة أو غير ملائمة تحتاج إلى التحقق والمراجعة من قبل خبراء بشريين. لذا يحتاج مستخدمو التقنية إلى تطوير تفكيرهم النقدي ومهارات التحقق من المعلومات لتقييم صحة المخرجات. ومن التحديات الأخرى التي تطرحها هذه التقنية احتمالية تحيزها بشكل يعكس البيانات التي دربت عليها. على سبيل المثال قد ينتج عن الذكاء الاصطناعي محتوى تمييزي ضد مجموعات معينة أو ينتهك حقوق الملكية الفكرية، لذلك يجب أن يكون المستخدمون على وعي بالتأثيرات الأخلاقية والاجتماعية لمخرجات الذكاء الاصطناعي. لقد تم إثارة هذا الهاجس من طرف مئات الخبراء العالميين مبدئين قلقهم حيال الطغيان المتسارع لهذه التقنية مطالبين بوقف تطوير برامج الذكاء الاصطناعي لمدة ستة أشهر إلى حين اعتماد أنظمة حماية منها، وذلك لما تحمله هذه البرامج من مخاطر كبيرة على البشرية. ومع تنامي دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام مازال هناك العديد من التحديات التقنية التي يواجهها هذا المجال أبرزها:

- محدودية بيانات هذه التقنية التي يمكن استخدامها في تحرير القصص والأخبار.
- افتقار الذكاء الاصطناعي إلى الإبداع والإثارة وصبغة الغموض البشري .
- تحيز البيانات فأحيانا البيانات المجمعة متحيزة إلى جهة ما مما يفقد الإعلام المعتمد على الذكاء الاصطناعي مصداقيته لدى الجمهور .
- اختلاف التفكير البشري تماما عن الآلات الذكية، فرغم أنه تجري المقاربة بين الدماغ والآلة إلا أن العصبية الحالية يمكن أن تكون الأكثر تطورا في بناء الآلات الذكية لا تمثل سوى شيء بسيط جدا من أنسجة الدماغ البشري. (لرارة و منذر، 2023، الصفحات 50-66)

إذن تحديات رقمنة الإعلام وهيمنة الخوارزميات عليها تحتاج إلى وعي أكبر بالموضوع، وتأهيل للعنصر البشري وتدريبه من أجل التفاعل مع التحديات التي يفرضها تغول التقنية والخوارزميات (الذكاء الاصطناعي). وفي هذا السياق يرى الكتاب ضرورة جعل (البرمجة) وسيلة لمساعدة الذكاء البشري في فهم

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

هذا العالم وتحويله لما يمكن أن ينفع البشرية بدل من تركه يتحول إلى أداة لن تكون ضد الإعلام فقط ولكن ضد البشرية جمعاء. (غربي، 2024، الصفحات 26-40)

1.4. التحديات المهنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي

يواجه الإعلام بشكل عام و الإعلاميون بشكل خاص العديد من التحديات المهنية في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام. من أبرز هذه التحديات هو الحاجة إلى التكيف مع التقنيات الجديدة والاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي التي قد غيرت بشكل جذري أسلوب العمل الإعلامي التقليدي، وفي هذا العنصر سنبرز أهم التحديات المهنية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، كما يلي: (غنيو، 2024، صفحة 24)

• المخاوف الأخلاقية Ethical Concerns

المعلومات المضللة والمحتوى المزيف : يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي إنتاج أخبار مزيفة ومقاطع فيديو مزيفة (Deepfakes) بدقة عالية، مما يعقد جهود ضمان دقة المعلومات، سيما مع أحداث غزوة الآن الذي بتنا نعيش طوفان رقمي من المحتويات المضللة والتي صنفها خبراء السياسة والحروب باستراتيجيات حربية تدخل في الحروب النفسية والدعائية.

التحيز والعدالة: قد تعزز خوارزميات الذكاء الاصطناعي التحيزات الموجودة مسبقا في التمثيلات الإعلامية، مما يثير تساؤلات حول المساواة والإنصاف، أشرنا لذلك بنوع من التفصيل في الجزئيات السابقة.

انتهاك الخصوصية : الأدوات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، مثل الإعلانات المستهدفة والمحتوى المخصص، غالبًا ما تنتهك خصوصية المستخدمين على سبيل الذكر.

- تأثيرات على الصحافة

آلية إنتاج المحتوى : أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي قادرة على كتابة الأخبار، مما يهدد الوظائف ويثير تساؤلات حول البعد الإنساني في السرد الصحفي.

السرعة مقابل الدقة: الضغط لإنتاج الأخبار في الوقت الفعلي باستخدام الذكاء الاصطناعي قد يضر بجودة ودقة التقارير.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- ديناميكيات الجمهور وتغيراته

الخوارزميات المخصصة : أنظمة التوصيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي (مثل تلك المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي تنشئ غرف صدى وفقاعات تصفية تحد من التعرض لوجهات نظر متنوعة. انعدام الثقة في الإعلام: الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تآكل ثقة الجمهور إذا اعتبر المحتوى آلياً أو متلاعباً به.

- تطور أشكال الوسائط

المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي: انتشار الفيديوهات والصور والمحتوى التفاعلي الذي يولده الذكاء الاصطناعي يشكل تحدياً للأشكال التقليدية ويرفع مخاوف حول الأصالة . التفاعلية والانغماس : التجارب المدعومة بالذكاء الاصطناعي في الواقع الافتراضي والمعزز تتطلب من الباحثين إعادة التفكير في كيفية استهلاك الجمهور للمحتوى والتفاعل معه.

- التنظيم والحوكمة

نقص السياسات : تتقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي بسرعة تفوق وضع أطر تنظيمية قوية للتحكم في تطبيقها بمجال الإعلام. التفاوت العالمي: تختلف قدرة الدول على تنظيم وتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى تأثيرات غير متكافئة على أنظمة الإعلام عالمياً.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- الآثار الاقتصادية والبنائية

الإحتكار: تهيمن الشركات التقنية الكبرى التي تستفيد من الذكاء الاصطناعي على النظم الإعلامية، مما يهمل المؤسسات الإعلامية التقليدية.

فقدان الوظائف: تهدد التكنولوجيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي الأدوار التقليدية في إنتاج وتحرير المحتوى الإعلامي. (غنيو ، 2024 ، صفحة 24)

الفصل الثالث: الإطار

التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

1. عرض وتحليل بيانات الإستمارة

1.1. خصائص العينة

جدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس (إذاعات الشرق)

الجنس	تكرار	النسبة المئوية
ذكر	28	% 57.14
أنثى	21	% 42.86
المجموع	49	%100

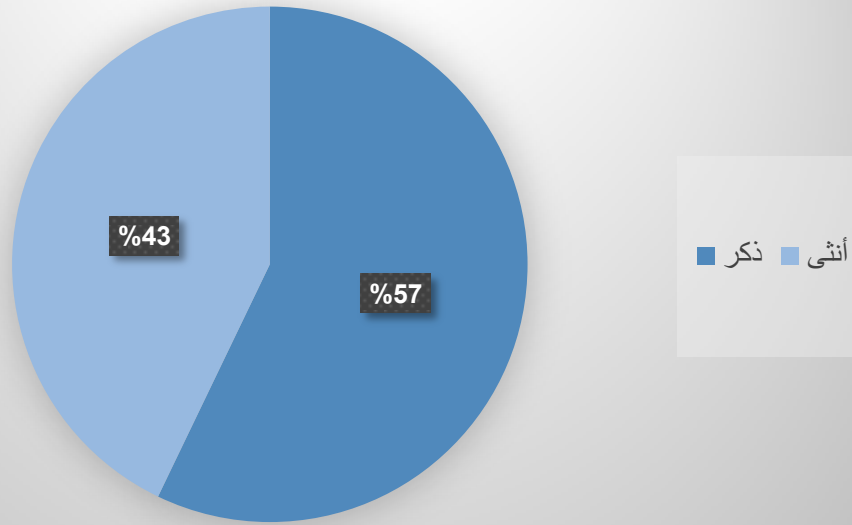
المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (01) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث بلغ عدد الذكور 28 مفردة بنسبة 57.14%، بينما بلغ عدد الإناث 21 مفردة بنسبة 42.86%.

