

الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات المهنيين بالإعلام حول تطبيقات chat GPT في إنتاج المحتوى الإعلامي

The Media Practice in the Age of Generative Artificial Intelligence - A survey of media professionals' attitudes towards chat GPT applications in media content production

محمد عبد القادر

جامعة يحي فارس - المدية (الجزائر)، mahammed.abdelkader@univ-medea.dz

مخبر الاتصال السياسي والاجتماعي في الجزائر

تاريخ النشر: 2025 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2025 / 06 / 25

تاريخ الاستلام: 2025 / 04 / 14

ملخص:

استهدفت الدراسة تسليط الضوء على الممارسة الإعلامية في ظل توظيف أحد أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي ممثلا في chat GPT في إنتاج المحتوى الإعلامي، وذلك بالتركيز على استكشاف عادات ودوافع توظيفه والفائدة المحققة من وراء ذلك، إضافة إلى رصد الاتجاهات نحو إيجابيات وتحديات هذا التوظيف، واستشراف مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل توسع الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي . توصلت الدراسة إلى أن هناك توظيفا واسعا ومكثفا لـ chat GPT في إنتاج المحتوى الإعلامي، وأنه يعد مساعدا حقيقيا يسهل عمل المهنيين بالإعلام، يوفر لهم خدمات وفوائد متعددة ومتنوعة بفضل قدراته التوليدية والإبداعية، وأن هناك العديد من التحديات المصاحبة لهذا التوظيف، وأن هناك توجه إيجابي نحو مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي .

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي التوليدي؛ شات جي بي تي؛ المحتوى الإعلامي؛ المهنيين بالإعلام؛ الممارسة الإعلامية .

Abstract:

This study aims to shed light on media practices in the age of generative artificial intelligence, focusing on the use of ChatGPT as a key tool in content production. It explores the habits, motivations, and benefits of using this technology in media work, as well as the perceived advantages and challenges of its adoption. The research also seeks to anticipate the future of media practices amid the growing reliance on generative AI . Findings indicate that ChatGPT is widely and intensively used in media content creation, serving as a valuable assistant that supports media professionals through its creative generative capabilities. While offering diverse benefits, its use also brings several challenges. Nonetheless, there is a generally positive outlook toward the future of media practice in light of the ongoing AI revolution.

Keywords: Generative Artificial Intelligence ; ChatGPT; Media content; Media professionals; Media practice

1. مقدمة

يشهد العالم اليوم تنافسا كبيرا بين عمالقة التكنولوجيا، هذا التنافس أفرز ثورة تكنولوجية تعد سابقة في تاريخ البشرية، وبعد الذكاء الاصطناعي أحد أبرز وأهم حلقات هذه الثورة في الوقت الراهن، فتطبيقاته وتقنياته يتم اليوم توظيفها واستخدامها على نطاق واسع جدا سواء من قبل المؤسسات أو الأفراد وفي جميع المجالات تقريبا، بل تحولت إلى أدوات لا يمكن الاستغناء عنها، في ظل هذه الثورة تشهد الممارسة الإعلامية كغيرها من أوجه النشاط البشري تحولا باتجاه توظيف واستخدام التقنيات والتطبيقات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، ويعد Chat GPT أحد أهم وأبرز هذه التقنيات والتطبيقات، فقد تم الاستعانة به من قبل المشتغلين بالحقل الإعلامي نظرا لقدراته الفائقة في فهم اللغة الطبيعية وتحليل النصوص وتوليد محتويات اعلامية سريعة ودقيقة وفق الطلب، الشيء الذي أحدث تحولا في طريقة إنتاج المحتوى الإعلامي وإدارته، ما جعله أداة مبتكرة تلبى احتياجات الإعلاميين في مختلف المجالات من خلال تسهيل العديد من جوانب العمل الإعلامي، بدء من كتابة الأخبار والتقارير، مروراً بتحليل البيانات الإعلامية، ووصولاً إلى تقديم مقترحات إبداعية لصياغة المحتويات، كما يمكنه التفاعل مع الجمهور من خلال الردود التلقائية أو المساعدة في إدارة حملات الإعلام الرقمي، فتوظيف Chat GPT في المجال الإعلامي يعد نقلة نوعية تتيح للإعلاميين التركيز على الجوانب الإبداعية والاستراتيجية، بينما يتولى الذكاء الاصطناعي المهام الروتينية والتحليلية بدقة وسرعة، وهو على هذا النحو يمثل شريكا ذكيا للإعلاميين في عصر يتسم بسرعة المعلومات وتنوع وسائل التواصل.

إشكالية الدراسة :

يشهد العالم اليوم تطورا متسارعا غير مسبوق لتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، هذه الأخيرة أصبحت تتغلغل بشكل رهيب في جميع مناحي وتفاصيل الحياة، ومن المتوقع أن يصبح وجودها جزء لا يتجزأ من يوميات الأفراد والجماعات والمؤسسات، فقد تحولت إلى أدوات محورية لا يمكن الاستغناء عنها، بل سيكون لها الدور الأكبر في رسم وتشكيل مستقبلنا، فقد غزت جميع المجالات وعلى رأسها المجال الإعلامي، فالمشتغلون بهذا القطاع من اعلاميين وصحفيين وصناع محتوى أصبحوا يحرصون بشكل حثيث على استغلالها وتوظيفها لإنتاج محتويات إعلامية ذات جودة تتماشى مع متطلبات العصر والجمهور، ويعد Chat GPT أحد أهم وأبرز هذه التقنيات والتطبيقات وأكثرها شيوعا وشهرة، أطلقته شركة Open AI سنة 2022، وهو عبارة عن روبوت محادثة توليدي يمكنه الرد والإجابة على ما يطلب منه بطريقة تحاكي سلوك البشر، ونظرا للتحسينات التي يشهدها وقواعد البيانات التي يتم ربطها بها والمعلومات التي يتم تزويده بها بشكل مستمر، أصبح يمتلك قدرات فائقة ومتقدمة في مجال التعلم العميق، انشاء النصوص والإجابة على مختلف الأسئلة، توليد وتحليل المحتويات والبيانات الإعلامية على تعددها واختلافها، هذه الميزات وغيرها جعلت منه من بين التطبيقات الأكثر تفضيلا لدى المشتغلين بالمجال الإعلامي، فمن خلاله أصبح بإمكانهم تحرير وإنتاج محتويات إعلامية ذات جودة عالية، بسرعة فائقة وبتكلفة منخفضة، وبمستوى لغوي احترافي متقدم يضاهي اللغة البشرية، وعليه يمكن اعتباره رفيقهم في عملهم والمساهم الأبرز في تحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية وإدارتها، وعلى الرغم من الإمكانيات والتسهيلات التي يقدمها ويتيحها فإنه يثير الكثير من المخاوف والتحديات التقنية والأخلاقية والقانونية التي من الممكن أن تؤثر على معايير وأخلاقيات الممارسة الإعلامية خاصة في الجوانب المتعلقة بالمصادقية والموثوقية، الأصالة والمسؤولية، الجودة والحس والقيم الإنسانية، وكذا على الهوية المهنية للصحفيين والاعلاميين وصناع المحتوى في ظل بيئة رقمية تشهد نوعا من أتممة العمل الإعلامي.

من هذا المنطلق تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي :

ما هو واقع توظيف Chat GPT في إطار الممارسة الإعلامية، وما التحديات التي يطرحها هذا التوظيف على جودة المحتوى الإعلامي ومصادقيته في سياق تطويره بطريقة فعالة ومسؤولة .

وتتفرع عن هذا السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهي عادات توظيف المشتغلين بالاعلام لـ Chat GPT في إطار ممارستهم الإعلامية .
 - ما هي دوافع توظيفه والفائدة المحققة لهم من وراء هذا التوظيف .
 - ما هي اتجاهات المشتغلين بالاعلام نحو ايجابيات توظيف chat GPT والتحديات التي يطرحها على مستوى جودة المحتوى الإعلامي ومصادقيته .
 - ما مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل توسع الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي.
- أهمية الدراسة: تكتسي هذه الدراسة أهمية كونها تسلط الضوء على التزاوج الحاصل بين الممارسة الإعلامية والذكاء الاصطناعي، خاصة في ظل التوجه الكبير نحو توظيف تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي وعلى رأسها Chat GPT في تحرير، انتاج وصناعة المحتويات الإعلامية من قبل الصحفيين والإعلاميين وصناع المحتوى والتحديات المترتبة عن هذا التوظيف ومستقبل الممارسة الإعلامية في خضم هذه الثورة التكنولوجية غير المسبوقة في تاريخ البشرية .

أهداف الدراسة : تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى:

- التعرف على عادات استخدام المشتغلين بالاعلام لـ Chat GPT في اطار الممارسة الإعلامية .
- معرفة دوافع توظيف المشتغلين بالاعلام لـ Chat GPT والفائدة المحققة من وراء ذلك .
- رصد اتجاهات المشتغلين بالاعلام نحو ايجابيات توظيف chat GPT والتحديات التي يطرحها على مستوى جودة ومصادقية المحتوى الإعلامي .
- استشراف مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل توسع الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي .

