



تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية

"دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين"

Artificial Intelligence Technology in Media Institutions

"Field study on sample of Algerian journalists"

كريمة بومدين*

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر)، k.boumedine@univ-dbk.m.dz

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/09/20

تاريخ الاستلام: 2023/07/20

DOI: 10.53284/2120-010-004-038

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية لدى الصحفيين، حيث تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على اداة الاستبيان للإجابة على اشكالية الدراسة، وتحقيق أهدافها، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على 10 مفردات عينات الدراسة بطريقة قصدية يعملون بالإذاعة، التلفزيون، الصحافة المكتوبة، وقد توصلنا في الأخير الى جملة من النتائج أبرزها أن فيه توجه كبير للمؤسسات الإعلامية والصحفيين لاعتماد تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في عملهم الاعلامي لمواكبة التطور في هذا المجال، إلى أنه لا يجب التخلي عن العنصر البشري.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، المؤسسة الإعلامية، الصحفي.

Abstract:

This study aims to know the reality of the use of artificial intelligence technology in media institution for journalists, this study is one of the descriptive studies that relied on the questionnaire tool to answer the problematic of the study, and achieve its objectives, the questionnaire form was distributed to 10 items of the study sample in a deliberate manner, representing journalists working on radio, television, written journalism, and we have finally reached a number of conclusion, most notably that it has a great orientation for media institutions and journalists to adopt artificial intelligence technology in their field, but the human element must not be abandoned.

Keywords: Artificial Intelligence, Media Institution, journalist.



1. مقدمة:

لقد شهد المجال التقني والتكنولوجي تطورات ملحوظة على مختلف المستويات والميادين والتخصصات، حيث عرف المجال الاعلامي تحولات جذرية وسريعة غير مسبوقة نتيجة هذه التطورات، مما جعل من مختلف المؤسسات الإعلامية والصحفيين التوجه نحو استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، هذا الاخير الذي يعتبر نقطة تحول كبيرة في تاريخ البشرية، نظرا لما أوجده من تقنيات حديثة وجديدة في عمليات الإدارة والتسيير بشكل عام، وعمليات التحرير والكتابة، التغطية الإعلامية، التقديم والتنشيط... وغيرها من الأنشطة والممارسات التي تتم في عالم الصحافة والاعلام بشكل خاص، وإن الاستثمار في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة حتمية لمسايرة التطورات التكنولوجية من جهة، وتطوير العمل الاعلامي من جهة اخرى.

ونتيجة لهذا جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على واقع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الإعلامية بالجزائر ولدى الصحفيين العاملين في مجال الإذاعة، والتلفزيون، والصحافة المكتوبة، حيث تم تقسيمها الى الجانب المنهجي الذي تناول مشكلة الدراسة، تساؤلات الدراسة، أهدافها. أهميتها، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، إضافة الى الجانب النظري الذي تطرقنا فيه الى مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخداماته في مختلف المجالات، وتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بالاعلام. وفي الأخير الجانب التطبيقي الذي تم فيه عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

2. الجانب المنهجي للدراسة:

1.2 مشكلة الدراسة:

إن التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد مس جميع المجالات والميادين، وهذا ما جعل جميع المؤسسات والهيئات عمومية كانت أو خاصة تتجه نحو مسايرة هذا التطور محافظة على بقائها واستمرارها، ونخص بالذكر مجال الاعلام والصحافة على وجه الخصوص، حيث نجد ان معظم المؤسسات الإعلامية والصحفية تتجه نحو التحول الرقمي، واعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي هذا الاخير الذي فرضته التطورات الرقمية والبيئية العالمية.

وبهذا يمكن القول ان الذكاء الاصطناعي قد قدم مفاهيم جديدة للإعلام والصحافة ارتبطت بما يعرف بصحافة الذكاء الاصطناعي، صحافة الروبوت، الصحافة الخوارزمية...، ومن خلال هذا يطرح الاشكال الرئيسي لهذه الدراسة: ما مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية والصحفية على تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

2.2 تساؤلات الدراسة:

- ما طبيعة استخدام عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الاعلامية؟
- فيما تتمثل اهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية لدى الصحفيين عينة الدراسة؟

3 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.



4.2 أهمية الدراسة:

تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال تناول موضوع الذكاء الاصطناعي، هذه التكنولوجيا الجديدة التي أصبحت تستخدم بشكل واسع ومتسارع في مختلف المجالات والميادين خاصة مجال الاعلام والصحافة، حيث أن تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوقت الحالي يعد مسألة ذات أهمية كبيرة، لكونه تحول رقمي وتطور تكنولوجي بالمؤسسات الإعلامية والصحفية.

5.2 منهج الدراسة وأداتها:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لدى الصحفيين خلال عام 2023، وهي من الدراسات الميدانية التي تعتمد على اداة الاستبيان كأسلوب بحث للتعرف على المواقف والاتجاهات والوصول الى الحقائق، فالاستبيان هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحوث حول ظاهرة او موقف معين، بحيث تم تصميم استمارات الاستبيان انطلاقا من تساؤلات الدراسة وأهدافها، احتوت على 13 سؤال موزعة على ثلاث محاور:

المحور الأول: تناول البيانات الشخصية.

المحور الثاني: طبيعة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية لدى الصحفيين عينة الدراسة.

المحور الثالث: تناول أهمية استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية لدى الصحفيين عينة الدراسة.

6.2 عينة الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة القصدية تمثلت في مجموعة من الاعلاميين والصحفيين يمارسون مهامهم في مختلف المؤسسات الإعلامية (الوسائل المكتوبة، السمعية، والسمعية البصرية)، بحيث تم توزيع استمارة الاستبيان على 10 صحفيين جزائريين.