وتظهر هذه النتائج تفوقاً نسبياً لفئة الذكور مقارنة بالإناث داخل إذاعات الشرق، وهو ما قد يُفسر بطبيعة العمل الإعلامي الإذاعي الذي يتطلب أحياناً مهام ميدانية وضغطاً مهنيًا مستمرًا، مما يجعل مشاركة الذكور أكبر نسبياً، مع الإشارة إلى أن نسبة الإناث تبقى معتبرة، وهو ما يدل على حضور واضح للمرأة في القطاع الإعلامي الإذاعي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

شكل رقم 01 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



جدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن (إذاعات الشرق)

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	0	0%
من 25 إلى 35	9	18.37%
أكثر من 35 سنة	40	81.63%
المجموع	49	100%

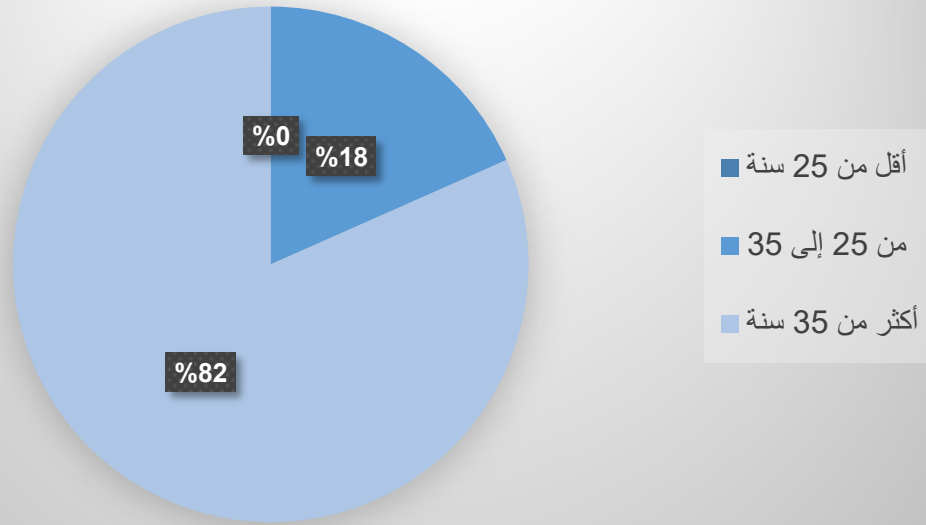
المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، حيث لم تسجل فئة أقل من 25 سنة أي نسبة (0%)، بينما بلغت فئة من 25 إلى 35 سنة 9 أفراد بنسبة 18.37%، في حين سجلت فئة أكثر من 35 سنة أعلى نسبة بـ 40 فردًا بنسبة 81.63%.

وتشير هذه النتائج إلى أن أغلبية العاملين في إذاعات الشرق ينتمون إلى فئة عمرية متقدمة نسبيًا، مما يعكس وجود خبرة مهنية واستقرار وظيفي داخل المؤسسة الإعلامية. كما يمكن تفسير انخفاض فئة الشباب بضعف توظيف الكفاءات الجديدة أو محدودية تجديد الطاقم الصحفي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الشكل رقم 02 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



جدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية (إذاعات الشرق)

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	0	0%
من 5 إلى 10 سنوات	4	8.16%
أكثر من 10 سنوات	45	91.84%
المجموع	49	100%

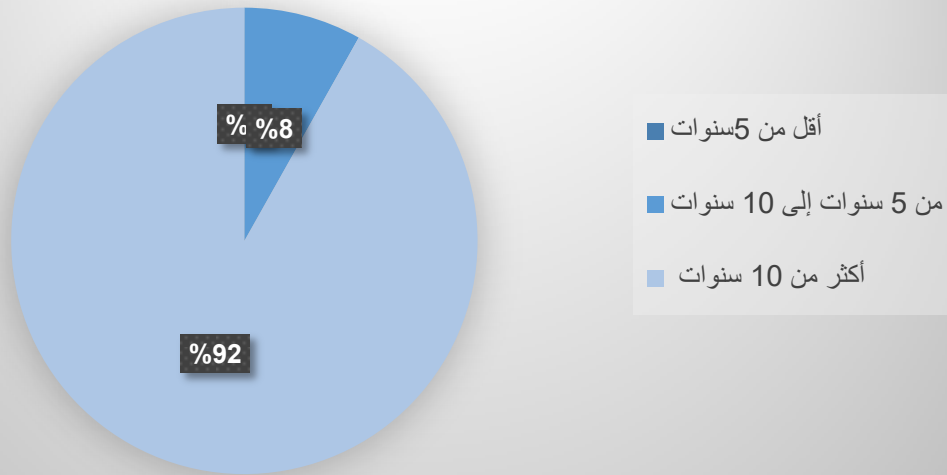
المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية، حيث لم تسجل فئة أقل من 5 سنوات أي نسبة (0%)، بينما بلغت فئة من 5 إلى 10 سنوات 4 أفراد بنسبة 8.16%، في حين سجلت فئة أكثر من 10 سنوات أعلى نسبة بـ 45 فردًا بنسبة 91.84%.

وتوضح هذه النتائج أن أغلب أفراد العينة يمتلكون خبرة مهنية طويلة، وهو ما يعكس استقرارًا وظيفيًا داخل الإذاعات العمومية. كما يدل ذلك على أن الآراء حول تعاملهم مع الذكاء الاصطناعي صادرة عن ممارسين ذوي خبرة واسعة قبل وبعد ظهور الذكاء الاصطناعي، ما يعزز مصداقية النتائج.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الشكل رقم 03 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية



جدول رقم (04): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة الحالية (إذاعات الشرق)

الوظيفة الحالية	التكرار	النسبة المئوية
مراسل صحفي	0	0%
صحفي ميداني	15	30.61%
مسؤول تحرير	3	6.12%
معد برامج	4	8.16%
تقني صوت	7	14.29%
مذيع	15	30.61%
أخرى	5	10.20%
المجموع	49	100%

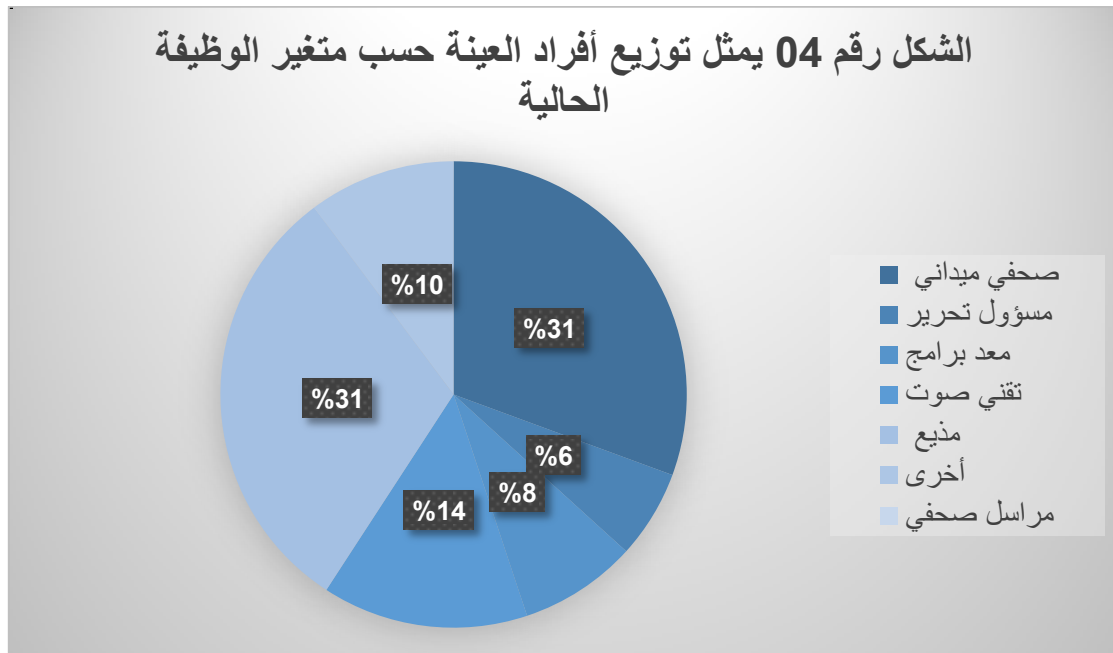
المصدر: من إعداد الطالبات

اجابات اخرى: رئيس مصلحة ادارة مالية/مدير/ مخرج/ عون تسيير موارد بشرية/منشط ومقدم.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يبين الجدول رقم (04) توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة الحالية، حيث تصدرت فئة الصحفي الميداني والمذيع المرتبة الأولى بـ 15 فردًا لكل منهما بنسبة 30.61%، تليها فئة تقني الصوت بـ 7 أفراد بنسبة 14.29%، ثم فئة أخرى بـ 5 أفراد بنسبة 10.20%، وبعدها معد البرامج بـ 4 أفراد بنسبة 8.16%، ثم مسؤول التحرير بـ 3 أفراد بنسبة 6.12%، في حين لم تسجل فئة المراسل الصحفي أي نسبة.