أولاً: مفاهيم الدراسة :

1. الممارسة الإعلامية : يقصد بها في إطار هذه الدراسة جملة الأنشطة التي تتضمن تحرير وانتاج وتوزيع وإيصال الأخبار والمعلومات والآراء إلى الجمهور بشكل صحيح وموضوعي ونزيه عن طرق بثها أو نشرها عبر مختلف وسائل ووسائط الاعلام والمنصات الالكترونية والاجتماعية المختلفة بهدف تنوير الرأي العام واطلاعه على مستجدات مختلف القضايا والموضوعات بما فيها التثقيفية والترفيهية .

2 . الذكاء الاصطناعي التوليدي : يشير الذكاء الاصطناعي التوليدي إلى نماذج وأدوات الذكاء الاصطناعي التي تحاكي قدرة الانسان والمصممة لإنشاء محتوى جديد مبتكر وأصيل بشكل تلقائي مثل النصوص، الصور، الأصوات، مقاطع الفيديو، الرموز البرمجية أو توليد مخرجات جديدة بناء على البيانات التي تم تدريبه عليها، بدلا من مجرد تحليل أو استخدام البيانات الموجودة، يعتمد في ذلك على مجموعة متنوعة من أساليب وتقنيات تعلم الآلة، الشبكات العصبية وخوارزميات التعلم العميق للتعلم من بيانات التدريب لتحليل الأنماط وتوليد نتائج جديدة مبنية عليها (محمد الهادي، 2023) .

3 . شات جي بي تي (Chat GPT): هو برنامج ذكاء اصطناعي في شكل روبوت محادثة تفاعلي طورته شركه Open AI وأطلقت أول نسخة منه سنة 2022، يعمل على محاكاة العقل البشري في طريقة التفكير وتحليل البيانات، قادر على فهم اللغات البشرية الطبيعية وتوليد النصوص والأفكار، تم ربطه وتدريبه على بيانات واسعة النطاق تسمح بالتحدث بشكل عقلائي ومنطقي، يعطي معلومات ويجيب على الأسئلة المطروحة عليه ويقدم إجابات عنها بطريقة تبدو كأنها صادرة عن شخص حقيقي (شيرين محمد، 2023)، يعتمد في عمله

على تقنيات عديدة من الذكاء الاصطناعي مثل تقنية التعلم العميق والشبكات العصبية العميقة والتجويف البياني لفهم اللغة الطبيعية وإنتاج النصوص (محمد سالم، 2024).

4. **المحتوى الإعلامي** : يشير المحتوى الإعلامي إلى المعلومات والموارد التي يتم إنتاجها ونشرها من خلال وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، يشتمل المحتوى الإعلامي على مجموعة واسعة من الأنواع والقوالب الصحفية والتحريرية والبرامجية سواء كانت مكتوبة، مطبوعة، سمعية، بصرية، رقمية، متعدد الوسائط (الزهراني، 2024).

5. **المشتغلين بالإعلام** : يقصد بهم في إطار هذه الدراسة العاملين في القطاع الإعلامي ضمن المحطات الإذاعية والتلفزيونية، مختلف الصحف والجرائد الورقية أو الإلكترونية، صناع المحتوى لشبكات التواصل الاجتماعي، أصحاب المدونات والمواقع الإلكترونية الإخبارية عبر ولايات (تيارت، تسمسيلت، الشلف، المدية).

ثانياً: الأطار النظري للدراسة

1. **Chat GPT (المفهوم والنشأة)** : شات جي بي تي (Chat GPT) هو اختصار لـ Chat Generative Pre-trained transformer أي المحول التوليدي المدرب سابقاً، فهو بمثابة روبوت محادثة يعمل باستخدام الذكاء الاصطناعي، طورته شركة أبحاث الذكاء الاصطناعي (أوبن آي إي Open AI)، تم تدريبه على بيانات واسعة النطاق تسمح له بالتحدث بشكل عقلائي ومنطقي ليكون قادراً على محاكاة العقل البشري في طريقة التفكير وتحليل البيانات (شرين محمد، 2023)، يستطيع أن يتحاور مع المستخدم ويجيب على ما يطرحه عليه من أسئلة بشكل مفصل، ويتذكر كل ما طرح عليه من قبل من أسئلة خلال الحوار الذي يتم وكأنه بين شخصين، وهو بذلك تطبيق محادثة أو دردشة قائم على إنتاج وإنشاء حوارات ومحادثات مع المستخدمين بشكل فعال اعتماداً على بيانات ضخمة تم تدريبه عليها، ما يجعله قادراً على إنتاج ردود ذات جودة عالية باللغة الطبيعية والتي تشبه الردود المكتوبة من قبل البشر. (هيصام، 2024)، يعتمد في عمله على مجموعة من المراجعات البشرية التي تساعد على التعلم لإجراء محادثات ناجحة كالتي تحدث بين الأفراد، فهو يمتلك قدرة على فهم الكلمات المختلفة وتقديم الردود المناسبة لإجراء محادثة بشكل طبيعي تحاكي المحادثات البشرية عبر تقنيات حديثة ومتطورة، يدعم العديد من اللغات من بينها اللغة العربية، كما يقدم الإجابات على الاستفسارات والأسئلة المطروحة بسهولة وسلاسة، ما يجعل المستخدمين يستمتعون بتجربة دردشة متميزة ومهيرة باللغة العربية (رغيد، 2024).

يعتبر Chat GPT من أقوى وأكثر النماذج اللغوية تطوراً حتى الآن، وهو يعتبر خطوة مهمة في مجال تطوير التكنولوجيا اللغوية وتحسين التواصل الإنساني، فقد أضفى مستخدماً في العديد من التطبيقات، بما في ذلك المحادثات الآلية ومساعدات الدردشة الذكية وتحليل النصوص وتوليد النصوص الجديدة والترجمة الآلية والتوقعات اللغوية والكثير من التطبيقات الأخرى التي تتطلب فهماً لغوياً دقيقاً وإنتاجاً لغوياً.

Chat GPT هو نتيجة لتطور تدريجي لنماذج الذكاء الاصطناعي التي طورتها شركة Open AI، وفيما يلي نظرة تفصيلية على التواريخ الرئيسية التي توضح مراحل تطوره :

2015: تأسيس شركة Open AI كمؤسسة غير ربحية تهدف إلى تطوير ذكاء اصطناعي آمن ومفيد للبشرية .
2018 : إطلاق GPT-1 وهو أول نموذج في سلسلة GPT (Generative Pre-trained Transformer) أي المحولات التوليدية المدربة مسبقاً، وهو نموذج لغوي مدرب على كم هائل من النصوص لتوليد نصوص شبيهة بالبشر.
2019 : إطلاق GPT-2 وهو تطوير للنموذج السابق ونقله نوعية في الأداء مقارنة به فهو مدرب على بيانات أوسع وأكثر تنوعاً، يستطيع كتابة نصوص طويلة ومتداخلة بشكل أكثر وضوحاً .
2020 : إطلاق GPT-3 الذي اعتبر أحدث النماذج اللغوية على الإطلاق، يستطيع أداء مهام معقدة مثل الترجمة، الكتابة الإبداعية، والإجابة على الأسئلة المعقدة .

2022: إطلاق Chat GPT، وهو عبارة عن واجهة محادثة يعتمد على نموذج GPT-3، يركز على المحادثات التفاعلية، مدرب على استخدام تقنية التعلم المعزز من خلال ردود الفعل البشرية، حقق انتشارا واسعا، حيث جذب أكثر من مليون مستخدم في الأيام الأولى من إنطلاقه .

2023 : إطلاق GPT-4 وهو النموذج الاحدث والأكثر تقدما في سلسلة GPT، يمتلك قدرات هائلة على فهم وإنتاج نصوص أكثر تعقيدا، يستطيع التعامل مع السياقات الطويلة، يدعم العديد من اللغات وبشكل أكثر دقة، إضافة إلى ميزات جديدة مثل دعم الصور لتحليل النصوص المصاحبة للصور .

ولا يزال Chat GPT يشهد تطورات وتحسينات مستمرة من خلال تزويده وتدعيمه بإضافات من أجل تحسين أدائه وتفاعله خاصة مع الصور والفيديوهات والملفات متعددة الوسائط وتحسين الأمان والخصوصية به .