7.2 مفاهيم الدراسة:

- **الذكاء الاصطناعي:** يعرف الذكاء الاصطناعي على أنه فهم طبيعة الذكاء الانساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الانساني المتسم بالذكاء. (برقان، 2018، صفحة 117)، بحيث يجب فهم الذكاء الاصطناعي كمحاولة لفهم الذكاء باستعمال برامج الاعلام الآلي. (SOUOPLATOFF, février 2018, p. 14)

ويمكن قول ان الذكاء الاصطناعي اجرائيا نقصد به تلك التكنولوجيا الحديثة التي ظهرت بمختلف تطبيقاتها، والتي تستخدم في مجال الاعلام والصحافة مثل صحافة الروبوت، تطبيقات التحرير، الشات بوت، تطبيق smarsheet...

- **المؤسسة الإعلامية:** هي مجموعة من النشاطات التي يقوم بها اشخاص يؤدون أدوارهم وفقا لقواعد محددة، وهي همزة وصل بين افراد المجتمع، وكذلك تقتصر المؤسسة الاعلامية على المجال العام لأنها تعالج قضايا عمومية، وهي فضاء مفتوح يشارك فيه كل اطراف المجتمع، تربط بين كل القطاعات والمجالات، وارتباطها بالسلطة الاعلامية في تلبية الحاجات والرغبات الجماعية والفردية



(قرون، 2022، صفحة 343)، وفي دراستنا نقصد بالمؤسسة الإعلامية هي تلك المنظومة الإدارية والخدماتية التي تقوم على مجموعة من الصحفيين والاعلاميين في قطاعات مختلفة سواء مكتوبة، سمعية، سمعية بصرية.

الصحفي: لقد تعددت التعاريف لمفهوم الصحفي بين الباحثين والمختصين وذلك باختلاف نشاطاته داخل المؤسسة الإعلامية، وقد عرفته لجنة حقوق الانسان التابعة للأمم المتحدة: "الصحافة مهنة تتقاسمها طائفة واسعة من الجهات الفاعلة، بمن فيها المراسلون والمحللون والمحترفون فضلا عن اصحاب المدونات الإلكترونية وغيرهم ممن يشاركون في اشكال النشر الذاتي المطبوع أو على شبكة الانترنت او في مواضيع أخرى (برقان، 2018، صفحة 117)، ومنه يمكن القول أن الصحفي في المفهوم الاجرائي هو ذلك الشخص الذي يمارس مهامه داخل مؤسسته الإعلامية مثل التقديم، والتنشيط، الكتابة والتحرير، الإنتاج، الصيانة...

8.2 الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى "أحمد علي الزهراني: تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسة الإعلامية"، حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية، وقد تم الاستعانة بالمنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، واعتمدت في ذلك على اداة الاستبيان وقد تم نشرها بشكل الكتروني عبر تطبيق الواتساب في الفترة الزمنية من نوفمبر 2021 الى فبراير 2022، توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها:

1. الصحفيون عينة الدراسة يملكون خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
 2. اظهرت النتائج ان نسبة 24.6% من عينة الدراسة لهم معرفة محددة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثلت في كونه استخدام تطبيقات تحرير المحتوى.
 3. وفيما يتعلق بتطبيقات الذكاء التي تتبناها المؤسسات الاعلامية في العمل الاعلامي اظهرت النتائج أن نسبة 90.51% تستخدم الادوات المتاحة على شبكة الانترنت للتحقق من المعلومات.
 4. إن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام يشمل استخدام الروبوت والدرون وعملية الكتابة للمحتوى.
- (الزهراني، 2022)

- الدراسة الثانية "عمرو محمد محمود عبد الحميد: توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الاعلامي وعلاقتها بالمصدقية لدى الجمهور المصري"، حيث استهدفت الدراسة رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الاعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصدقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، حيث طبقت الدراسة على عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث من متابعي الاخبار الاقتصادية، حيث توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج تمثلت في:

1. أبرز المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، البيانات الضخمة، وكذلك التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي، اضافة الى الترجمة الآلية.



2. إن ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي تمثلت في الدقة، الموضوعية، فصل الحقيقة عن الرأي، العدالة والانصاف لمختلف وجهات النظر، اضافة إلى جودة صياغة الخبر. (الحميد، 2020)

- الدراسة الثالثة: "نصيرة بدري، حكيمة روابحية: التحديات المهنية والأخلاقية لصحافة الروبوت -دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين في الفترة الممتدة بين 1 ماي 14 ماي 2023"، حيث هدفت هذه الدراسة الميدانية الى معالجة اشكالية التحديات المهنية والأخلاقية لصحافة الروبوت، والتي طبقت على عينة من الصحفيين الجزائريين قدرت ب 40 مفردة، حيث تم الاستعانة بالمنهج المسحي، والاعتماد على توزيع استبيان الكتروني عبر مجموعة افتراضية عبر موقع الفيسبوك يخص صحفيات وصحفيين جزائريين، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

1. لا يمكن للمؤسسات الإعلامية التخلي عن دور الصحفيين لصالح الروبوت الآلي.

2. لصحافة الروبوت العديد من المزايا كقدرته على خفض تكاليف الانتاج الاخباري، وتوفير ميزة ترجمة المقالات والتقارير واعدادها وعرضها بعدة لغات تتناسب واللغات الرسمية المعروفة في العالم، اضافة الى عملية تقديم الأخبار بسرعة خاصة في ظل وجود أحداث آنية مستمرة على مدار اليوم.

3. يواجه الروبوت مجموعة من العوائق كعدم قدرته على التفاعل وتقديم الاداء المهني المتعارف عليه في ميدان الصحافة.

4. إن التحديات الأخلاقية ستكون من بين العوائق التي تجعل المؤسسات الإعلامية تتخلى عن تبني هذا النوع من الصحافة. بالإضافة الى تحديات مرتبطة اخرى. (روابحية، 2023)

فمن خلال هذه الدراسات السابقة التي تعتبر بمثابة نقطة انطلاق لدراستنا، والتي تم الاستفادة منها في عدة جوانب سواء الجانب المنهجي، النظري والتطبيقي.