وتبين فئة "أخرى" أيضا بوجود بعض المناصب المختلفة داخل المؤسسة الإعلامية مثل المدير، المخرج، رئيس مصلحة الإدارة المالية، عون تسيير الموارد البشرية، والمنشط والمقدم. فتظهر هذه النتائج أن الدراسة شملت وظائف إعلامية وتقنية متنوعة، وهو ما يمنحها شمولية أكبر في فهم توظيف الذكاء الاصطناعي داخل العمل الإذاعي. كما أن ارتفاع نسبة الصحفيين الميدانيين والمذيعين يعكس أن الدراسة ركزت على الفئات الأكثر احتكاكًا المباشر بالإنتاج الإعلامي والمحتوى الإذاعي.



ثانيا: أبرز تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي

جدول رقم (05): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير معرفتك العامة بالذكاء الاصطناعي (إذاعات الشرق)

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

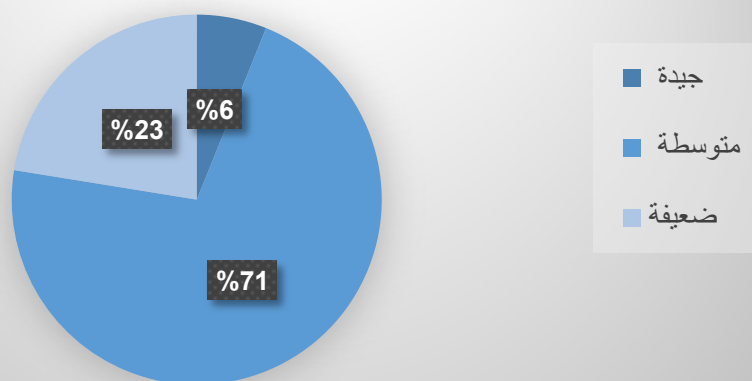
النسبة المئوية	التكرار	معرفتك العامة بالذكاء الاصطناعي
6.12%	3	جيدة
71.43%	35	متوسطة
22.45%	11	ضعيفة
100%	49	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب متغير المعرفة العامة بالذكاء الاصطناعي، حيث سجلت فئة المعرفة المتوسطة أعلى نسبة بـ 35 مفردة بنسبة 71.43%، تليها فئة المعرفة الضعيفة بـ 11 مفردة بنسبة 22.45%، في حين سجلت فئة المعرفة الجيدة أدنى نسبة بـ 3 مفردات بنسبة 6.12%.

وتوضح هذه النتائج أن أغلب الصحفيين يمتلكون معرفة أولية أو متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، ما يعني وجود وعي بوجود هذه الأدوات داخل العمل الإعلامي، لكن دون مستوى عالٍ من الإلمام التقني. وهذا قد يؤثر على درجة توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسة الإعلامية بشكل عام، إذ إن محدودية المعرفة العميقة قد تجعل الاستخدام يتركز في التطبيقات البسيطة أكثر من التوظيف المهني المتقدم.

الشكل رقم 05 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير معرفتك العامة بالذكاء الاصطناعي



الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (06): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي (إذاعات الشرق)

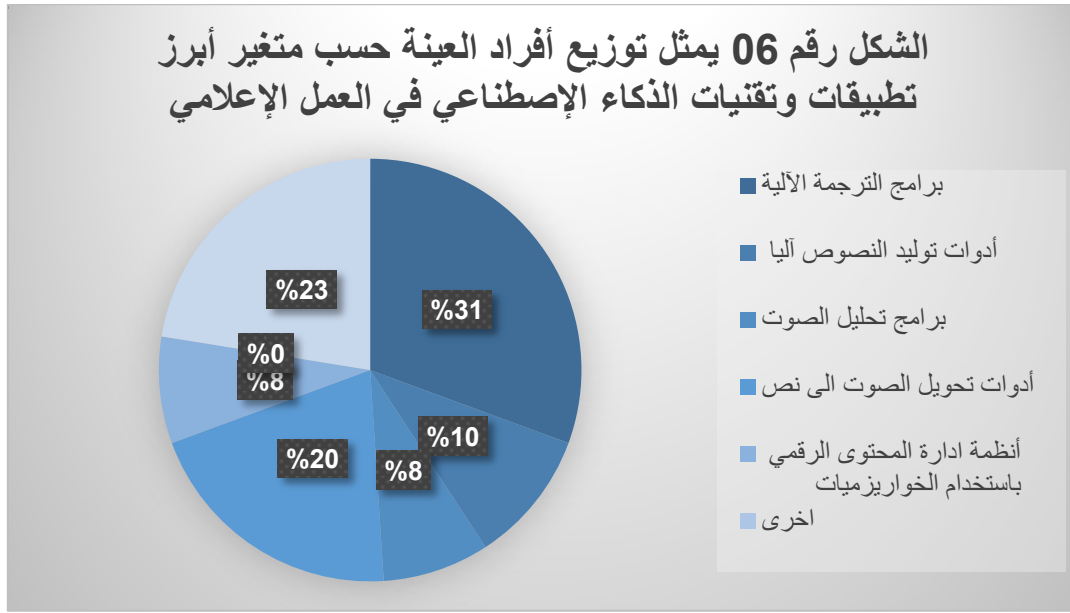
أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الإعلامي بإذاعات الشرق	التكرار	النسبة المئوية
برامج الترجمة الآلية	15	30.61%
أدوات توليد النصوص آلياً	5	10.20%
برامج تحليل الصوت	4	8.16%
أدوات تحويل الصوت إلى نص	10	20.41%
أنظمة إدارة المحتوى الرقمي باستخدام الخوارزميات	4	8.16%
أدوات توليد الصور والفيديوهات	11	22.45%
أخرى	0	0%
المجموع	49	100%

المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (06) توزيع أفراد العينة حسب أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الإعلامي، حيث تصدرت برامج الترجمة الآلية بنسبة 30.61%، تليها أدوات توليد الصور والفيديوهات بنسبة 22.45%، ثم أدوات تحويل الصوت إلى نص بنسبة 20.41%، بينما سجلت أدوات توليد النصوص آلياً نسبة 10.20%، وكل من برامج تحليل الصوت وأنظمة إدارة المحتوى الرقمي بنسبة 8.16%، في حين لم تسجل فئة أخرى أي نسبة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

وتشير هذه النتائج إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي داخل إذاعات الشرق يرتبط أساسًا بالأدوات التي تدعم الإنتاج الإعلامي اليومي مثل الترجمة، تحويل الصوت إلى نص، وإنتاج الوسائط، وهي تطبيقات تساعد الصحفي في السرعة والدقة أثناء إعداد المحتوى الإذاعي. كما أن ضعف استخدام الأنظمة المرتبطة بإدارة المحتوى وتحليل البيانات قد يعكس أن التوظيف ما يزال موجهاً نحو الدعم التنفيذي أكثر من التسيير الذكي للمحتوى الإعلامي.



ثالثاً: توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي

جدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي (إذاعات الشرق)

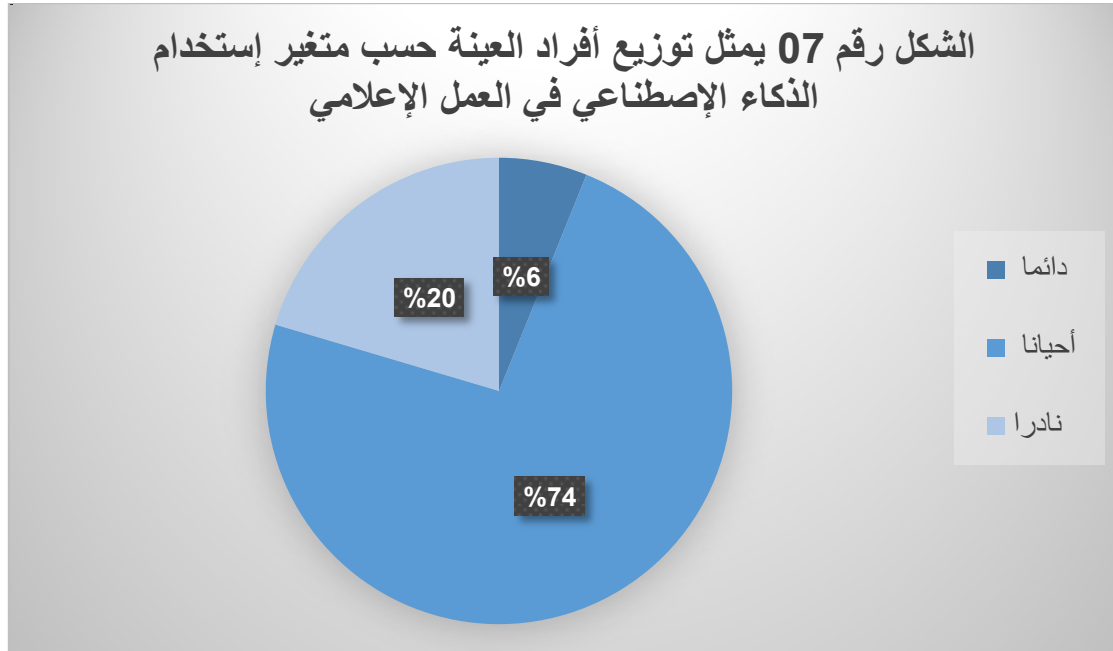
النسبة المئوية	التكرار	إستخدام الذكاء الاصطناعي في عمل الإذاعي
6.12%	3	دائماً
73.47%	36	أحياناً
20.41%	10	نادراً
100%	49	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يبين الجدول رقم (07) توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، حيث سجلت فئة أحياناً أعلى نسبة بـ 36 مفردة بنسبة 73.47%، تليها فئة نادراً بـ 10 مفردات بنسبة 20.41%، ثم فئة دائماً بـ 3 مفردات بنسبة 6.12%.