2. استخدام Chat GPT في الممارسة الإعلامية :

1.2 أوجه الاستفادة من Chat GPT في الممارسة الإعلامية : تتعدد أوجه الاستفادة من وراء توظيف Chat GPT في الممارسة الإعلامية، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي (الدنداني، درار، وبن عمر، 2023):

- تصحيح الأخطاء اللغوية والاملائية وإيجاد المرادفات لمختلف الكلمات والمصطلحات، حيث يقوم Chat GPT باكتشاف الأخطاء القواعدية واللغوية في الجمل والنصوص التي تقدم إليه، فهو يمتلك القدرة على التمييز بين الماضي والحاضر والمستقبل، وبالتالي بإمكانه اكتشاف الاختلالات في تربية الجمل من حيث المعنى أو من حيث العدد والتذكير والتأنيث، ويقوم بتزويد المستخدم بالكتابة السليمة للجمل، وعليه فإن توظيفه من شأنه التقليل من الأخطاء أثناء كتابة النصوص أو ترجمتها، كما أنه يقدم للمستخدم عدة مرادفات للكلمة الواحدة لاستخدامها بأكثر من شكل بدلا من تكرار الكلمة ذاتها في كل مرة .
- كتابة القصص، ف Chat GPT لديه القدرة على رواية قصص مشوقة، قد تكون خيالية أو تعليمية أو أي نوع آخر من القصص التي لديها القدرة على جذب انتباه القارئ وشغل مخيلته، فما على المستخدم سوى تحديد موضوع القصة التي يرد و الفئة العمرية الموجهة له وترك الأمر له .
- يمكن توظيفه في تصميم الجرافيك والصور والأشكال المختلفة سواء كانت بسيطة أو مركبة، فهو يمتلك قدرات هائلة على ابتكار وتوليد العديد من التصميمات المختلفة حسب الكلمات المفتاحية التي تعطى له، حتى وإن كانت غير موجودة في الواقع، فبإمكان أي مستخدم أن يطلب منه تصميم معين ويستجيب ويلبي رغبته في بضع ثوان .
- القيام بمناظرات حول موضوع محدد، فإذا كان لدى المستخدم موضوع يشغل تفكيره ويريد الحصول على بحث مفصل عنه، فإن Chat GPT سيساعده في هذا الأمر، فما على المستخدم سوى تزويده بالمواضيع والمجالات التي يريد البحث عنها والتعمق فيها، وهو بدوره سيقوم بعرض جميع النتائج ووجهات النظر المختلفة والآراء المخالفة لها، والحجج التي تم ذكرها في سياق الموضوع، كما يقوم بعرض الأفكار التي تؤيد وتفنند هذه الحجج، كما يمكنه أيضا تزويد المستخدم باستنتاجات مبنية على أدلة وبراهين منطقية .
- كتابة محتوى الإعلانات وترجمته، فإذا كان المستخدم يرغب بكتابة اعلان ترويجي لمنتج أو خدمة معينة ولا يجد الصيغة المناسبة لكتابة النص، فيمكن طلب ذلك من Chat GPT، فهو بإمكانه يوفر الصيغة المناسبة والشاملة التي تجذب انتباه الفئة المستهدفة، كما أنه يضمن كتابة العناوين التي يحتاجها الإعلان، كما أنه يوفر خاصية ترجمة الإعلان إلى لغات أخرى بأسلوب جيد وبعيد تماما عن الترجمة الحرفية .

2.2 دور Chat GPT في إنتاج المحتوى الإعلامي: يتمتع Chat GPT بقدرات هائلة يمكنها إحداث ثورة في إنتاج محتوى الوسائط من خلال أتمتة المهام وتخصيص المحتوى وتحسين الكفاءة، ف Chat GPT يمكنه تقديم المساعدة للمستخدمين في الحقل الاعلامي في إنشاء محتويات أكثر جاذبية وابداعا وطرحا، فهو يساعد الصحفيين والإعلاميين وصناع المحتوى على انشاء وصياغة المقالات والمنشورات والنصوص والصور والأشكال والجرافيك، فهو يمتلك القدرة على جمع المعلومات والمعطيات وتوليد الأفكار والكتابة بلغات عدة، إضافة إلى الترجمة منها وإليها بصيغة مكتوبة ومسموعة، ولكن يجب على الصحفيين او الإعلامي أو صناع المحتوى مراجعة النصوص وتدقيقها قبل نشرها، وتنصح شبكة الصحفيين الدوليين بعدم الاعتماد الكلي على روبوت الدردشة في إنتاج المحتويات الاعلامية، بل استخدام المزايا المناسبة فقط والتأكد من صحة المعلومات من مصادر متعددة قبل النشر، خاصة إن اعتماد Chat GPT في إنتاج محتوى الوسائط له جوانب إيجابية وسلبية، فعلى الجانب الإيجابي، يعزز الكفاءة والإنتاجية من خال توليد الأفكار، توفير الإلهام، والمساعدة في صياغة المحتوى (إنجي لطفي، 2024).

3. مزايا استخدام وتوظيف Chat GPT في اطار الممارسة الاعلامية : يقدم chat GPT العديد من المزايا للمستخدمين بالحقل الإعلامي، يمكن ايجازها في الآتي :

1.3 التلخيص : بعد أن كان الاعلاميون يقضون أوقاتا طويلة ويبدلون جهودا للاطلاع على مختلف التقارير والدراسات والتحقيقات والموضوعات الطويلة وفهمها ومن ثمة العمل على تلخيصها في قوالب صحفية وإعلامية، لكن مع وجود Chat GPT أصبح الأمر سهلا للغاية، فهذا الأخير بإمكانه عمل ذلك في بضع دقائق وباحترافية وابداع يضاهي العمل البشري، فقدراته في هذا المجال كبيرة للغاية فهو يمتلك القدرة على تلخيص الأفكار المفتاحية المهمة من بين مجموعة كبيرة من المعلومات والبيانات بسهولة كبيرة جدا وبأي لغة كانت .

2.3 التوليد: توليد النصوص والأفكار والعناوين الجذابة هو جزء متأصل في العمل الإعلامي المهني والاحترافي، وعلى اعتبار أن Chat GPT روبوت محادثة توليدي يقوم بتوليد النصوص والأفكار بناء على البيانات الهائلة التي يتم تغذيته بها باستمرار أو من خلال محادثاته مع المستخدمين والاستفادة من أفكارهم وآرائهم، هذا ما يجعل منه أداة فعالة يمكن المستخدمين بالاعلام الاستعانة بها من أجل توليد نصوص وأفكار وعناوين إبداعية وجذابة يستطيعون من خلالها جذب انتباه وتفاعل الجماهير وكسب رضاها والتواصل معها بشكل فعال .

3.3 الترجمة: عادة ما يجد الصحفيون والاعلاميون صعوبة كبيرة في التعامل مع الاحداث والأخبار العالمية البعيدة والتي تتم معالجتها بلغات اجنبية لا يتقنونها، لكن مع القدرات الكبيرة لـ Chat GPT في الترجمة من وإلى أي لغة بطريقة سهلة ولغة مبسطة شبيهة بالترجمة البشرية، أصبح من السهل التعامل مع هذه الاحداث والتعرف وفهم سياقات حدوثها وتطوراتها في وقت وجيز للغاية .

4.3 كتابة المسودات الأولية: يساعد Chat GPT الصحفيين والإعلاميين على انشاء المسودات الأولية لمحتوياتهم الإعلامية التي يشتغلون عليها، مما يوفر لهم كثيرا من الوقت والجهد والتكلفة، هذه المسودات الأولية تعتبر بمثابة لب المحتوى الإعلامي الذي يتم التوسع فيه فيما بعد لاستكمالها بما يستجيب لمعايير تحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية (عبد المهدي، 2024) .

5.3 تعدد اللغات: يدعم Chat GPT العديد من اللغات، مما يتيح للمستخدمين المستخدمين بالحقل الإعلامي التعامل معه بأي لغة يتقنونها أو يفضلونها، سواء في توليد المحتويات أو الترجمة من لغة إلى أخرى أو الدردشة وتلبية احتياجات المستخدمين المتنوعة، وتوفر مهارات يحتاجها الصحفيين والاعلاميين وصناع المحتوى باستمرار، والتي من بينها: الترجمة، والتحليل، وتوليد المحتوى متعدد اللغات .

6.3 أتمتة المهام الروتينية: يمكن الاعتماد على Chat GPT في انجاز المهام الروتينية المتكررة من قبيل كتابة

التقارير والمقالات والقصص الإخبارية القصيرة أو تلخيص الأخبار والأحداث، مما يسمح للصحفيين والاعلاميين التركيز على المهام التي تتطلب مهارات إنسانية عالية .

7.3 التخصيص: يمكن الاعتماد على Chat GPT في تحرير ونتاج محتويات إعلامية متخصصة لتناسب جمهورا مستهدفا بعينه سواء حسب سنه أو جنسه أو حسب مستواه التعليمي والثقافي والاجتماعي .

4. خصائص وسمات Chat GPT : يتميز chat GPT بالعديد من الخصائص والسمات التي تجعل منها نموذجا لغويا فريدا من نوعه، متعدد الوظائف والاستخدامات، يمكن ايجازها فيما يلي (فهد العمران و جادو، 2024):
1.4 فهم اللغة الطبيعية : لدى Chat GPT قدرة عالية على فهم اللغة الطبيعية أي النصوص المكتوبة باللغة التي يتحدث بها المستخدم وتحليلها بشكل دقيق بالاعتماد على مجموعة من التقنيات التي تسمح له بمعالجة النصوص بشكل دقيق وفعال، من أبرز هذه التقنيات نجد :

1.1.4 النماذج اللغوية المعتمدة على التعلم العميق : يعتمد Chat GPT على نماذج لغوية تعرف بالمحولات اللغوية (Transformers) التي تعتبر من أفضل النماذج لفهم اللغة الطبيعية، هذه النماذج قادرة على معالجة النصوص وفهم السياق بالكامل، بما في ذلك المعاني الضمنية، العلاقات بين الكلمات، وكيفية تركيب الجمل.
2.1.4 التمثيل الدلالي : بدلا من التعامل مع الكلمات بشكل فردي، يركز Chat GPT على فهم المعنى العميق للكلمات في سياق الجملة، أي لديه القدرة على التمييز بين المعاني المتعددة لكلمة واحدة بناء على سياقها في الجملة أو النص .