3. الجانب النظري للدراسة:

1.3 الذكاء الاصطناعي: قراءة في المفاهيم والاستخدامات:

منذ زمن بعيد والاهتمام يتزايد نحو امكانية جعل الحاسبات الإلكترونية تستطيع القيام بأعمال ومهام يمكن وصفها بأنها ذكية أو خبيرة، وإن الحلم بأن تكون الآلات ذكية قد تحقق على ارض الواقع، واصبحت تلك الآلات لها القدرة على إظهار وإبداء قدر من الاستنتاج أو الاستدلال، واطلقت اليابان على هذه الانواع من الحاسبات اسم الجيل الاول من الحاسبات الاستدلالية، واطلق على الابحاث التي تجرى في هذا المجال اسم ابحاث "الذكاء الاصطناعي"، الذي يعد صناعة جديدة تشتمل على اتجاهات وادوات واساليب متعددة ما زالت قيد البحث والتطوير في مضمار صناعة المعرفة، (بسيوني، 1994، صفحة 13)، حيث يهدف علم الذكاء الاصطناعي الى فهم طبيعة الذكاء الاصطناعي عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الانساني المتسم بالذكاء، وتعني قدرة برنامج الحاسب على حل مسألة ما، او اتخاذ قرار في موقف ما بناء على وصف لهذا الموقف، أن البرنامج نفسه يجد الطريقة التي يجب ان تتبع لحل المسألة او للتوصل الى القرار بالرجوع الى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي غذي بها البرنامج، فعند الحديث عن الذكاء الانساني بشكل عام فإنه يتسم بمجموعة من المعايير اهمها القدرة على التعميم والتجريد،



التعرف على اوجه الشبه بين المواقف المختلفة والتكيف مع المواقف المستجدة، واكتشاف الاخطاء وتصحيحها لتحسين الاداء في المستقبل...الخ. (بونيه، 1993، صفحة 11.12)

اما عن الذكاء الاصطناعي فتعود جذور البحوث فيه الى الاربعينيات مع انتشار الحاسبات واستخدامها وتركز الاهتمام في بداية الخمسينات على الشبكات العصبية، وفي الستينات بدأ نشاط البحث يتوجه نحو النظم المبنية على تمثيل المعرفة والذي استمر العمل به في خلال السبعينيات، ومع بداية الثمانينات وبعد اعلان المشروع الياباني في تنفيذ الجيل الخامس للحاسبات حدثت طفرة كبيرة في بحوث الذكاء الاصطناعي، ورغم الاختلافات في الرؤى والتفسيرات لهذا المفهوم تم الاعتماد على مجموعة من التعاريف للذكاء الاصطناعي، حيث عرفه إيليان ريتش "أن الذكاء الاصطناعي هو ذلك العلم الذي يبحث في كيفية جعل الحاسب يؤدي الاعمال التي يؤديها البشر بطريقة افضل منهم".

وفي تعريف آخر يقدمه أفرون بار وادوارد فيجينبوم هو جزء من علوم الحاسب يهدف الى تصميم انظمة ذكية تعطي نفس الخصائص التي نعرفها بالذكاء في السلوك الإنساني.

كما قدم بروس بوشاتان وادوارد شورتليف تعريفا للذكاء الاصطناعي على انه ذلك الفرع من علوم الحاسب الذي يبحث في حل المشكلات باستخدام معالجة الرموز غير الخوارزمية، (بسيوني، 1994، صفحة 17، 18) حيث يشير مصطلح الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence الى محاكاة الذكاء البشري، من خلال إنشاء أجهزة مبرمجة لها القدرة على التفكير مثل الانسان وتقليد افعاله، حيث يطلق هذا المصطلح على أية آلة تمتلك سمة مرتبطة بالعقل البشري مثل القدرة على التعلم وحل المشكلات، والذكاء الاصطناعي هو الذي يعطي الآلات القدرة على التعلم من التجارب والتكيف مع المعطيات الجديدة، كما يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة الآلة على القيام بالمهام التي تحتاج للذكاء البشري عند أدائها مثل الاستنتاج المنطقي والتعلم والقدرة على التحليل (بحث، مارس 2022، صفحة 05)، فمن خلال مجمل هذه التعاريف يتبين لنا الاختلاف وعدم الاتفاق على تعريف واحد للذكاء الاصطناعي، وذلك لاختلاف الخلفيات والايديولوجيات، ومنه يمكن القول أن الذكاء الاصطناعي هو ذلك العلم الذي يحاكي الذكاء الانساني باستخدام الحاسبات الآلية التي بإمكانها أن تقوم بعمليات وانظمة ذكية لحل المشكلات الإنسانية.

أما عن خصائص الذكاء الاصطناعي فنجدته يتميز بمجموعة من الخصائص تميزه عن غيره من العلوم الأخرى حيث نجد:

- خاصية التمثيل الرمزي باستخدام الذكاء الاصطناعي لرموز غير رقمية، وعمليات حسابية بأسلوب استدلال في برامج عديدة كبرامج التشخيص الطبي وعلم أمراض النبات...الخ.

- عدم وجود حل خوارزمي للمسائل التي يعالجها الذكاء الاصطناعي، وبالتالي لا بد من الاجتهاد واعتماد مجموعة من الطرق للوصول الى الحل المناسب في الوقت المناسب.

- برامج الذكاء الاصطناعي بها تمثيل المعرفة، بالتعبير عن تطابق بين العالم الخارجي والعمليات الاستدلالية الرمزية بالحاسب، وذلك بالتعبير بوضوح وإيجاز وبلغة أقرب ما تكون الى لغتنا الطبيعية.



- قدرة الذكاء الاصطناعي إلى التوصل لحل المسائل حتى في حالة عدم توفر جميع البيانات اللازمة او تكون البيانات غير كاملة وقت الحاجة لاتخاذ القرار.