وتوضح هذه النتائج أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الممارسة الصحفية داخل الإذاعات، لكنه لم يتحول بعد إلى أداة دائمة وأساسية في العمل الإعلامي. وهذا يدل على أن استخدامه ما يزال مرحلياً أو مرتبطاً بحاجات معينة، وليس جزءاً ثابتاً من الممارسة الصحفية اليومية. وهذا لعدة أسباب منها أن عهد الذكاء الاصطناعي أصلاً حديث في العالم وفي كل المجالات وخاصة داخل الدول العربية بشكل عام لا يزال في بدايته.



جدول رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي

مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي	التكرار	النسبة المئوية
إنتاج الصوتيات والمونتاج	7	14.29%
الترجمة	15	30.61%

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

إدارة المحتوى الرقمي	4	8.16%
تحليل البيانات	4	8.16%
جمع الأخبار	15	30.61%
أخرى	4	8.16%
المجموع	49	100%

المصدر: من إعداد الطالبات

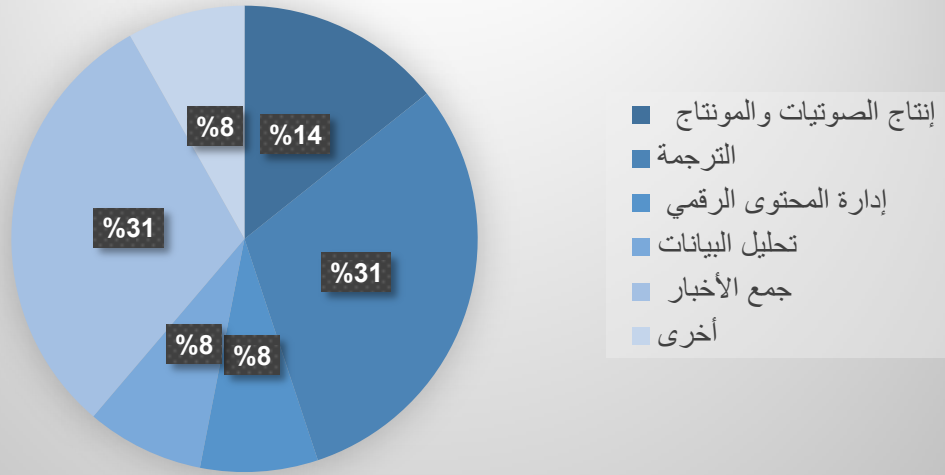
يبين الجدول رقم (08) توزيع أفراد العينة حسب مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، حيث جاءت فئة الترجمة وجمع الأخبار في المرتبة الأولى بـ 15 مفردة لكل منهما بنسبة 30.61%، تليها فئة إنتاج الصوتيات والمونتاج بـ 7 مفردات بنسبة 14.29%، ثم إدارة المحتوى الرقمي وتحليل البيانات وفئة أخرى بـ 4 مفردات لكل منها بنسبة 8.16%.

وتشير هذه النتائج إلى أن توظيف الذكاء الاصطناعي داخل إذاعات الشرق يتركز أساسًا في المراحل المرتبطة بإنتاج المادة الصحفية ومعالجتها، خاصة في الترجمة وجمع الأخبار، وهو ما يعكس دوره في تسريع الوصول إلى المعلومات ودعم إعداد المحتوى الإعلامي. كما يبرز استخدامه في إنتاج الصوتيات والمونتاج بما يتوافق مع طبيعة العمل الإذاعي القائم على المعالجة الصوتية.

أما فئة "أخرى" فقد تمثلت في علاقات العمل، إعداد وتحضير البرامج والومضات، برمجة الحصص الإنتاجية، وكتابة وتعديل أركان البرنامج، وهو ما يوضح أن توظيف الذكاء الاصطناعي لا يقتصر فقط على جمع الأخبار أو الترجمة، بل يمتد إلى دعم الجوانب التحريرية والتنظيمية والإنتاجية داخل المؤسسة الإذاعية، مما يعزز دوره كأداة لتطوير الممارسة الصحفية في مختلف مراحل العمل الإعلامي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الشكل رقم 08 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير في أي مجال تقوم بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي



جدول رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة عملك وتسهيله (إذاعات الشرق)

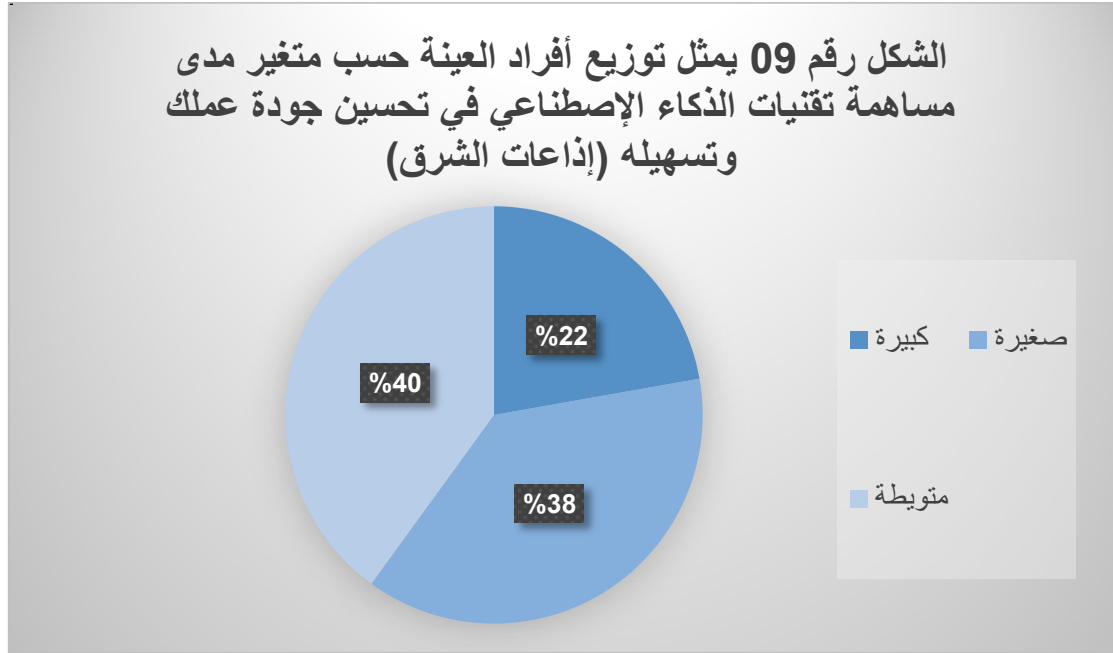
النسبة المئوية	التكرار	مدى إعتماذك على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة عملك وتسهيله (إذاعات الشرق)
22.22%	10	كبيرة
37.78%	17	صغيرة
40.00%	18	متوسطة
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (09) توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل وتسهيله، حيث سجلت فئة المساهمة المتوسطة أعلى نسبة بـ 40%، تليها المساهمة الصغيرة بنسبة 37.78%، ثم المساهمة الكبيرة بنسبة 22.22%.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

وتشير هذه النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي ينظر إليه كأداة داعمة لتحسين الممارسة الصحفية داخل الإذاعات، لكنه لم يصل بعد إلى مستوى التأثير الكبير لدى أغلب المبحوثين. وهذا قد يرتبط بحدود التكوين وحادثة الذكاء الاصطناعي بشكل عام، أو بطبيعة استخدامه الجزئي في بعض المهام دون دمجها الكامل في مختلف مراحل العمل الإعلامي.