2.1.4 التعرف على السياق : لا يقرأ Chat GPT الجمل والنصوص بشكل حرفي و مجزأ، بل يحلل السياق الكلي لهذه الجمل والنصوص، فهو يستطيع أن يتذكر ما قيل سابقا في المحادثة ويستخدمه لفهم الأسئلة أو الردود التالية، فمثلا إذا تحدثت عن موضوع معين في بداية المحادثة ثم عدت إليه بعد عدة أسطر سيكون قادرا على ربطه بالسياق السابق بشكل دقيق، مما يساعده على توفير الإجابات ذات الصلة والاستجابات المتكاملة والمتناسكة، ما يجعل تفاعله مع المستخدمين طبيعيا إلى حد كبير .

3.1.4 استخراج العلاقات بين الكلمات: Chat GPT قادر على فهم كيف ترتبط الكلمات ببعضها البعض في الجمل والمقاطع، فبإمكانه التعرف على العلاقات بين الأفعال والفاعل والمفعول وما إلى ذلك .

2.4 التعلم من التفاعل مع المستخدم : تعني قدرة Chat GPT على تحسين فهمه وتقديم إجابات أكثر دقة وسلاسة بناء على المحادثة الجارية، هذا المفهوم يتجسد في عدة مستويات تشمل تحليل النصوص، استيعاب السياق، والاستفادة من المعلومات المقدمة خلال الحوار، وعليه فإنه لا يقدم إجابات معزولة، بل يعتمد على المعلومات والسياق الذي يبنيه خلال المحادثة الجارية، هذا يجعله أداة ذكية ومرنة تتكيف مع احتياجات المستخدم وتقدم تجربة مخصصة ومتميزة ، يتم كل ذلك من خلال :

1.2.4 فهم السياق الحالي للمحادثة : أي أن Chat GPT يمكنه تذكر المعلومات التي يقدمها المستخدم في سياق المحادثة الحالية، مثلا إذا ذكر المستخدم شيئا في بداية المحادثة، مثل تفاصيل عن موضوع معين، يمكن للنموذج استخدام هذه المعلومات في الردود اللاحقة دون الحاجة لإعادة السؤال عنها .

2.2.4 تحسين الردود بناء على التفاعل: أثناء المحادثة إذا قام المستخدم بتصحيح أو توضيح نقطة معينة، يمكن للنموذج تعديل استجاباته بناء على هذه المعلومات الجديدة، هذا يشمل الاستفادة من الإشارات التي يقدمها المستخدم لتوجيه الإجابات نحو ما يبحث عنه تحديدا .

3.2.4 التكيف مع أسلوب المستخدم: يمكن ل Chat GPT تعديل أسلوبه في الرد بناء على لغة المستخدم وطريقة كتابته فمثلا إذا كان المستخدم يكتب بأسلوب رسمي، يرد النموذج بأسلوب مشابه، وإذا كان بأسلوب غير رسمي أو بلغة عامية، يتكيف النموذج ليكون الرد بنفس الطريقة .

4.2.4 معالجة الردود الغامضة أو غير المكتملة : إذا كان المستخدم غير واضح في استفساره، يمكن للنموذج طرح أسئلة متابعة للتوضيح، مما يعطي انطباعاً بأن Chat GPT يتعلم من التفاعل لتقديم إجابات دقيقة .
3.4 معرفة واسعة ومحدثة نسبياً : يعني هذا أن Chat GPT بإمكانه تقديم معلومات متنوعة وشاملة في مجموعة واسعة من المجالات، مع التركيز على استخدام أحدث المعلومات المتوفرة حتى وقت تدريبه أو تلك التي يمكنه الوصول إليها باستخدام أدوات البحث في النسخ الأحدث .

4.4 القدرة على التكيف مع المهام: يمكن توظيف Chat GPT لإنجاز العديد من المهام المطلوبة، مما يجعله متعدد الاستخدامات، وبالتالي أصبح توظيفه واستخدامه في العمل الإعلامي ضرورة ملحة من أي وقت سابق لتحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية بفعالية وكفاءة عالية .

5. عيوب استخدام وتوظيف شات جي بي تي في العمل الإعلامي : على الرغم من الإيجابيات التي يقدمها Chat GPT للصحفيين والإعلاميين بدءاً من توفير البيانات الضخمة مروراً بتحليلها ثم الوصول إلى إعطاء نتائج وتفسيرات لها إلا أن هناك العديد من التحديات، تتمثل بشكل أساسي في :

1.5 عدم الدقة : المعلومات التي يقدمها Chat GPT ليست في كل الأحوال صحيحة ودقيقة، فيمكن أن تكون مضللة أو متحيزة، وهنا لا بد للمشغلين بالإعلام التحقق والتأكد من تلك المعلومات من خلال التحري والمراجعة للتأكد من دقتها وعدم تحيزها واتفاقها مع معايير العمل الصحفي والإعلامي ومع المعايير الأخلاقية.
2.5 نقص اللمسة الإنسانية: الممارسة الإعلامية هي عمل إنساني بالدرجة الأولى يهتم بالقضايا الإنسانية، يتم من خلال نقل وإيصال مشاعر وعواطف وأحاسيس الأفراد والمجتمعات، غير أن المحتويات المولدة من طرف Chat GPT تفتقر إلى الحس الإنساني الذي هو الأصل في جذب المتلقي وتفاعله .

3.5 تراجع التفكير النقدي والابداعي: الاعتماد بشكل كبير على Chat GPT من شأنه أن يضعف التفكير النقدي والابداع لدى الصحفيين والإعلاميين وهذا ما تتطلبه الممارسة الإعلامية .

II. الطرق والأدوات

منهج الدراسة: بالنظر إلى طبيعة الموضوع ونوع وشكل الدراسة والأشكال المطروحة، نجد أنها كلها تحمل تضمينات وصفية تحليلية، وعليه فقد تم الاسترشاد بالمنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب المسح بالعينة، وذلك لما لهذا المنهج من خصائص تمكن من وصف وتحليل توظيف المشغلين بالإعلام من إعلاميين وصحفيين وصناع محتوى لـ Chat GPT في إنتاج المحتوى الإعلامي والتحديات التي يطرحهاها التوظيف على جودة المحتوى الإعلامي ومصادقته في إطار ممارستهم الإعلامية .

أداة جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على استبانة الكترونية كأداة لجمع البيانات والمعلومات عن عينة الدراسة، صممت أسئلتها حسب مجموعة من المحاور على ضوء الإشكالية وحسب تساؤلات الدراسة، حيث خصص المحور الأول لبيانات ومعلومات العينة البحثية، أما المحور الثاني فقد خصص لعادات توظيف أفراد عينة الدراسة لـ Chat GPT في إطار ممارستهم الإعلامية، أما المحور الثالث تم تخصيصه لدوافع توظيف أفراد العينة البحثية لـ Chat GPT والفائدة المحققة من وراء ذلك، فحين خصص المحور الرابع لاتجاهات المشغلين بالإعلام نحو إيجابيات توظيف Chat GPT والتحديات التي يطرحها على مستوى جودة ومصادقية المحتوى الإعلامي، فحين خصص المحور الخامس لمستقبل الممارسة الإعلامية في ظل توسع الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي .

و من أجل التحقق من الصدق الظاهري للاستبانة تم عرضها في صورتها الأولية على مجموعة من الأساتذة من ذوي الخبرة والكفاءة في تخصص علوم الإعلام والاتصال لاستطلاع آرائهم حول مدى ملاءمة تصميم الاستبانة للأهداف التي صممت من أجلها، وبعد التعديلات التي أدخلت عليها على ضوء الاقتراحات المقدمة

من قبل المحكمين، تم استخراج الاستبانة في صورتها النهائية و تم اخضاعها لاختبار الثبات باعتماد طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، فقمنا بإجراء اختار قبلي بتوزيع الاستبانة على عينة استطلاعية تكونت من 12 مفردة، و بعد أسبوعين تم إعادة الاختبار عليها بتوزيع نفس الاستبانة عليها، وبعد معالجة أجوبة العينة البحثية في الاختبارين وجدنا أن 09 مفردة كانت موجبة في صدقها، ولحساب معامل الثبات اعتمادنا معادلة " هولستي" التي تنص على :
$$r = \frac{2 \times (2.1)}{2 \times 1 + 2}$$
 حيث $r =$ معامل هولستي (معامل ثبات التحليل) / $2 \times (1.2)$: عدد الفئات المتفق عليها في التحليل الأول و الثاني / $س1$: عدد فئات التحليل الأول / $س2$: عدد فئات التحليل الثاني، وب تطبيق هذه المعادلة على عينتنا البحثية حصلنا على معامل قدر ب 0.75 ، وهو معامل مرتفع يثبت ثبات الاستبانة .