- امكانية الذكاء الاصطناعي على التعامل مع بيانات متضاربة او تناقض بعضها البعض او يشوبها بعض الاخطاء.
- قدرته على التعلم من الأخطاء بالاستفادة من الأخطاء السابقة واستبعاد المعلومات غير المناسبة، وذلك بتصنيف البيانات على أسس العلاقات المنطقية والفكرية والتماثل. (بونيه، 1993، الصفحات 15-21 بتصرف)

وعن مجالات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي فنجد في عدة مجالات عديدة نذكر بعضها:
مجال التعليم: حيث تشمل اهم الانجازات استخدام البيانات التعليمية لتتبع ودعم المتعلمين في اوقات الأزمات وحالات الطوارئ، واستحداث تقنيات لترجمة الآلية والتعرف على الصور من أجل دعم الانتفاع بموارد التعلم العالمية، ووضع آليات توجيه متكيفة مع الاحتياجات بمساعدة تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي، تستند الى التعرف على انماط التعلم الفردي، واستخدام تقنيات لتشخيص صعوبات التعلم وسد الفروقات والفجوات بين الجنسين في مجال انتفاع المعوقين بالتعليم، (اليونسكو، مارس 2020، صفحة 04) حيث أن البيئة التعليمية الحالية (الفصول الدراسية الثابتة والمحاضرات المتكررة والكتب المدرسية المطبوعة الثابتة) غير قادرة بمفردها على تحقيق اهداف العملية التعليمية، وقد اكد ماريوزيس Mariusz على وجود ثلاث فئات من تطبيقات منصات الذكاء الاصطناعي التي تم تصميمها لدعم عملية التعلم بشكل مباشر: المعلمون الشخصيون لكل متعلم: الذي يتضمن معلومات حول معرفة احتياجات الطلاب المعرفية والعاطفية. ودعم ذكي للتعلم التعاوني عن طريق اربعة اساليب تتمثل في تشكيل مجموعة التكيف، تيسر الخبراء، الوكيل الافتراضي والفحص الذكي. وعوامل افتراضية ذكية التي تتوسط في تفاعل الطلاب عبر الانترنت او المساهمة في المحادثات من خلال العمل كمشارك خبير (مدرب او مدرس)، نظير افتراضي (طالب اصطناعي على مستوى اداري مماثل للمتعلم، ولكنه قادر على تقديم افكار جديدة). ومن هذه المنصات التعليمية نجد منصة Cram101، وبرنامج Netex Learning، منصة EduShare، منصة Aleks التعليمية نظام Learning Curve، منصة Century. (الليثي، 2020، صفحة 72، 70)

اضافة الى مجال التعليم نجد عنة تطبيقات للذكاء الاصطناعي كتطبيقه في ألعاب الذكاء حيث نالت لعبة الشطرنج اهتماما كبيرا من المختصين في مجال الذكاء الاصطناعي لكونها تعتبر اختبارا جيدا للحكم على الآلة بانها ذكية أو لا .

-اثبات نظريات المنطق والرياضيات حيث يعد برنامج Logic Theorist من اشهر الأمثلة على نجاح الذكاء الاصطناعي، وهو من أوائل المشاريع التي كانت تعمل بناء على خوارزمية البحث، كان بإمكانه اثبات النظريات المتعلقة بمجال حساب القضايا proposition calculus الذي تخصص به العالمان راسل ووايتهد Bertrand Russell, Alfred North Whitehead.

-التعرف على الصور حيث يعتبر أحد أصعب الاهداف التي وضعت امام مهندسي الذكاء الاصطناعي في هذا المجال يمكننا قياس ذكاء الآلة بناء على اختبار قدرتها على تمييز الصور حتى في حال تعرض الصورة لنقص او تشويه، ويتعداه كذلك الى قدرتها على التعرف على الكتابة المطبوعة واليدوية التي تعد تحديا كونها تختلف من انسان في شكل الخط وحجمه.



-تعليم الآلات: حيث قام علماء الذكاء الاصطناعي بالعديد من الأبحاث في هذا المجال، ومن الاختراعات المذهلة في الآونة الأخيرة جهاز واتسون Watson الذي أنتجته شركة IBM. وما يميز هذه الآلة قدرتها على القيام بـ 80 بليون عملية في الثانية، حيث تبلغ ذاكرة المعالج 16 تيرا بايت، إضافة إلى قدرة الآلة على فهم الأسئلة التي توجه إليها بدلا من الاعتماد على البحث في قاعدة البيانات فقط مثل محركات البحث.

إضافة إلى هذه المجالات نجد أن تطبيق الذكاء الاصطناعي قد توسع استخدامه ليشمل مجالات أخرى كتحليل اللغة وفهمها وتطبيقات الدماغ الرقمي المبنية على نظريات الشبكة العصبية الاصطناعية وغيرها... (الفرأ، 2012، صفحة 3.6)

-مجال النقل: وذلك من خلال دمج التقنيات الجديدة في وسائل النقل من أجل تسهيل الحياة اليومية، حيث أصبحت هذه الوسائل أكثر موثوقية وكفاءة متصلة بأجهزة استشعار مختلفة، وأجهزة رادار وكاميرات ونظام تحديد الموقع وتثبيت السرعة، مما يساعد في تحسين السلامة على الطريق، وتحسين حركة المرور...

-الطب: حيث أن كثرة الأبحاث في مجال الطب يتعثر على الطبيب الاطلاع على كل هذه الأبحاث، وبالتالي فالذكاء الاصطناعي يساعد في تحليل جميع المعلومات بهدف الكشف عن الارتباطات وتحليل البيانات الضخمة والتوصل إلى دواء.

إضافة إلى البيوت الذكية (من خلال التحكم بالإضاءة والتدفئة، منظمات الحرارة الذكية، التهوية، تكييف الهواء، الأمن، الأجهزة المنزلية...)

وفي مجال التجارة الإلكترونية والمجالات العسكرية والصناعية والاقتصادية والخدمية، ومن بين أهم التطبيقات: السيارات ذاتية القيادة، والطائرات بدون طيار، والتحكم اللاخفي كالتحكم بالسكك الحديدية والروبوت، واستخدامات أخرى ذات صلة بالمفاعلات النووية، وتمديد الأسلاك، وإصلاح التمديدات السلكية تحت الأرضية، واكتشاف الألغام، وصناعة السيارات وغيرها... (محمود، 2020، صفحة 195، 196)

ومنه يمكن القول أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قد مست جميع المجالات والميادين مما ساهم في تطويرها ومن ثم تسهيل الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات والمجتمعات ككل.