رابعا: دور الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي

جدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك الإذاعي

دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك الإذاعي	التكرار	النسبة المئوية
تسريع الإنتاج الإعلامي	17	34.69%
تحسين جودة المحتوى	9	18.37%
المساعدة في اتخاذ القرارات	2	4.08%
دعم الإبداع والتحرير	3	6.12%
المساهمة في الأرشفة	1	2.04%

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

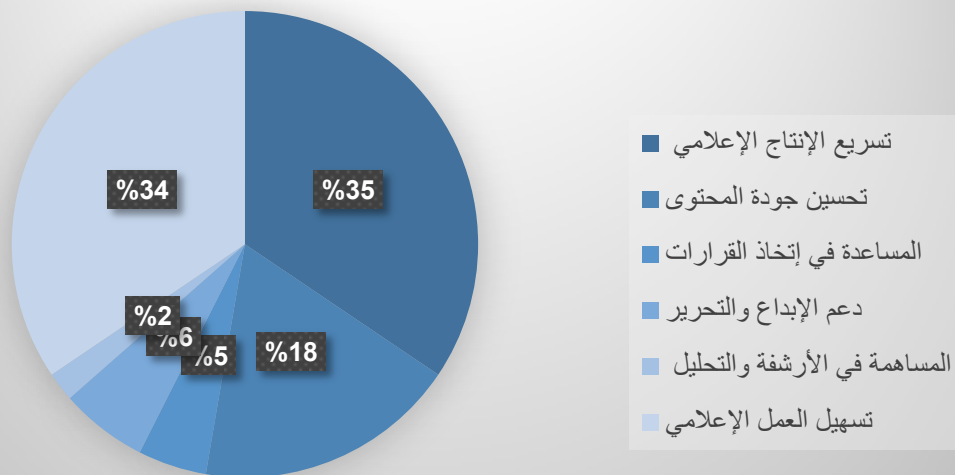
تسهيل العمل الإعلامي	17	34.69%
المجموع	49	100%

المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، حيث تصدرت فئتا تسريع الإنتاج الإعلامي وتسهيل العمل الإعلامي المرتبة الأولى بـ 17 مفردة لكل منهما بنسبة 34.69%، تليها فئة تحسين جودة المحتوى بـ 9 مفردات بنسبة 18.37%، ثم دعم الإبداع والتحرير بـ 3 مفردات بنسبة 6.12%، ثم المساعدة في اتخاذ القرارات بـ 2 مفردتين بنسبة 4.08%، وأخيرًا المساهمة في الأرشفة بـ 1 مفردة بنسبة 2.04%.

وتوضح هذه النتائج أن الصحفيين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي أساسًا كأداة عملية لتحسين سرعة الأداء وتسهيل تنفيذ المهام الإعلامية داخل الإذاعات. كما أن ارتفاع دور تحسين جودة المحتوى يعكس مساهمته في تطوير المعالجة الصحفية، في حين أن انخفاض نسبي الأرشفة واتخاذ القرار يدل على أن توظيفه ما يزال أكثر ارتباطًا بالجوانب التنفيذية والإنتاجية، وليس بالعمليات الإدارية أو التحليلية المتقدمة.

الشكل رقم 10 يمثل توزيع العينة حسب متغير ماهو دور الذي تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملك



الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى ضرورة إدماج الذكاء الاصطناعي في الإذاعة

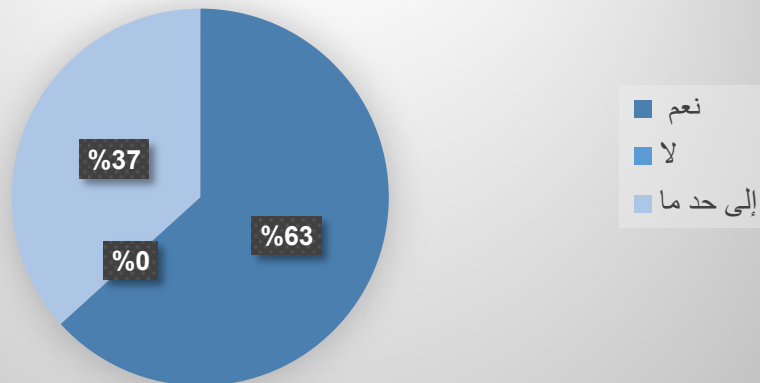
مدى ضرورة ادماج الذكاء الاصطناعي في الإذاعة	تكرار	النسبة المئوية
نعم	31	63.27%
لا	0	0%
إلى حد ما	18	36.73%
المجموع	49	%100

المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب مدى ضرورة إدماج الذكاء الاصطناعي في الإذاعة، حيث أجابت فئة نعم بـ 31 مفردة بنسبة 63.27%، تليها فئة إلى حد ما بـ 18 مفردة بنسبة 36.73%، في حين لم تسجل فئة لا أي نسبة.

وتشير هذه النتائج إلى وجود اتجاه واضح لدى المبحوثين نحو ضرورة إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل العمل الإذاعي، باعتبارها أداة يمكن أن تدعم تطوير الأداء الصحفي وتحسين فعالية العمل الإعلامي. كما أن نسبة إلى حد ما تعكس وجود قبول للإدماج، لكن مع درجة من التحفظ ترتبط غالبًا بحدود الاستخدام أو متطلبات التكوين والتأطير المهني.

الشكل رقم 11 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى ضرورة إدماج الذكاء الاصطناعي في الإذاعة



الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

خامسا: السلبيات والإيجابيات في استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي

جدول رقم (12): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير إيجابيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي

إيجابيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي	التكرار	النسبة المئوية
تسريع المهام	20	40.82%
تقليل الجهد البدني	10	20.41%
تحسين جودة التحرير	7	14.29%
تسهيل الترجمة	6	12.24%
دعم الإنتاج الصوتي	6	12.24%
أخرى	0	0%
المجموع	49	100

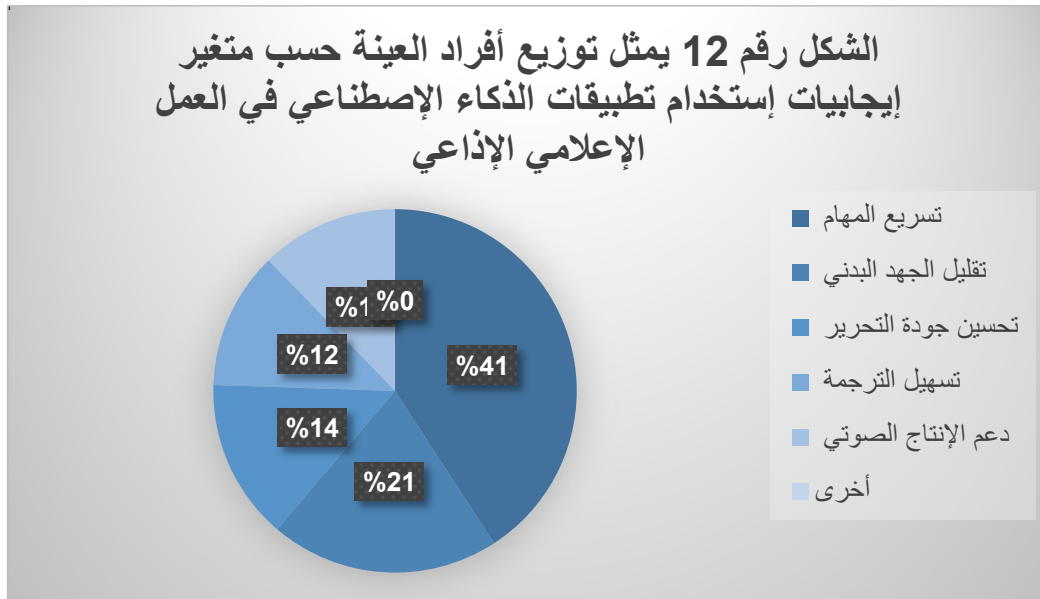
المصدر: من إعداد الطالبات

يبين الجدول رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب إيجابيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي، حيث سجلت فئة تسريع المهام أعلى نسبة بـ 20 مفردة بنسبة 40.82%، تليها تقليل الجهد البدني بـ 10 مفردات بنسبة 20.41%، ثم تحسين جودة التحرير بـ 7 مفردات بنسبة 14.29%، ثم تسهيل الترجمة ودعم الإنتاج الصوتي بـ 6 مفردات لكل منهما بنسبة 12.24%، في حين لم تسجل فئة أخرى أي نسبة.

وتوضح هذه النتائج أن القيمة الأساسية للذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الباحثين ترتبط بتحسين كفاءة الأداء الصحفي، خاصة من خلال تسريع إنجاز المهام وتقليل الجهد المبذول في العمل الإعلامي. كما

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أن ظهوره في مجالات مثل التحرير، الترجمة، والإنتاج الصوتي ينسجم مع طبيعة العمل الإذاعي الذي يعتمد على المعالجة النصية والصوتية بشكل مستمر.