عينة الدراسة : بعد التصميم النهائي للاستبانة و التحقق من الشروط السيكمترية (الصدق والثبات)، تم توزيعها على عينة قصدية قوامها (60 مفردة) ممن يشغلون وينشطون في الحقل الإعلامي (صحفيون، اعلاميون، صناع محتوى) بولايات (تيارت، تسمسيلت، الشلف، المدية) ويوظفون Chat GPT في تحرير وانتاج محتوياتهم الاعلامية، تم استرجاع 54 استبانة، استبعدت منها 03 استبانات لعدم الملاءمة، ليتم استبعاد استبانة واحدة بطريقة عشوائية لتسهيل اجراء العمليات الحسابية، ليصبح بذلك عدد الاستبانات التي تم الاعتماد عليها في انجاز هذه الدراسة 50 استبانة، تم توزيع الاستبانات على العينة البحثية خلال شهر ديسمبر من سنة 2024، وتم تفريغ و تحليل بياناتها خلال شهر جانفي من سنة 2025، والجدول التالي يوضح بيانات وخصائص عينة الدراسة :

الجدول 01 : يبين بيانات أفراد عينة الدراسة

المتغيرات		التكرارات	النسبة(%)
الجنس	ذكر	31	62
	أنثى	19	38
العمر	أقل من 30 سنة	28	56
	من 31 إلى 40 سنة	12	24
	من 41 سنة إلى 50 سنة	6	12
	أكبر من 50 سنة	4	08
المستوى التعليمي	ثانوي	11	22
	جامعي	35	70
	دراسات عليا ما بعد التدرج	4	08
الوظيفة / المجال الاعلامي	صحفي بمؤسسة إعلامية (إذاعة ، تلفزيون)	08	16
	مراسل صحفي لجريدة	20	40
	صانع محتوى اعلامي عبر منصات التواصل الاجتماعي	17	34
	صاحب مدونة أو موقع إلكتروني اعلامي	5	10
سنوات الخبرة في الوظيفة / المجال الاعلامي	أقل من 03 سنوات	10	20
	من 03 إلى 05 سنوات	24	48
	أكثر من 05 سنوات	16	32

المصدر: من اعداد الباحث بعد تجميع و تفريغ الاستبانة .

III. نتائج الدراسة

المحور الثاني : عادات توظيف chat GPT في اطار الممارسة الإعلامية .

الجدول 02 : يبين عادات توظيف أفراد عينة الدراسة ل Chat GPT في إطار ممارستهم الاعلامية

العبارة	الإجابة	العدد	%
01	مستوى معرفتك التقنية والمهارية بال chat GPT	معرفة مرتفعة	14
		معرفة متوسطة	28
		معرفة منخفضة	08
02	دورية استخدامك ل Chat GPT في عملك ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	بشكل دائم	33
		أحيانا	10
		حسب الحاجة	7
03	درجة الاعتماد على Chat GPT في تحرير وانتاج المحتوى الاعلامي	بشكل كلي	25
		في الغالب	17
		أحيانا	08
04	ما هو النمط الغالب على انتاجك للمحتويات الاعلامية	المحتوى المولد من قبل chat GPT	06
		أسلوبك ومهاراتك الخاصة وخبرتك الشخصية	8
		الدمج بينهما	36
05	هل يساعدك Chat GPT في عملك ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	بشكل كبير جدا	40
		إلى حد ما	07
		بشكل قليل	03
06	في الغالب هل تستخدم Chat GPT	مدفوع الأجر	07
		المجاني	43
07	ماهي المجالات التي توظف فيها Chat GPT في اطار عملك ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى) : (سؤال متعدد الخيارات)	توليد الأفكار للمحتويات الإعلامية المختلفة	40
		كتابة مسودات أولية للمحتويات الاعلامية	38
		الترجمة وانتاج محتويات متعددة الوسائط	23
		تلخيص الدراسات والبحوث والمقالات الطويلة وتحليل البيانات الضخمة	28
		البحث عن معلومات ومعطيات تدعيمية	32
		توليد عناوين جذابة للمحتويات الاعلامية	36
		المجموع	197
			100

المصدر : من اعداد الباحث بعد تجميع و تفريغ الاستبانة .

بناء على إجابات المبحوثين والتي يترجمها الجدول أعلاه، يتبين لنا الآتي :

- يمتلك أفراد عينة الدراسة معرفة تقنية ومهارية في استخدام وتوظيف chat GPT تتراوح ما بين متوسطة 56% ومرتفعة 28% ومنخفضة 16%، توحى هذه النسب على وجود اهتمام من طرف المبحوثين بال chat GPT في مجال عملهم، الشيء الذي انعكس على ارتفاع مستواهم المعرفي والمهاري في هذا المجال، لأن تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ستصبح أحد الضرورات والأدوات التي لا يمكن الاستغناء عنها مستقبلا في بيئة العمل الإعلامي، الصحفي وصناعة المحتوى، مما يستدعي الاهتمام به من الآن قصد مساهمة تطوراتها والتحكم فيه .

- هناك كثافة في استخدام عينة الدراسة لـ Chat GPT ، فنحو 62 % منهم يستخدمونه بشكل دائم، 20% فقط يستخدمونه من حين إلى آخر ونحو 14% يستخدمون عند الحاجة، يعزى هذا الاستخدام الواسع والمتكثف والدائم لـ Chat GPT باعتباره أشهر أدوات الذكاء الاصطناعي والأكثر شعبية، إضافة إلى سهولة استخدامه وواجهته البسيطة، كما أنه تطبيق يساعد كثيرا المشتغلين في الحقل الإعلامي كونه يعتبر مساعدا ومعينا لهم في تحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية وتزويدهم بالمعلومات والشروحات اللازمة لذلك.
- يعتمد أفراد عينة الدراسة بشكل كبير على Chat GPT في تحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية، وهذا ما تؤكد أجابته المبينة في الجدول أعلاه ، فنحو 50% منهم يعتمدون عليه بشكل كلي في تحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية، 17% منهم يعتمدون عليه في الغالب لمساعدتهم على تحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية، فحين أن 16% يعتمدون عليه أحيانا في ذلك، يرجع هذه الاعتماد الكبير من قبل عينة الدراسة على Chat GPT لتحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية كونه التطبيق الذي يمكنهم من التزود بالمعلومات الضرورية وتلقي الشروحات اللازمة حول الموضوعات والقضايا محور التحرير والإنتاج الإعلامي بأي لغة و بأي قالب وبسهولة كبيرة وفي وقت وجيز جدا ومن أي مكان شريطة الاتصال بشبكة الانترنت .
- في الغالب ما تقوم افراد عينة الدراسة بإعادة صياغة المحتويات الإعلامية التي يتم توليدها عن طريق Chat GPT من خلال إضفاء بصمتهم الشخصية عليها حذفًا وتعديلاً وإضافة لتتوافق هذه المحتويات الإعلامية مع سياق الأحداث وطبيعة واهتمامات الجمهور المستهدف، وهذا ما أكد عليه نحو 72% من الباحثين الذين أكدوا أن تحرير وإنتاجهم المحتويات الإعلامية ما هو إلا مزيج من توليدات Chat GPT وأسلوبهم ومهاراتهم الشخصية .
- أكد 80% من العينة المبحوثة أن Chat GPT يساعدهم بشكل كبير جدا في عملهم الإعلامي، وهذا أمر منطقي للغاية كون أن Chat GPT يمتلك قدرات هائلة على توليد المحتويات الإعلامية على تنوعها واختلافها بطريقة سريعة وبأسلوب سهل وبسيط شبيه بالأسلوب البشري ، كما أن لديه القدرة على الترجمة والتلخيص والإيجاز وتوليد أفكار جديدة وإبداعية واقتراح عناوين جذابة وزوايا متعددة لمعالجة للموضوعات والقضايا وتناولها بشكل فني ابداعي وجذاب، كما أن لديه القدرة على تقديم شروحات كافية ووافية للصحفيين والاعلاميين حول أي موضوع كان، وهذا يعطيهم سعة في المعلومات والفهم الجيد مما يمكنهم من الإحاطة بكل جوانب وزوايا القضايا والموضوعات التي يشتغلون عليها .
- يستخدم نحو 86% من أفراد عينة الدراسة النسخة المجانية من Chat GPT، فحين يستخدم 14% منهم النسخة مدفوعة الأجر، يرجع الاستخدام الواسع للنسخة المجانية كونها تفي بالغرض أو أن دخل عينة الدراسة لا يسمح لها بالاشتراك في النسخة المدفوعة، أو أنه لا يعرفون كيفيات وآليات الاشتراك والدفع .
- أما فيما يخص المجالات التي يتم فيها توظيف واستخدام فيها Chat GPT في العمل الإعلامي الممارس من أفراد عينة الدراسة، نلاحظ ان هناك تعدد وتنوع في هذه المجالات، فـ 20.30% يستخدمونه ويوظفونه في توليد الأفكار للمحتويات الإعلامية التي يشتغلون عليها، و19.38% يلجؤون إليه من أجل كتابة مسوداتهم الأولية للمحتويات الإعلامية محل الاشتغال، و18.27% يوظفونه للحصول على توليد عناوين جذابة لمحتوياتهم الإعلامية، ويستخدمه 16.24% من أجل البحث عن معلومات ومعطيات تدعمية تعينهم على تحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية، 14.21% يوظفونه في تلخيص الدراسات والبحوث والمقالات الطويلة وتحليل البيانات الضخمة ، فحين أن 11.76 يوظفونه في الترجمة وإنتاج محتويات متعددة الوسائط .
- على ضوء هذه النتائج نستطيع القول أن Chat GPT تحول إلى أداة محورية لا يمكن الاستغناء عنها وأنه أصبح جزء لا يتجزأ من يوميات المشتغلين بالحقل الإعلامي يوظفونه ويعتمدون عليه في انجاز والقيام بالعديد

من المهام والوظائف الروتينية، كما أنه يغطي تقريبا جميع المجالات المتعلقة بالعمل الصحفي، وعليه يمكن اعتباره مساعدا حقيقيا للاعلاميين والصحفيين وصناع المحتوى يوفر عليهم الوقت والجهد والتكلفة، ويعينهم بشكل كبير في تحرير وانتاج محتوياتهم الإعلامية بطريقة جذابة وإبداعية .