2.3 الذكاء الاصطناعي والاعلام:

نظرا لما تتيحه التطورات التكنولوجية الأخيرة في مجال الذكاء الاصطناعي توسع استخدام هذا الأخير ليشمل عدة مجالات بما فيها مجال الاعلام، حيث أصبح بإمكان المؤسسات الإخبارية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الانتاج الصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات والنشر ووضع علامات على المقالات تلقائيا، حيث توفر هذه المنظم مزايا عديدة كالسرعة في تنفيذ الإجراءات المعقدة، وكذلك توسيع التغطية الإعلامية وتحسينها في الوقت الحقيقي، وتعزيز علاقات وسائل الاعلام مع جمهورها من خلال تزويدهم بسياق شخصي أو تفضيلاتهم (الزهراني، 2022، صفحة 17) إضافة إلى أن الذكاء الاصطناعي له امكانية هائلة في التخلص من الكثير من العمل الشاق في مجال



الصحافة، لا سيما عملية جمع البيانات للعثور على مقترحات لقصص شيقة، وتفرغ التسجيلات، وكتابة نمط محدد وقصير من الاخبار... (منصور، 2021، صفحة 1399)

لقد حققت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تطورا غير مسبوق في مجال الإعلام، وبذلك انتجت مفهوما متطورا يعرف بـ "صحافة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence Journalism"، أو "صحافة الروبوت Robot Journalism"، والتي من شأنها إحداث تغييرات كبرى على المؤسسات الإعلامية سواء ما تعلق بالمعالجة والتغطية الإعلامية، طرق التعامل مع المضامين الإعلامية من حيث الإرسال والتلقي، والتي قد تجعل من الاعلام ثورة تقنية لها القدرة على التأثير ومخاطبة الجمهور وصناعة وتشكيل الرأي العام لما توفره مميزات تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ومنه يمكن القول انها استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام تشمل اهم العناصر التالية:

- انتاج المحتوى الإعلامي، بإنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي في الموضوعات المعتمدة على البيانات الإحصائية (بحث، مارس 2022، صفحة 14)، والبحث عن البيانات الضخمة ومعالجتها بالاستعانة بالخوارزميات في مجال الصحافة، مما يساعد الصحفيين على ربط البيانات ببعضها حول مختلف المواضيع. (الدين، 2022، صفحة 373)

- التأكد من مصداقية المعلومات والمضمون الاعلامي بشكل سريع، حيث أن خوارزميات الحاسب الآلي أصبحت تلعب دور اساسيا في غرف الاخبار الحديثة تعتمد عليها المؤسسات الصحفية الأمريكية والأوروبية مثل اسوشييتدبرس AP وفوريس ولوس انجلوس تايمز...، وذلك لقدرة هذه التكنولوجيا على انتاج المحتوى بشكل أسرع بلغات متعددة، وبأعداد أكبر مع عدد أقل من الأخطاء والتحيز، مما يؤدي الى تحسين جودة الأخبار ودقتها، والتغلب على مشكلة الأخبار المزيفة. (الزهراني، 2022، صفحة 18)

- إنتاج المحتوى بالامتة الكلية لعملية انتاج الأخبار والإنشاء الآلي لها بدون تدخل الصحفيين (الدين، 2022، صفحة 373) والتي تعرف بـ "صحافة الروبوت" بالاعتماد على خوارزميات توليد اللغة الطبيعية التي تدعمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحويل البيانات تلقائيا الى قصص اخبارية سواء نصوص او صور وفيديوهات وبيانات وتوزيعها عبر المنصات الرقمية. (الحميد، 2020، صفحة 2817)

- التعرف على الجمهور واتجاهاته ومواقفه والقضايا التي يتم مناقشتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وكشف هويات المصادر الإعلامية وتوجهاتها الحقيقية ودراسة الأطراف المعادية (بحث، مارس 2022، صفحة 16)، حيث يعتمد موقع face على أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي "التعلم العميق Deep Learning" في فهم سياق الصورة، وتحليل محتوياتها وكلماتها في مشاركات المستخدم من اجل فهم سياقها وفهم معناها، كما يستخدم الموقع الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار المزيفة Fake News، والكشف عن "التزييفات العميقة"، التحقق من صحة الصور، الفيديو، وتوليد النص السردي بسرعة كبيرة.

- المساعدة على تحديد أهمية المواضيع والاحداث فيما يتعلق بالنشر والمتابعة لحيثياتها، للتعرف على اهتمامات الجمهور الراهنة وتحديد أهمية مختلف القضايا.

- توزيع المحتوى الاعلامي وذلك بتقديم قصص يتم تكييفها خصيصا لكل مستخدم بشكل فردي.



- المساعدة على التفاعل وتأطير التعليقات. (الدين، 2022، صفحة 373)

وفي هذا السياق يشير راي كيرتسويل أنه بحلول عام 2040 ستتفوق أجهزة الكمبيوتر على العقل البشري في مرحلة تعرف باسم "التفرد التكنولوجي"، ومع ذلك فإن الاعتراف بقيود الذكاء الاصطناعي والتكيف بشكل صحيح مع طبيعة العمل الصحفي البشري، يمكن أن يقصر الصحافة الروبوتية على بعض أجزاء المحتوى الاعلامي وأن تصبح وسائل مساعدة للصحفيين في قطاعات أخرى (الزهراني، 2022، صفحة 18)، حيث تشير بعض التقديرات الى أن المستويات الحالية لتقنية الذكاء الاصطناعي يمكنها اتمتة حوالي 15% فقط من وظيفة المراسل، و9% من وظيفة المحرر، وأن البشر زالون يتمتعون بميزة تفوق الذكاء الاصطناعي في عديد من المجالات الرئيسية التي تعد ضرورية للصحافة بما في ذلك التواصل المعقد وتفكير الخبراء والقدرة على التكيف والابداع. (منصور، 2021، صفحة 1421)

4. عرض نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول 1: يبين المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة.