جدول رقم (13): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير سلبيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي

النسبة المئوية	التكرار	سلبيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي
6.12%	3	ضعف الترجمة العربية
18.37%	9	محدودية الإبداع
40.82%	20	الاعتماد الزائد على التقنية
34.69%	17	قلة التكوين المهني في هذه التقنيات
0%	0	أخرى
100%	49	المجموع

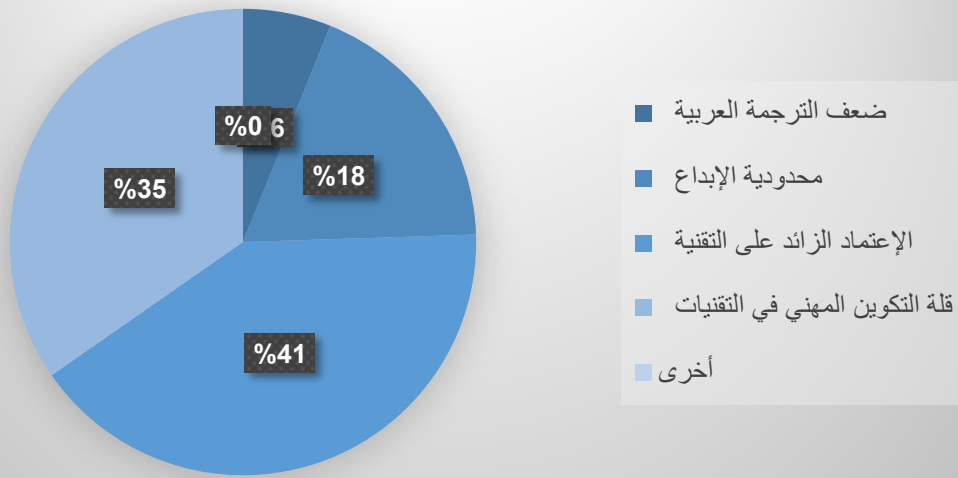
المصدر: من إعداد الطالبات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يبين الجدول رقم (13) توزيع أفراد العينة حسب سلبيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي، حيث سجلت فئة الاعتماد الزائد على التقنية أعلى نسبة بـ 20 مفردة بنسبة 40.82%، تليها قلة التكوين المهني في هذه التقنيات بـ 17 مفردة بنسبة 34.69%، ثم محدودية الإبداع بـ 9 مفردات بنسبة 18.37%، ثم ضعف الترجمة العربية بـ 3 مفردات بنسبة 6.12%، في حين لم تسجل فئة أخرى أي نسبة.

وتشير هذه النتائج إلى أن المبحوثين يدركون أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة تطوير مهمة، لكنه يرتبط بتحديات مهنية واضحة، أبرزها الإفراط في الاعتماد على التقنية بما قد يؤثر على استقلالية الأداء الصحفي، إضافة إلى ضعف التكوين المهني الذي يحد من الاستفادة الفعالة من هذه التطبيقات. كما أن الإشارة إلى محدودية الإبداع تعكس تخوفًا من تأثير الاستخدام المفرط لهذه الأدوات على الجانب التحريري والابتكار الصحفي.

الشكل رقم 13 يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير سلبيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي



الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

3- أهم التحديات التي تواجه الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي

أظهرت إجابات المبحوثين أن أبرز التحديات التي تواجه الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل أساسًا في الاعتماد الكبير على هذه التقنيات، غياب التكوين والخبرة المهنية، ضعف المصداقية والشفافية في المحتوى، صعوبة التحكم في التقنيات الحديثة، التأثير على الإبداع الصحفي، وارتفاع تكلفة الاشتراكات في التطبيقات عالية الجودة. وتشير هذه النتائج إلى أن التحديات ليست تقنية فقط، بل تشمل أبعادًا مهنية وأخلاقية وتنظيمية قد تؤثر على جودة الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية.

4- أهم المقترحات لتطوير الممارسة الإعلامية بالاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي

بينت إجابات المبحوثين أن أهم المقترحات تمثلت في فتح المجال للتكوين في هذه التقنيات، تزويد الإذاعات بأدوات أكثر جودة وكفاءة، وضع ضوابط مهنية وأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي، تعزيز الوعي بطرق الاستخدام الصحيح، فتح تخصصات جامعية مرتبطة بالمجال، والمساهمة في تطوير أرشيف رقمي. وتوضح هذه المقترحات أن تطوير الممارسة الصحفية لا يرتبط فقط بامتلاك الأدوات، بل يتطلب أيضًا تأهيلًا بشريًا وتنظيميًا مهنيًا مناسبًا.

5- هل سيلغي الذكاء الاصطناعي دور الصحفي في المؤسسات الإعلامية؟

أظهرت إجابات المبحوثين أن الرأي الغالب كان رفض فكرة إلغاء الذكاء الاصطناعي لدور الصحفي، حيث اعتبر أغلبهم أن هذه التقنيات تمثل أداة مساعدة وليست بديلاً عن العنصر البشري. في المقابل، رأى بعض المبحوثين أن الذكاء الاصطناعي قد يؤثر مستقبلاً على بعض المهام الصحفية، بينما تبنى آخرون موقفًا وسطيًا مرتبطًا بتطور هذه التقنيات مستقبلاً. ويعكس ذلك إدراكًا لدى الصحفيين بأن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يطور الممارسة الصحفية، لكنه لا يلغي دور الصحفي في الجوانب المرتبطة بالحكم المهني، التحليل، والبعد الإنساني للممارسة الإعلامية.

2. نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية

1- ما أبرز تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المعتمدة في المجال الإعلامي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل إذاعات الشرق تمثلت أساساً في برامج الترجمة الآلية، أدوات توليد النصوص آلياً، أدوات تحويل الصوت إلى نص، أدوات توليد الصور والفيديوهات، وتحليل الصوت، إضافة إلى أنظمة إدارة المحتوى الرقمي المعتمدة على الخوارزميات. وأظهرت النتائج أن الترجمة الآلية جاءت ضمن أكثر التطبيقات استخداماً، ما يعكس اعتماد الصحفيين على الأدوات التي تسهم في تسريع إنجاز العمل الصحفي وتحسين الأداء المهني.

2- ما الدور الذي تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يؤدي دوراً مهماً في العمل الإعلامي الإذاعي، خاصة في تسريع الإنتاج الإعلامي، تسهيل العمل الصحفي، تحسين جودة المحتوى، دعم التحرير، والمساهمة في بعض العمليات التنظيمية مثل الأرشفة وتحليل البيانات. وهذا يدل على أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصراً مساعداً في تطوير كفاءة الأداء داخل المؤسسات الإعلامية العمومية.

3- ما أهمية توظيف واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي تكمن أساساً في تسريع المهام الصحفية، تقليل الجهد المبذول، تحسين جودة التحرير، تسهيل الترجمة، ودعم الإنتاج الصوتي. كما أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين يرون ضرورة إدماج الذكاء الاصطناعي في الإذاعات العمومية، مما يعكس إدراكاً متزايداً لأهميته في تطوير الممارسة الصحفية.

4- ما أبرز الإيجابيات والسلبيات التي تواجه المؤسسات الإعلامية العمومية عند توظيف تقنيات

الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟

أظهرت نتائج الدراسة أن أهم الإيجابيات تمثلت في تسريع العمل، تقليل الجهد، تحسين جودة التحرير، دعم الإنتاج الصوتي، وتسهيل بعض العمليات الصحفية. أما أبرز السلبيات فتمثلت في الاعتماد الزائد

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

على التقنية، قلة التكوين المهني، محدودية الإبداع، وضعف بعض تطبيقات الترجمة العربية. وهو ما يؤكد أن توظيف الذكاء الاصطناعي يحقق مكاسب مهنية، لكنه يحتاج إلى تأطير وتطوير وتكوين مناسب.

5- ما هي مجالات العمل الإعلامي التي يتم فيها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

أثبتت الدراسة أن مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي شملت الترجمة، جمع الأخبار، إنتاج الصوتيات والمونتاج، إدارة المحتوى الرقمي، تحليل البيانات، إضافة إلى بعض الاستخدامات الأخرى مثل إعداد البرامج وتنظيم بعض الجوانب التحريرية والإنتاجية. ويشير ذلك إلى تنوع توظيف الذكاء الاصطناعي داخل بيئة العمل الصحفي والإذاعي..