الجدول 03: يبين الدوافع التي تدفع بأفراد عينة الدراسة لتوظيف Chat GPT في إطار ممارستهم الاعلامية

	لجوني إلى توظيف chat GPT في عملي الإعلامي راجع إلى :		
	موافق العدد/ %	محايد العدد/ %	غير موافق العدد/ %
01	64 / 32	20 / 10	16 / 08
02	80 / 40	14 / 07	06 / 03
03	70 / 35	10 / 05	20 / 10
04	82 / 41	12 / 06	06 / 03
05	84 / 42	10 / 05	06 / 03
06	76 / 38	16 / 08	12 / 06
07	81 / 41	08 / 04	10 / 05
08	58 / 29	20 / 10	22 / 11

المصدر: من اعداد الباحث بعد تجميع وتفرغ الاستبانة .

يتضح من خلال نتائج الجدول والتي هي ترجمة لإجابات أفراد عينة الدراسة أن :

هناك تعدد وتنوع و تباين في الدوافع التي تدفع المشتغلين بالحقل الإعلامي اللجوء إلى استخدام وتوظيف Chat GPT في عملهم وذلك حسب ظروف وخصوصيات كل فرد، يأتي في مقدمة هذه الدوافع تعدد الخدمات والوظائف التي يوفرها من قبيل (التحرير، الترجمة، التلخيص، التدقيق اللغوي، إعادة الصياغة البحث، توفير الإجابات، الاحتفاظ بعمليات البحث ...) وهي العبارة التي حظيت بموافقة 82% من أفراد عينة الدراسة، أما ثاني دافع فتمثل في رغبة أفراد عينة الدراسة تعزيز الاندماج بين ابداعهم وقدرات الذكاء الاصطناعي التوليدية وذلك بنسبة 82 %، فحين كان تمثل الدافع الثالث في فاعلية وكفاءة وقدرة Chat GPT في تحرير المحتويات الإعلامية في جميع المجالات وبقوالب مختلفة وفي وقت وجيز جدا ،أما الدافع الرابع فتمثل في بساطة واجهة وسهولة استخدام Chat GPT والتفاعلية التي يمنحها للمستخدم بنسبة 80%، فحين كان دافع نحو 76% من العينة البحثية هو الكفاءة والسرعة والمرونة التي يتمتع بها Chat GPT في التحرير والانتاج الإعلامي وأنه متاح للاستخدام والتوظيف 7/24 شريطة الاتصال بالإنترنت، تلتها رغبة افراد العينة البحثية على مواكبة التحولات والتطورات التقنية التي يشهدها العمل الإعلامي التي حظيت بموافقة 64% .

يستشف من هذا النتائج أن هناك تعدد وتنوع في الدوافع التي تدفع المشتغلين بالحقل الإعلامي التوجه نحو توظيف chat GPT في اطار الممارسة الإعلامية، تتوزع هذه الدوافع ما بين معرفية وتقنية و تفاعلية ومهارية .

الجدول 04 :يبين الفائدة المتوقعة لأفراد عينة الدراسة من وراء توظيف chat GPT في الممارسة الإعلامية

	توظيفك ل chat GPT في اطار ممارستك الإعلامية يحقق لك الفوائد التالية:		
	موافق العدد/ %	محايد العدد/ %	غير موافق العدد/ %
01	58 / 28	22 / 11	22 / 11

02	ربح الوقت والجهد والتكلفة عند اعداد المحتويات الاعلامية	74 / 37	16 / 08	10 / 05
03	الحصول على محتويات اعلامية ذات نوعية وجودة عالية.	48 / 24	18 / 09	34 / 17
04	التزود بالمعطيات اللازمة والضرورية لإنتاج المحتويات الإعلامية.	58 / 29	24 / 12	18 / 09
05	اكتساب وتعزيز مهاراتي التحريرية والتصميمية والرفع من مستواي الثقافي .	62 / 31	26 / 13	14 / 07
06	المساعدة على التخطيط لإنتاج محتويات إعلامية ذات قيمة من خلال الأفكار الإبداعية التي يتيحها .	70 / 35	14 / 07	16 / 08
07	تسهيل عمليات البحث والتحقق من المعلومات	44 / 22	24 / 12	30 / 15

المصدر: من اعداد الباحث بعد تجميع وتفرغ الاستبانة .

على ضوء إجابات المبحوثين والتي يترجمها الجدول أعلاه نقف على التالي :

- تعدد وتنوع الفوائد التي يحققها أفراد عينة الدراسة من وراء توظيفهم لـ chat GPT في اطار ممارستهم الاعلامية اليومية .
- يعد ربح الوقت وتوفير الجهد وتخفيض الكلفة من أكثر الفوائد التي يحققها أفراد عينة الدراسة من خلال توظيفهم لـ Chat GPT في إطار ممارستهم الإعلامية ، وهو ما يسمح لهم بتحرير وانتاج محتوياتهم الإعلامية بسرعة وتقديمها في وقتها دون تأخر وهذا ما أكد عليه 74% من أفراد العينة البحثية .
- أكد 70% من أفراد عينة الدراسة أن توظيف Chat GPT يوفر لهم المساعدة اللازمة التي تمكنهم من التخطيط لإنتاج محتويات إعلامية ذات قيمة من خلال الأفكار الإبداعية التي يتيحها ، وهي فائدة كانوا يفتقدونها قبل توظيفهم لـ chat GPT .
- وافق أفراد عينة الدراسة بدرجة موافق وبنسبة 62% على أن توظيفهم لـ chat GPT يكسبهم ويعزز مهاراتهم التحريرية والتصميمية والرفع من مستواهم الثقافي ، وهي من أكثر الفوائد التي يحصل عليها يحصلون عليها من وراء التفاعل والردشة المستمرة مع chat GPT الذي في كل مرة يزودهم بمعلومات ومعطيات ترفع من مستواهم الثقافي الذي سينعكس إيجابا على مهاراتهم التحريرية والتصميمية .
- أبدى 58% من أفراد عينة الدراسة أن توظيفهم لـ chat GPT يحقق لهم فوائد ما كانوا ليحصلوا عليها في غيابها، تتمثل الفائدة الأولى تزويدهم بإجابات وتوضيحات وشروحات وافية عن أي موضوع مما يزيد من توسيع معارفهم بالأحداث والقضايا وتعميق فهمهم لها ولمجرياتها وسياقاتها ، كما أنه يساعدهم على التزود بالمعطيات اللازمة والضرورية (بيانات، معلومات، احصائيات، تصريحات ...) لانتاج المحتويات الإعلامية ، وهذه الأمور متى ما توافرت فإنها تعطي المشتغلين بالحقل الإعلامي الفاعلية والكفاءة المطلوبة لتحرير وانتاج محتويات إعلامية نوعية وذات جودة بأقل وقت وجهد وتكلفة .

المحور الثالث : اتجاهات المشتغلين بالاعلام نحو إيجابيات وتحديات توظيف chat GPT

الجدول 05 : يبين اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو إيجابيات توظيف chat GPT والتحديات التي يطرحها على مستوى جدوة المحتوى الإعلامي و مصداقيته .