متغير الجنس		
50%	05	ذكور
50%	05	اناث
100%	10	المجموع
متغير العمر		
00%	00	35-25
70%	07	45-36
30%	03	46 فما فوق
100%	10	المجموع
متغير التخصص		
70%	07	اعلام واتصال
20%	02	علوم سياسية
10%	01	مهندس تقني
100%	10	المجموع
متغير نوع المؤسسة		
16.66%	02	صحافة مكتوبة
75%	09	اذاعة
8.33%	01	تلفزيون
100%	12	المجموع
متغير الخبرة المهنية		



00%	00	أقل من 5 سنوات
100%	10	5 سنوات فما فوق
متغير مجال العمل		
29.41%	05	الصوت والمونتاج
11.76	02	الانتاج
5.88%	01	الصيانة
11.76%	02	الكتابة والتحرير
29.41%	05	التقديم والتنشيط
11.76%	02	الفيديو والمونتاج
100%	17	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة تمثيل الجنسين متماثلة بلغت نفس النسبة والمقدرة بـ 50% لكل من الذكور والاناث. أما الفئة العمرية فنلاحظ أن الفئة 36-45 هي الفئة العمرية الغالبة قدرت بـ 70% تليها فئة 46 فما فوق بـ 30% وهذا باعتبار أن المؤسسات الإعلامية تعتمد على طاقات شبابية.

تبين المعطيات اعلاه والمتعلقة بمتغير التخصص أن علوم الاعلام والاتصال هو التخصص الغالب بـ 70%. يليها تخصص العلوم السياسية بـ 20% وتخصص مهندس تقني بـ 10%. وهذا باعتبار ان مجال العمل الاعلامي يتطلب متخصصين في علوم الاعلام والاتصال.

تبين المعطيات أن غالبية العينة مجال عملهم هو الإذاعة قدر بنسبة 75% يليها صحافة مكتوبه بـ 16.66%. وفي المرتبة الأخيرة التلفزيون بـ 8.33%. وذلك لتزامن توزيع الاستثمارات مع مجال العمل بالإذاعة وصعوبة الوصول في احيان كثيرة الى التلفزيون والصحافة المكتوبة.

أما عن متغير الخبرة المهنية فنجد خبرة خمس سنوات فما فوق قد اخذت النسبة الساحقة قدرت بـ 100% وذلك لقدم تأسيس المؤسسات الاعلامية بالجزائر وهو ما يتطلب خبرة أكبر في المجال.

كما تبين المعطيات المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة أن مجال عمل العينة قد تنوع وتعدد حتى ان بإمكان المفردة الواحدة العمل بعدة مجالات، حيث نجد التقديم والتنشيط والصوت والمونتاج في المرتبة الأولى وبنفس النسبة قدرت بـ 29.41% ، يليها مجال العمل بالكتابة والتحرير، الفيديو والمونتاج، الانتاج في المرتبة الثانية وبنفس النسبة قدرت بـ 11.76% ، وفي المرتبة الأخيرة العمل بالصيانة بنسبة 5.88% ، وهذا ما يفسر أن افراد العينة بحكم خبرتهم في المجال الاعلامي كان بإمكانهم العمل بعدة مجالات بنفس المؤسسة.



الجدول 2: المحور الثاني: طبيعة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة الإعلامية:

هل لديك فكرة مسبقة عن الذكاء الاصطناعي		
90%	09	نعم
10%	01	لا
100%	10	
هل تستخدم مؤسستكم أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي		
50%	5	نعم
50%	5	لا
100%	10	المجموع
إذا كانت اجابتك بنعم منذ متى وهي تستخدم هذه التطبيقات؟		
40%	02	أقل من سنة
20%	01	من سنة الى 5 سنوات
40%	02	أكثر من 5 سنوات
100%	05	المجموع
إذا كانت اجابتك بلا هل يعود هذا الى:		
11.11%	01	التكلفة العالية
44.44%	04	صعوبات تقنية
44.44%	04	غياب متخصصين في المجال
100%	09	المجموع
ماهي أكثر التطبيقات استخداما بمؤسستكم		
00%	00	الروبوت
29.41%	05	تطبيقات التحرير
5.88%	01	الدرون
11.76%	02	برمجيات إدارة قواعد البيانات (للحصول على القصص الإخبارية)
11.76%	02	خوارزميات الشبكات الاجتماعية
5.88%	01	تطبيق ذكي لإدارة العمل Smartsheet
00%	00	خرائط (لرصد أماكن الأحداث)
23%	04	الشات بوت (للتواصل مع القراء)
11.76%	02	الجرافيك
100%	17	المجموع

تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية
"دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين"



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة لهم فكره مسبقة عن الذكاء الاصطناعي وذلك بنسبه 90%، في حين 10% ليس لديهم فكرة مسبقة عن الذكاء الاصطناعي، وهذا ما يدل على أن عينة الدراسة لديها اطلاع واسع بالتكنولوجيا وتطوراتها. نلاحظ من خلال معطيات الدراسة ان تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لا زالت في بداياتها الأولى في التطبيق وهذا ما يظهر من خلال تماثل نسبة اعتماد المؤسسات وعدم اعتماد البعض الآخر وذلك بنفس النسبة قدرت بـ 50%. حيث أن ادخال هذه التكنولوجيا الجديدة في بعض المؤسسات حسب عينة الدراسة فقد تم اعتمادها منذ أقل من سنة وأكثر من خمس سنوات في مؤسسات اخرى وذلك بنسبة 40%، وفي مؤسسات اخرى تم اعتمادها من سنة الى خمس سنوات وذلك بنسبه 20%، وهذا ما يدل على حداثة هذه التكنولوجيا ومسايرة بعض المؤسسات الإعلامية للتطورات التكنولوجية الحاصلة على مستوى الساحة الإعلامية خاصة بالمؤسسات السمعية والبصرية.