ثانياً: نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

أظهرت نتائج الدراسة الحالية تقاطعا واضحا مع عدد من الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة عواد صلاح الدين (2023) التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي أحدث تحولاً مهماً في النشاط الإعلامي، حيث بينت نتائج دراستنا أن هذه التقنيات أصبحت تسهم في تسريع العمل الإعلامي وتحسين جودة الأداء داخل الإذاعات العمومية.

اتفقت أيضا مع دراسة محمد وسام عبد العزيز وآخرين (2023) التي أشارت إلى أن الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي موجود لكنه متفاوت، حيث أظهرت دراستنا أن أغلب أفراد العينة يمتلكون معرفة عامة متوسطة بالذكاء الاصطناعي، مما يدل على وجود إدراك أولي لهذه التقنيات لكنه يحتاج إلى تطوير مهني وتكويني.

وتوافقت مع دراسة مرتضى الشمري (2024) التي أوضحت أن الذكاء الاصطناعي يختصر الوقت والجهد ويساهم في إنجاز المهام الصحفية بكفاءة أكبر، وهو ما أكدته دراستنا من خلال تصدر فئة تسريع المهام وتسهيل العمل الإعلامي.

كما دعمت نتائج الدراسة الحالية ما توصلت إليه دراسة يسمينة قاسي (2024) التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة لتحسين جودة المحتوى الإعلامي ودعم الابتكار الصحفي، حيث بينت دراستنا أن تحسين جودة المحتوى والتحرير من بين الوظائف الأساسية لهذه التطبيقات.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

وتقاطعت أيضًا مع دراسة مي مصطفى عبد الرزاق (2023) التي أوضحت أن من أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الترجمة الآلية، الأرشفة، وصحافة البيانات، وهو ما ظهر في نتائج دراستنا من خلال توظيفه في الترجمة وإدارة المحتوى وجمع الأخبار.

كما انسجمت مع دراسة أحمد الزهراني (2022) التي أبرزت أن الذكاء الاصطناعي يوفر الوقت والجهد لكنه يواجه تحديات مرتبطة بالتدريب والخبرة التقنية، وهو ما أكدته نتائج الدراسة الحالية من خلال بروز مشكلة قلة التكوين المهني والاعتماد المفرط على التقنية.

وأخيرًا، اتفقت مع دراسة كريمة بومدين (2023) التي بينت أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية بدأت تدريجيًا في التعامل مع الذكاء الاصطناعي، حيث أظهرت دراستنا وجود توظيف فعلي لهذه التقنيات داخل إذاعات الشرق في عدد من الأنشطة الصحفية والإذاعية.

وبذلك يمكن القول إن الدراسة الحالية جاءت منسجمة بدرجة كبيرة مع الدراسات السابقة التي وظيفناها في موضوع دراستنا، مع خصوصية تمثلت في تركيزها على المؤسسات الإعلامية العمومية الإذاعية (إذاعات الشرق).

ثالثًا: نتائج الدراسة في ضوء المدخل النظري (نظرية البنائية الوظيفية)

يمكننا تفسير نتائج الدراسة الحالية في ضوء نظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن كل عنصر داخل النسق الاجتماعي يؤدي وظيفة تساهم في استقرار النظام وتكامله.

في هذا الإطار، أظهرت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أصبح يمثل نسقًا فرعيًا تقنيًا داخل المؤسسة الإعلامية العمومية، حيث يؤدي وظائف واضحة مثل تسريع الإنتاج الإعلامي، تحسين جودة المحتوى، تنظيم المعلومات، دعم الترجمة، وتسهيل العمليات الصحفية. وهذه الوظائف تتماشى مع الطرح الوظيفي الذي يعتبر أن كل عنصر داخل المؤسسة يساهم في تعزيز الكفاءة والاستقرار.

كما بينت النتائج وجود بعض مظاهر الخلل الوظيفي مثل الاعتماد المفرط على التقنية، ضعف التكوين المهني، ومحدودية الإبداع، وهو ما يتفق مع طرح روبرت ميرتون حول إمكانية أن يتحول بعض العناصر داخل النسق إلى مصدر خلل إذا لم يتم توظيفها بطريقة متوازنة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أما من زاوية البدائل الوظيفية، فقد أظهرت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي لا يلغي دور الصحفي، بل يمثل أداة مساعدة تدعم الأداء المهني وتكمل الوظائف الصحفية التقليدية، وهو ما يعكس فكرة التكامل الوظيفي داخل المؤسسة الإعلامية.

وعليه، تؤكد الدراسة أن الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية العمومية يمثل عنصرا وظيفيا مهما اليوم في تطوير الممارسة الصحفية، لكن فاعليته ترتبط بمدى التكوين المهني، الضبط الأخلاقي، والوعي الحقيقي بالتقنية.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة الموسومة بـ "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية العمومية - إذاعات الشرق أنموذجاً"، توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت تمثل أحد التحولات الحديثة التي فرضت حضورها داخل المجال الإعلامي، خاصة في المؤسسات الإعلامية العمومية، لما توفره من إمكانيات تسهم في تحسين الأداء المهني وتطوير الممارسة الصحفية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن هناك وعياً متزايداً لدى الصحفيين بأهمية الذكاء الاصطناعي ودوره في دعم العمل الإعلامي، حيث برزت أهم استخداماته في مجالات الترجمة الآلية، جمع الأخبار، التحرير الصحفي، إنتاج الصوتيات، وإدارة المحتوى الإعلامي، وهو ما يعكس توجهًا واضحًا نحو توظيف هذه التقنيات في تسهيل المهام الصحفية وتسريع وتيرة الإنتاج الإعلامي.

كما بينت لنا النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم في رفع كفاءة العمل الصحفي، تحسين جودة المحتوى الإعلامي، تقليل الجهد والوقت المبذول، وتسهيل بعض العمليات التقنية والتنظيمية داخل المؤسسة الإعلامية، مما يجعله أداة فعالة في تطوير الأداء الإعلامي داخل الإذاعات العمومية.

ورغم هذه الإيجابيات، وضحت الدراسة أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ما يزال يواجه عددًا من التحديات، من أبرزها قلة التكوين المهني، الاعتماد المفرط على التقنية، محدودية بعض الجوانب الإبداعية، وضعف التحكم الكامل في بعض التطبيقات الحديثة، وهو ما قد يؤثر على فعالية الاستخدام الأمثل لهذه الأدوات داخل البيئة الإعلامية.

كما أجمعت أغلب فئة المبحوثين على ضرورة إدماج الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الإذاعي، لكن في إطار استخدام متوازن ومنظم، يضمن الاستفادة من الإمكانيات التقنية لهذه الأدوات دون المساس بالدور المهني والإنساني للصحفي، باعتبار أن الذكاء الاصطناعي يمثل وسيلة مساعدة تدعم الأداء الصحفي ولا يمكن أن يكون بديلاً عن العنصر البشري.

وفي الأخير، تؤكد هذه الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة حقيقية لتطوير الممارسة الصحفية داخل المؤسسات الإعلامية العمومية، خاصة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها القطاع الإعلامي. غير أن نجاح توظيفه يبقى مرتبطاً بضرورة توفير التكوين المستمر، تعزيز الوعي المهني، وضع ضوابط أخلاقية وتنظيمية واضحة، وتوفير بيئة تقنية مناسبة تضمن الاستفادة المثلى من هذه التقنيات، بما يسهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي والحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية للممارسة

خاتمة

الصحفية وتحقيق الإنسجام والتوافق بين العنصر البشري (الصحفيين) والعنصر التقني (الذكاء الاصطناعي) في العمل الإعلامي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. المعاجم والقواميس

1. البستاني، ف. (2002). *منجد الطلاب*. بيروت: دار المشرق.

2. الكتب

1. Armand, & Michèle Mattelart. (1997). *Histoire des théories de la communication*.

Paris: La Découverte.

2. لارامي، ب. فالي، ترجمة ميلود سفاري وآخرون. (2004). *البحث في الاتصال: عناصر منهجية*.

الجزائر-قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري.

3. أبو القاسم علي الرتيبي، م. (2012). *الذكاء الاصطناعي والنظم الخبيرة*. طرابلس.

4. الحميد، م. ع. (2000). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب.

5. المعطي، ع. ا. (1981). *اتجاهات نظرية علم الاجتماع*. الكويت: سلسلة عالم المعرفة.

6. أنجرس، م. (2004). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية*. الجزائر: دار القصبة.

7. تيماشيف، ن. (1999). *نظرية علم الاجتماع: طبيعتها وتطورها*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

8. جمال أبو شنب. (2005). *الاتصال والإعلام والمجتمع*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

9. خالد حامد. (2008). *منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*. الجزائر: دار الجسور.