العبارة	الإجابة	العدد	%
اتجاهات افراد عينة الدراسة نحو ايجابيات توظيف chat GPT على الممارسة الاعلامية			
01	توظيفي لـ chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	45	90
	يوفر لي وقتا وجهدا وتكلفة نظير ما يمتاز به من سرعة في البحث	03	06
	والوصول إلى المعلومات والمعطيات مهما كان نوعها	02	04
02	توظيفي لـ chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	25	50

20	10	محايد	يعطيني قدرة على تقديم محتويات إعلامية ذات جودة تتضمن معلومات دقيقة وموثوقة	
30	15	غير موافق		
72	36	موافق	توظيفي ل chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	03
10	05	محايد	يمنحني قدرة على تقديم أفكار جديدة، ابداعية وجذابة، وبقوالب مختلفة من شأنها زيادة جودة المحتويات الإعلامية	
18	09	غير موافق		
68	34	موافق	توظيفي ل chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	04
16	08	محايد	يساعدني بشكل كبير على تحسين وتجويد الصياغة التحريرية والتصميمية للمحتويات الإعلامية وتقديمها بقوالب متعددة	
16	08	غير موافق		
86	43	موافق	يعود تفضلي لتوظيف ل chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)لقدرته على التعامل والرد على الأسئلة الكتابية، الشفوية، التعامل مع الملفات مهما كانت صيغتها ومهما كانت اللغة المستخدمة.	05
06	03	محايد		
08	04	غير موافق		
62	31	موافق	توظيفي ل chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى)	06
10	05	محايد	يساعدني على التغلب على التحديات اللغوية والجغرافية والثقافية	
14	07	غير موافق		
74	37	موافق	يساعدني توظيفي ل chat GPT في اطار عملي ك (اعلامي، صحفي، صانع محتوى) على تطوير مهاراتي وكفاءتي العلمية والعملية في مجال التحرير والتصميم والتخطيط الإعلامي	07
12	06	محايد		
14	07	غير موافق		
اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو تحديات توظيف chat GPT على جودة المحتوى الإعلامي و مصداقيته				
64	32	موافق	في الغالب أجد صعوبة في التأكد من صحة ودقة، مصداقية وموثوقية المحتويات المولدة عن طريق chat GPT	08
16	08	محايد		
20	10	غير موافق		
84	42	موافق	في بعض الاحيان تفتقر المحتويات التي يتم توليدها من طرف chat GPT للشفافية، لأنه لا يمتلك قدرة على الحياد اتجاه بعض القضايا والموضوعات	09
10	05	محايد		
06	03	غير موافق		
54	27	موافق	ضعف المهارات اللازمة لتوليد محتويات إعلامية ذات قيمة وجودة عالية باستخدام chat GPT	10
28	14	محايد		
18	09	غير موافق		
90	45	موافق	في الغالب فان المحتويات التي يتم توليدها من طرف chat GPT تفتقد إلى الحس والقيم الإنسانية عارية من المشاعر والأحاسيس	11
06	03	محايد		
04	02	غير موافق		
76	38	موافق	اختراق المحتويات الإعلامية المولدة من طرف Chat GPT وتعيدها على الملكية الفكرية للآخرين .	12
12	06	محايد		
12	06	غير موافق		
72	36	موافق	الخوف من فقدان اللمسة والبصمة الشخصية في ظل تزايد الاعتماد على Chat GPT	13
18	09	محايد		
10	05	غير موافق		

المصدر: من اعداد الباحث بعد تجميع و تفريغ الاستبانة .

تشير إجابات المبحوثين والتي يترجمها الجدول اعلاه، والمتعلقة باتجاهاتهم نحو الايجابيات التي يطرحها توظيف chat GPT في الممارسة الإعلامية إلى :

- انحياز أفراد عينة الدراسة بتقدير موافق و بنسبة 90% نحو " أن توظيفهم لـ chat GPT في اطار ممارستهم الإعلامية يوفر لهم وقتا وجهدا وتكلفة نظير ما يمتاز به من سرعة في البحث والوصول إلى المعلومات والمعطيات مهما كان نوعها، هذه الأمور يرونها من أكثر الإيجابيات التي يحصلون عليها من وراء توظيفهم لـ Chat GPT، حيث أنه يسرع من عمليات البحث والحصول على المعطيات والمعلومات ويوفر الوقت في تحرير وانتاج المحتويات الإعلامية، كما أنه يقدم استجابات فورية للأسئلة والاستفسارات المقدمة له، هذه الأمور تزيد من تحسين وجودة الممارسة الإعلامية .
- فحين أنحاز 86% من أفراد العينة البحثية و بتقدير موافق نحو أن لـ Chat GPT قدرة على التعامل والرد على الأسئلة الكتابية على التعامل والرد على الأسئلة الكتابية، الشفوية، الصور، الملفات مهما كانت صيغتها ومهما كانت اللغة المستخدمة، والتي يرون أنها من أبرز المزايا التي تجعل منه التطبيق الأكثر تفضيلا في الاستخدام مقارنة بباقي تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأخرى، هذه الميزات توفر للمستخدمين في الحقل الإعلامي مرونة وتنوعا في انشاء المحتويات الإعلامية، ف Chat GPT يقدم خيارات وصيغ متنوعة حسب الطلب في تحرير وانتاج محتويات إعلامية سواء بطريقة نصية أو مصورة أو صوتية .
- عبر 74% من أفراد عينة الدراسة انحيازهم بدرجة موافق نحو " أن توظيفهم لـ Chat GPT في اطار ممارستهم الإعلامية اليومية يسهم بشكل كبير في تحسين وتطوير قدراتهم ومهاراتهم و فنياتهم المتعلقة بتحرير مختلف قوالب الكتابة الصحفية وصناعة المحتويات الإعلامية وتقديمها بشكل ابداعي وجذاب، وبالتالي زيادة كفاءتهم وفاعليتهم في العمل ما جعل هذا الأخير يسيرا ومرنا، بعدما كان العمل الإعلامي من أشق الأعمال وأتعبا .
- وافق 72% من المبحوثين على أن توظيفهم لـ chat GPT في اطار ممارستهم الإعلامية يمنحهم قدرة على تقديم أفكار جديدة، ابداعية وجذابة، وبقوالب مختلفة التي من شأنها زيادة جودة المحتويات الإعلامية، وهذا أمر منطقي نظرا لقدرته الفائقة على التعلم العميق والصياغة اللغوية وتقديم المقترحات، وهو ما يساعد المشتغلين بالحقل الإعلامي على تحرير وانتاج محتويات إعلامية نوعية ومبتكرة وذات جودة، وهذا من شأنه أن يسهم في تطوير الممارسة الإعلامية ونقلها إلى الاحترافية ، ذلك أن Chat GPT يسهم في توفير الموارد اللازمة والضرورية للصحفيين والإعلاميين وصناع المحتوى من خلال تزويدهم بمعلومات ذات جودة اعتمادا على مصادر دقيقة وموثوقة من خلال قواعد البيانات التي يتم ربطها بها أو المعلومات والبيانات الهائلة التي يتم تغذيته بها باستمرار أو من خلال محادثاته مع المستخدمين والاستفادة من أفكارهم وآرائهم وهو ما يجعل له القدرة على توليد نصوص وأفكار جديدة وإبداعية يمكنها جذب الجماهير المستهدفة نحو المحتويات الإعلامية المنجزة .
- أما فيما يخص توظيف Chat GPT في تحرير وصياغة الاخبار، فقد وافق نحو 68% من أفراد عينة أنهم يوظفونه في تحسين الصياغة التحريرية و للمحتويات الإعلامية وقولبتها في القالب المطلوب، وهذا راجع إلى قدرات Chat GPT التحريرية واللغوية الفائقة، فهو يقدم اسهامات لا حصر لها في مجال تحسين الصياغة التحريرية للأخبار وفق قوالب متعددة وبكفاءة وجودة عالية، كما أنه يسهم بشكل كبير في تعزيز كفاءة ودقة التحرير الإعلامي والتنقيح اللغوي، إضافة إلى توليد وترتيب الأفكار وإضافة التفاصيل الدقيقة، كما أنه يمكن الصحفيين والإعلاميين من اختيار عناوين جذابة وإعادة صياغة الاخبار بطريقة تجذب

الجمهور، كما أنه يحرر الاخبار بلغة واضحة ومبسطة خالية من الأخطاء اللغوية والاملائية، كما أنه يوفر معلومات أفكار متماسكة ومرتبطة تساعد على تحرير الاخبار باحترافية ودقة كبيرة .

- كان انحياز أفراد عينة الدراسة ضعيفا نوعا ما بسنة 50% فقط اتجاه قدرة chat GPT على توليد محتويات إعلامية ذات جودة تتضمن معلومات دقيقة وموثوقة، وهذا يعكس وعي الإعلاميين والصحفيين وصناع المحتوى على أن ليس كل ما يتم توليده بالضرورة يكون صحيحا ودقيقا، ف chat GPT في الغالب لا يحيل المستخدم إلى المصادر التي ينتقي منها معلوماته، كما أن المعلومات التي ينتقيها تكون من مصادر متعددة وكثيرا ما تكون هذه المصادر متضاربة حسب الجهات التي تقف وراءها، وهو ما يجعلها تفتقد للمصداقية والموثوقية، وعليه يتوجب على المشتغلين بالحقل الإعلامي عدم الاعتماد على معطيات ومعلومات chat GPT وحدها وضرورة التحري عليها من مصادر أخرى .

أما فيما يخص باتجاهات أفراد عينة الدراسة اتجاه التحديات التي يطرحها توظيف chat GPT في إطار الممارسة الإعلامية إلى :

- أول تحد يواجهه المشتغلون بالحقل الإعلامي عند وتوظيف Chat GPT هو افتقاد المحتويات الإعلامية المولدة من قبله إلى الحس والقيم الانسانية وعبرها من المشاعر والاحاسيس الإنساني، وهذا ما انحاز إليه 90% من المبحوثين بتقدير موافق، وهذا أمر طبيعي ومنطقي للغاية ف Chat GPT ما هو إلا آلة وليس انسان وإن كان يمتلك قدرات ذكائية وتفكيرية شبيهة بالانسان، فالعمل الإعلامي في المقال الأول عمل انساني بامتياز ينقل مشاعر وعواطف واحاسيس وقصص الناس وهذا ما يعجز عن توليده Chat GPT باعتباره يتعامل مع معلومات وبيانات جافة تفتقد للحس الإنساني والبعد العاطفي، وهنا لابد للمشتغلين بالحقل الإعلامي تهيير المحتويات المولدة عن طريق Chat GPT بالحس واللمسات الإنسانية حتى يستشعر المتلقي لهذه المحتويات حياة الناس بحلوها ومرها .