أما عن الفئة التي اجابت بعدم اعتماد مؤسستها على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي فإنهم يفسرون هذا بسبب غياب متخصصين في المجال وصعوبات تقنية في المرتبة الأولى وبـ 44.44% ليحتل سبب التكلفة العالية المرتبة الأخيرة بنسبة 11.11%، وهذا ما يدل على ان تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها بالمؤسسات الإعلامية لا زالت في بداياتها الأولى مما يفرض وجود صعوبات تقنية لتعقد هذه التكنولوجيا وارتباطها بعالم الانترنت بشكل كبير، وغياب متخصصين مؤهلين لهذا النوع من التكنولوجيا.

كما نلاحظ من خلال المعطيات المتحصل عليها في هذه الدراسة أن أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي استخداما بالمؤسسات الإعلامية حسب عينة الدراسة هي تطبيقات التحرير في المرتبة الأولى وذلك بنسبه 29.41% ، وفي المرتبة الثانية الشات بوت بنسبة 23.52% ، لتحتل برمجيات ادارة قواعد البيانات للحصول على القصص الإخبارية وخوارزميات الشبكات الاجتماعية المرتبة الثالثة وبـ 11.76% ، تليها تطبيق ذكي لإدارة العمل Smartsheet والدرون خاصة بالتلفزيون بنفس النسبة قدرت بـ 5.88%، أما عن تطبيقات الروبوت والخرائط فلم تسجل أي نسبة، حيث تفسر هذه النتائج أنه على الرغم من حداثة هذه التكنولوجيا وقلة استخدامها ببعض المؤسسات الإعلامية إلا أن هذه الأخيرة تستخدم بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي مسايرة للتطورات التكنولوجية حسب ما يتطلبه مجال العمل ونوع المؤسسة الإعلامية، لما لهذه التقنيات من قدرة على انتاج المحتوى بشكل أسرع، حيث تشابهت نتائج هذه الدراسة مع دراسة احمد علي الزهراني (الزهراني، 2022، صفحة 29) ، والتي ترى أن 24.6% من العينة يعتمدون في مجال استخدام تطبيقات تحرير المحتوى تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

الجدول 3: المحور الثالث: مدى أهمية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لدى افراد العينة:

أنت كموظف هل تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي		
30%	03	نعم
70%	07	لا
100%	10	المجموع



هل ترى تطبيقات الذكاء الاصطناعي تساهم في:		
15%	03	جودة المحتوى الاعلامي
25%	05	سرعة الوصول إلى المعلومة
40%	08	تسهيل العمل الاعلامي
30%	06	اختصار الوقت
30%	06	تقليل الجهد
100%	20	المجموع
هل سبق لك وان تلقيت تكوينا في مجال الذكاء الاصطناعي		
30%	03	نعم
70%	07	لا
100%	10	المجموع
هل ترى أن هذا النوع من التكنولوجيا ضروري للعمل الإعلامي		
50%	05	نعم
50%	05	لا
100%	10	المجموع
هل ترى أن مؤسستكم بحاجة الى هذا النوع من التكنولوجيا		
60%	06	نعم
40%	04	لا
100%	10	المجموع

توضح المعطيات المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة أن غالبية مفردات العينة المقدرة بـ 70% يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ونسبة 30% من مفردات العينة لا يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهذا ما يدل على أن المجال الاعلامي يتطلب استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي خاصة مع التطورات التكنولوجية الحديثة.

كما نلاحظ من خلال هذه البيانات أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي حسب أفراد العينة تساهم في تسهيل العمل الاعلامي وذلك بنسبه 40%، يلهمها مساهمتها في اختصار الوقت وتقليل الجهد بنفس النسبة والمقدرة بـ 30%، بعدها المساهمة في سرعة الوصول الى المعلومة بنسبة 25%، وفي المرتبة الأخيرة المساهمة في جودة المحتوى الاعلامي بنسبة قدرت بـ 15%، حيث نستنتج من خلال هذا أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها أصبحت معتمدة في المجال الإعلامي ولو بنسبة قليلة لما لها من اهمية كبيرة في تسهيل العمل الإعلامي، وذلك حسب ما اشارت إليه أغلبية مفردات العينة، حيث تعمل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بالمساعدة على البحث وانتاج المحتوى، وذلك بالبحث عن البيانات الضخمة والقيام بمعالجتها بالاستعانة بالخوارزميات في مجال الصحافة (الدين، 2022، صفحة 373).



توضح الأرقام الموضحة على الجدول أن غالبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة بـ 70% قد تلقوا تكويناً في مجال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، أما 30% لم يتلقوا تكويناً، وهذا ما يدل على الاهتمام الكبير بهذه التكنولوجيا والحرص الكبير من قبل المؤسسات الإعلامية والإعلاميين على مساهمة التطورات التكنولوجية.

تبين المعطيات المتحصلة عليها أن مفردات عينة الدراسة قد تماثلت نسبهم من خلال أن 50% يرون أن هذا النوع من التكنولوجيا ضروري للعمل الإعلامي، والنصف الآخر 50% يرون أنه غير ضروري، وهذا يفسر حداثة هذه التكنولوجيا وأن بعض الإعلاميين لا يزالون يتمسكون بالتقنيات التقليدية في العمل الإعلامي، والبعض الآخر يرون أنه لا بد من الاعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

تبرز المعطيات الموضحة على نفس الجدول أن غالبية مفردات العينة المقدرة بـ 60% يرون أن مؤسساتهم الإعلامية بحاجة إلى هذا النوع من التكنولوجيا وذلك لمواكبة التطور في مجال العمل الإعلامي وضمان الجودة والسرعة في الممارسة الإعلامية، كما يرون أن استخدام تطبيقات التركيب والمزج ومعالجة الصور تساهم في تحسين جودة ونوعية المادة الإعلامية المقدمة للجمهور، كما تساعد على ربح الوقت وتقليل الجهد والتكاليف في مقابل معالجة كم هائل من المعلومات في زمن قصير، كما أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تعمل على تحسين أداء المؤسسة ونتاجيتها عن طريق أتمتة العمليات.