10. دليو، ف. (2015). *قضايا معاصرة: من الملكية الفكرية إلى الذكاء الاصطناعي*. الجزائر: دار هومة.

11. ديفلير، م. وساندرا بول روكيتش. (1993). *نظريات وسائل الإعلام*. القاهرة.

12. صابر، ف. ع.، وميرفت علي خفاجة. (2002). *أسس ومبادئ البحث العلمي*. الإسكندرية.

13. صلاح الدين شروخ. (2003). *منهجية البحث العلمي للجامعيين*. الجزائر: دار العلوم.

14. عادل عبد النور بن عبد النور. (2005). *مدخل إلى عالم الذكاء الاصطناعي*. السعودية.

15. عبد الرحمان أسامة. (2018). *الذكاء الاصطناعي ومخاطره*. مصر.

قائمة المراجع

16. عبد الرحمان بدوي. (1977). *مناهج البحث العلمي*. الكويت .
17. عبد المالك الدنانى، خالد درار، بن عمر عمر. (2025). *تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الإعلامي بالدول العربية*. عمان .
18. علاء عبد الخالق حسين. (2024). *الذكاء الاصطناعي: مفاهيم وتقنيات*. العراق .
19. عليان، ر. م.، وعثمان محمد غنيم. (2000). *مناهج وأساليب البحث العلمي*. عمان .
20. عمر، م. خ. (1999). *نقد الفكر الاجتماعي الجديد المعاصر*. بيروت .
21. فضيل دليو، وعلي غربي. (1999). *أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية*. الجزائر .
22. كريب، إ. (1999). *النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس*. الكويت .
23. محمد فوزي الغامدي. (2024). *الذكاء الاصطناعي في التعليم*. السعودية .
24. محمد، ع. أ. (2004). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة .
25. مكاوي، ح. ع.، وليلى حسين. (2003). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة .
26. مهنّا، ف. (2002). *علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية*. دمشق .
27. مي، أ. أ. (2006). *نظريات الاتصال*. بيروت .
28. نصر، م. م. (2017). *الخدمة الاجتماعية في المجال المدرسي*. القاهرة .

3. المقالات العلمية

1. أحمد علي الزهراني. (2022). *تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ...*
2. أحمد غربي. (2024). *الإعلام والذكاء الاصطناعي: تحديات قانونية وتقنية ...*
3. أحمد، أ. ز. (2007). *الممارسة الصحفية والأداء الصحفي* .
4. التوهامي، أ. البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر ...
5. خالد لراة، ومنى مايسة منذر. (2023). *مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي ...*
6. خيرة ن.، وفيلالي ل. *الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة ...*

قائمة المراجع

7. صلاح الدين عواد. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي .
8. عبد الحق سويلم، ومحمد صافي. (2024). ماهية الذكاء الاصطناعي .
9. عبد السميع طاهر، وزيايد شايب الذراع. (2024). تقنيات الذكاء الاصطناعي ...
10. عبد العزيز أسامة السيد، ومروة رضوان إبراهيم. (2022). الأثر المجتمعي ...
11. عزي، ع. ا. (1980). مسألة البحث عن منهجية بحث .
12. عليط نصيرة. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ...
13. عواد صلاح الدين. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي .
14. فاطمة شعبان أبو الحسن. (2023). اتجاهات دارسي وممارسي الإعلام ...
15. محمد وسام عبد العزيز عامر وآخرون. (2023). مستقبل توظيف آليات وتقنيات الذكاء الاصطناعي ...
16. مرطدى حسن علي الشمري. (2024). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ...
17. مصطفى عباس محمد رضا. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني .
4. الرسائل الجامعية (ماجستير / دكتوراه)
 1. حورية ط. (2018-2019). أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر .
 2. هاجر ب. (2022-2023). الممارسة الإعلامية بين الضوابط القانونية والأخلاقية في الجزائر .
 3. هميسي، ن. ا. (2007). أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة .
 4. هميسي، ن. ا. (2007). أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة (نسخة إلكترونية).
5. الملتقيات والمؤتمرات
 1. سفيان غنيو. (2024). علوم الإعلام والاتصال في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. ملتقى وطني .
 2. علي عبد القادر القهوجي (إن كان ضمن قائمتك السابقة) .

6. المواقع الإلكترونية

1. Public Media Alliance. *What is Public Service Media*.
2. بكه. (2025). الذكاء الاصطناعي وخصائصه ومجالاته وفئاته .

ملاحق



جامعة عباس لغرور - خنشلة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



تخصص: سمعي بصري

الرقم التسلسلي:.....

إستمارة إستبيان بعنوان

الذكاء الإصطناعي كأداة لتطوير الممارسة الصحفية في المؤسسات الإعلامية العمومية

دراسة ميدانية لعينة من صحفيي إذاعات -الشرق-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د/ جمال قواس

إعداد الطلبة:

- إيمان شخاب

- سهام حمادي

ملاحظة

هذه الإستمارة خاصة ببحث ميداني، نأمل منكم التعاون في إجاباتكم على أسئلة الاستمارة بشكل صحيح ودقيق مما يساعد في الوصول إلى نتائج موضوعية، ونود أن نؤكد لكم أن المعلومات التي ستدلون لنا بها لن نستخدم إلا لغرض البحث العلمي.
الرجاء وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة

أولاً: البيانات العامة

1 - الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

2 - السن:

☐ • أقل من 25 سنة

☐ • من 25 إلى 35 سنة

☐ • أكثر من 36 سنة

3 - الخبرة المهنية :

☐ • أقل من 5 سنوات

☐ • من 5 إلى 10 سنوات

☐ • أكثر من 10 سنوات

4 - الوظيفة الحالية :

☐ • مراسل صحفي

☐ • صحفي ميداني

☐ • مسؤول تحرير

☐ • معد برامج

☐ • تقني الصوت

☐ • مذيع

• أخرى:

ثانياً: أبرز تطبيقات وتقنيات الذكاء الإصطناعي في العمل الإعلامي

1 - ما مدى معرفتك العامة بالذكاء الإصطناعي؟

☐ • جيدة جداً

☐ • متوسطة

- ضعيفة ☐

2

2- ماهي أبرز تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها في عملك؟

- برامج الترجمة الآلية ☐
- أدوات توليد النصوص آليا ☐
- برامج تحليل الصوت ☐
- أدوات تحويل الصوت الى نص ☐
- أنظمة ادارة المحتوى الرقمي باستخدام الخوارزميات ☐
- أدوات توليد الصور والفيديوهات ☐

أخرى:

ثالثا: توظيف الذكاء الإصطناعي في العمل الإعلامي

1 - هل تستخدم الذكاء الإصطناعي في عملك؟

- دائما ☐
- أحيانا ☐
- لا أستخدام ☐

2 - في أي مجال تقوم بتوظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي؟

- إنتاج الصوتيات والمونتاج ☐
- الترجمة ☐
- إدارة المحتوى الرقمي ☐
- تحليل البيانات ☐
- جمع الأخبار ☐
- أخرى

3 - ما مدى مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة عملك؟

- كبيرة ☐

- صغيرة ☐
- متوسطة ☐
- لا توجد تأثير ☐

رابعاً: دور الذكاء لإصطناعي في العمل الإعلامي

1 - ماهو الدور الذي تلعبه تقنيات الذكاء الإصطناعي في عملك؟

- تسريع الإنتاج الإعلامي ☐
- تحسين جودة المحتوى ☐
- المساعدة في اتخاذ القرارات ☐
- دعم الإبداع والتحرير ☐
- المساهمة في الأرشفة والتحليل ☐
- تسهيل العمل الاعلامي ☐

2 - هل تعتقد أن ادماج الذكاء الإصطناعي في الاذاعة اصبح ضروري؟

- نعم ☐
- لا ☐
- إلى حد ما ☐

خامساً: الإيجابيات والسلبيات في استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي

1 - ماهي أبرز الإيجابيات التي لاحظتها من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

- تسريع المهام ☐
- تقليل الجهد البدني ☐
- تحسين جودة التحرير ☐
- تسهيل الترجمة ☐
- دعم الإنتاج الصوتي ☐

أخرى:

2 - ماهي أبرز السلبيات التي لاحظتها من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

- ضعف الترجمة العربية ☐

ملاحق

- محدودية الإبداع ☐
- الإعتماد الزائد على التقنية ☐
- قلة التكوين المهني في التقنيات ☐

اخرى:.....

3- ماهي أهم التحديات التي تواجه الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4- ماهي أهم مقترحاتك من أجل تطوير الممارسة الاعلامية ، بالاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5- في رأيك هل سيلغي الذكاء الاصطناعي دور الصحفي في المؤسسات الاعلامية ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....