في حين نجد أن 40% يرون أن مؤسساتهم ليست بحاجة إلى هذا النوع من التكنولوجيا وذلك من خلال أن المؤسسة الإذاعية خاصة ليست بحاجة إلى استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وذلك لمحدودية عملهم الذي يعتمد أساساً على العمل البشري في إنجاز عمله مباشرة دون اللجوء إلى أي تطبيق، كما يرون أنه لا يمكن للألة أن تقوم بتعويض الإنسان مهما كانت فعاليتها لخلوها من الأحاسيس والمشاعر وهو شيء مهم في مجال الإعلام والاتصال، ولا يمكن تعويض الكفاءة البشرية بل من الضروري الاستغلال الجيد للطاقت البشرية واستغلال إمكانياتها.

وهذا نستنتج أن فيه تضارب كبير بين الاعتماد وعدم الاعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لحداثتها وخوفاً من نقص استغلال اليد العاملة البشرية لما لها من انعكاسات سلبية على عدة جوانب اجتماعية واقتصادية...

نتائج الدراسة:

النتائج العامة للدراسة: من خلال الدراسة الميدانية نستنتج ما يلي:

- 90% من مفردات عينة الدراسة لهم فكرة مسبقة عن الذكاء الاصطناعي، و10% 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 أكثر التطبيقات استخداما حسب مفردات العينة هي تطبيقات التحرير بنسبة 29.41% تليها الشات بات بـ 23.52%، ثم برمجيات ادارة قواعد البيانات للحصول على القصص الإخبارية وخوارزميات وشبكات الاجتماعية بنفس النسبة 11.76%، يليها تطبيق ذكي لإدارة العمل Smartsheet والدرون بـ 5.88%.
- إن 70% من مفردات عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، و30% لا يستخدمون هذا النوع من التكنولوجيا.
- تساهم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تسهيل العمل الاعلامي بنسبة 40%. واختصار الوقت وتقليل الجهد بنفس النسبة 30%، تليها سرعة الوصول الى المعلومة 25%، ثم المساهمة في جودة المحتوى الاعلامي 15%.
- إن نسبة 70% من مفردات عينة الدراسة تلقوا تكوينا في مجال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، و30% لم يتلقوا تكوينا.
- إن 50% من مفردات عينة الدراسة يرون أن هذا النوع من التكنولوجيا ضروري للعمل الاعلامي، ونفس النسبة 50% يرون عكس ذلك.
- إن أغلبية مفردات العينة 60% يرون أن مؤسستهم الإعلامية بحاجة الى هذا النوع من التكنولوجيا، و40% يرون أن مؤسستهم ليست بحاجة إلى تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

5. خاتمة:

من خلال هذه الدراسة يمكن القول أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي أصبحت واقعا لا مفر منه، حيث مس جميع المجالات والتخصصات، ولعل عالم الصحافة والاعلام قد نال حظه من هذه التكنولوجيا، من خلال عدة تطبيقات وتقنيات من شأنها تطوير العمل الاعلامي ولكن على الرغم من هذا الى ان العامل البشري يبقى عنصرا ضروريا في هذا الميدان، وبهذا فإن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي يمكن ان تكون كأداة مساعدة للصحفي أو الإعلامي، ولكن لا يمكن ان تحل محله بشكل كلي أو مطلق، وذلك لافتقارها للجانب الإنساني الذي يشترط في الممارسة الإعلامية والصحفية لما له من أهمية كبيرة في تكوين العلاقات والاتصالات البشرية، حيث يجب استغلال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والطاقات البشرية كلاهما مع بعض بما يخدم المجال الإعلامي والصحفي.



6. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- عبد المجيد بسيوني، مقدمة الذكاء الاصطناعي للكمبيوتر، ط1، مصر، دار النشر للجامعات المصرية، 1994.
- آلان بونيه، ترجمة: علي صبري فرغلي، الذكاء الاصطناعي واقعه ومستقبله، الكويت، عالم المعرفة، أبريل 1993.
- مركز القرار للدراسات الإعلامية، دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى إدارة الأزمات الإعلامية "نظرة مستقبلية"، مارس 2020.

• المقالات:

- سليمان يعقوب الفراء، الذكاء الاصطناعي، مجلة البدر، مج 4، ع 1، 2012.
- عمرو محمد أحمد درويش، أحمد حسن محمد الليثي، أتر استخدام منصات الذكاء الاصطناعي في تنمية عادات العقل ومفهوم الذات الأكاديمي لعينة من طلاب المرحلة الإعدادية منخفضي التحصيل الدراسي، مجلة كلية التربية، ج 4، ع 44، 2020.
- عبد الرزاق مختار محمود، تطبيقات الذكاء الاصطناعي: مدخل لتطوير التعليم في ظل جائحة فيروس كورونا، المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، مج 3، ع 4، 2020.
- أحمد علي الزهراني، تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، مج 5، ع 1، جوان 2022.
- أحمد عبد المجيد عبد العزيز منصور، مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، مجلة البحوث الإعلامية، ج 03، ع 58، جويلية 2021.
- سدار رابع، تواتي نور الدين، المصداقية الإعلامية، الذكاء الاصطناعي وشرعية الصحافة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مج 12، ع 01، 2022.
- عمرو محمد محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، مج 55، ج 5، أكتوبر 2020.
- خيرة خديم، محمد برقان، الصحفي المحترف في عصر الاعلام الجديد، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، مج 13، ع 2، ديسمبر 2018.
- حسام الدين غضبان، نورهان قرون، دراسة تحليلية لمشاكل المؤسسات الإعلامية في التعامل مع البيئة الإعلامية الرقمية "دراسة حالة مجمع الشروق للإعلام والنشر، مجلة العلوم الإنسانية، مج 22، ع 2، 2022.

• المدخلات:

- اليونسكو، ندوة علمية حول الذكاء الاصطناعي والادماج "مذكرة مفاهيمية"، باريس، اليونسكو، مارس 2020.
- المراجع باللغة الأجنبية:
- serge SOUDOPLATOFF, l'intelligence artificielle : l'expertise partout accessible à tous, la fondation pour l'innovation politique, février 2018.