- التحدي الثاني الذي انحاز اليه أفراد عينة الدراسة بتقدير موافق ونسبة 84% عند توظيفهم ل Chat GPT في اطار الممارسة الاعلامية هو افتقار هذا الأخير للشفافية وانحيازه وعدم قدرته على الحياد اتجاه بعض القضايا والموضوعات، هذا الانحياز مؤسس كون أن Chat GPT يعتمد في توليده على البيانات والمعلومات التي يتم ربطها بها وتزويده بها، وبالتالي فإن هذه الأخيرة لا تنفصل عن معتقدات ومنطلقات ورؤية وتوجهات وآراء وانحيازات منتجيها والقائمين عليها، وعلى ضوء هذا فإن Chat GPT يكرس هذا الانحياز الموجود في الواقع الحقيقي، وعليه فقد تتسلل بعض الأخطاء والتحيزات لذا يجب على المشتغلين في الحقل الإعلامي توخي الحيلة والحذر بهذا الشأن والعمل على تنقيح المحتويات من هذه التحيزات .

- فحين تمثل التحدي الثالث حسب رأي 76% من أفراد عينة الدراسة في اختراق المحتويات الإعلامية المولدة من طرف Chat GPT وتعديها على الملكية الفكرية للآخرين، ذلك أن Chat GPT يقدم بيانات ومعلومات ويولد أفكارا من مصادر مختلفة دون أن يذكر أو يشير إلى تلك المصادر، وهذا يعتبر تعديا على الملكية الفكرية للآخرين، كما أنه قد يسرق أفكار المستخدمين من خلال المحادثات وينسبها إليه، هذه الأمور لا أخلاقية ولا قانونية، لذا يتوجب على المشتغلين بالحقل الإعلامي ضرورة البحث عن المصدر الحقيقي للبيانات والمعلومات والأفكار التي يقدمها Chat GPT احتراما وحفاظا على ملكية الغير والتزاما بالمعايير الأخلاقية والقانونية وإضفاء الموثوقية على محتوياتهم الإعلامية .

- رابع تحدي يواجهه المشتغلون في الحقل الإعلامي حسب رأي 72% من أفراد عينة الدراسة هي الخوف من فقدان اللمسة والبصمة الشخصية في ظل تزايد الاعتماد على Chat GPT، وهذا أمر وارد للغاية فالتعود على الاستخدام والتوظيف المكثف ل Chat GPT في التحرير والإنتاج الإعلامي من شأنه أن يزيد من خمول المشتغلين بالحقل الاعلامي ويعلمهم الاتكالية ويثبط من قدراتهم الفنية والإبداعية في مجال التحرير

وتوليد الأفكار وزوايا المعالجة، وبالتالي تصبح أعمالهم تقنية و آلية تغيب عنها اللمسة والبصمة الشخصية والإنسانية .

- خامس تحدي تمثل في صعوبة التأكد من مصداقية ودقة وموثوقية المعلومات والمعطيات التي يولدها Chat GPT وهو ما أكد عليه 64% من أفراد العينة البحثية ، ذلك أن Chat GPT يقدم بيانات ومعلومات وأفكار من مصادر عديدة ومتنوعة مجهولة بالنسبة للمستخدم، وأن Chat GPT لا يشير إلى المصادر التي ينتقي منها معطياته، وعليه قد تكون هذه المعلومات غير صحيحة وغير دقيقة وأحيانا قد تكون مضللة، وهو ما يحتم على المشتغلين بالحقل الإعلامي ضرورة التأكد من تلك صحة ودقة المعلومات والتحري عنها والتأكد من موثوقية مصادرها الأصلية، وهذا من شأنه أن يزيد يأخذ من الصحفيين والاعلاميين جهدا ووقتا إضافيا .

- سادس تحدي انحاز إليه أفراد عينة الدراسة بدرجة مواف وبنسبة 54% هو ضعف المهارات اللازمة لتوليد محتويات إعلامية ذات قيمة وجودة عالية باستخدام chat GPT، وهذا شيء منطقي ذلك أن عملية توليد محتويات ذات جودة يتطلب من الإعلاميين والصحفيين وصناع المحتوى امتلاك مهارات عالية في طرح الأسئلة على chat GPT و الحرص الشديد على دقتها ،تحديد المستوى والطريقة والقالب الذي يجيب به، القدرة على مناقشة الأفكار التي يطرحها و المعلومات التي يقدمها و الاقتراحات التي يقترحها والتفاعل معها بشكل إيجابي، ضرورة التحكم الكبير في اللغة والمفاهيم والمصطلحات والسياقات المرتبطة بطرح الأسئلة .

المحور الخامس : مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل الاعتماد الواسع على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي

الجدول 06 : يبين تصورات أفراد عينة الدراسة مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل الاعتماد الواسع على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي

كيف ترى مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل توسع الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي :			
لا	ربما	نعم	
العدد/ %	العدد/ %	العدد/ %	
24 / 12	32 / 16	44 / 22	01 التوسع في الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي سينجم عنه الاستغناء عن كثير من الاعلاميين والصحفيين وصناع المحتوى خاصة غير المؤهلين والمدربين منهم
00 / 00	26 / 13	74 / 37	02 تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ستجعل الممارسة الإعلامية أكثر كفاءة وفاعلية وحيوية مما هي عليه اليوم
20 / 10	22 / 11	58 / 29	03 تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ستجعل المنافسة محتدمة بين المؤسسات والمنصات الإعلامية من أجل كسب وإرضاء وتلبية احتياجات الجماهير .
12 / 06	24 / 12	60 / 30	04 المحتوى الاعلامي سيكون على نحو أفضل في ظل توسع الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي
26 / 13	34 / 17	40 / 20	05 تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ستجعل الممارسة الإعلامية تميل إلى التقنية وتبتعد عن الانسانية
00 / 00	20 / 10	80 / 40	06 الممارسة الإعلامية مستقبلا ستكون مزيجا من العمل البشري والعمل المولد عن طريق تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

تعرض نتائج الجدول أعلاه أبرز الملامح المستقبلية للممارسة الإعلامية في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي كما يراها أفراد عينة الدراسة وتتجلى في :

- الممارسة الاعلامية في المستقبل ستكون مزيجاً من العمل البشري والعمل المولد عن طريق الذكاء تقنيات و تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ، وهذا ما أيده 80% من أفراد عينة الدراسة فحين شكك في ذلك 20% وانعدام خيار "لا" حول هذه العبارة ، تؤكد هذه النتيجة أن أفراد عينة الدراسة على يقين بأن الذكاء الاصطناعي التوليدي سيصبح جزء لا يتجزأ من الممارسة الاعلامية مستقبلاً ، و أن تقنياته وتطبيقاته ستصبح أدوات لا يمكن الاستغناء عنها بالنسبة للاعلاميين، الصحفيين، وصانعي المحتوى .
- الذكاء الاصطناعي التوليدي سيجعل الممارسة الاعلامية أكثر كفاءة وفاعلية وحيوية مما هي عليه اليوم، أيد هذا نحو 74% من أفراد عينة الدراسة وشكك فيها 26% ونفاها 00% ، وهذا ما يؤكد على أن أفراد عينة الدراسة على دراية مرتفعة بالمزايا و التسهيلات التي تقدمها تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي للاعلاميين والصحفيين وصناع المحتوى من أجل انجاز تحرير و انتاج محتوياتهم الاعلامية بأقل جهد ووقت وتكلفة وبشكل ابداعي واحترافي .
- لقيت عبارة " المحتوى الاعلامي سيكون على نحو أفضل في ظل توسع الاعتماد على تقنيات و تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي" تأييد 60% من المبحوثين، وكانت محل تشكيك 24% منهم ، ومعارضة 12% منهم، توجي هذه الإجابات أن أفراد عينة الدراسة على دراية بالقدرات التوليدية، اللغوية، التحليلية، التصميمية الهائلة لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتي يمكن استخدامها وتوظيفها لتحرير و انتاج موارد إعلامية احترافية وذات جودة عالية تستجيب لمتطلبات العصر والجمهور .
- الذكاء الاصطناعي التوليدي سيجعل المنافسة محتدمة بين المؤسسات و المنصات الإعلامية من كسب وإرضاء وتلبية احتياجات الجماهير ، توقع 58% من أفراد عينة الدراسة حدوث هذا الأمر، فحين شكك فيه 22%، ورفضه 20%، تشير هذه النتائج على أن التحكم في التقنيات والتطبيقات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدي واستخدامها وتوظيفها على نحو أفضل في الممارسة الاعلامية ستصبح أداه تنافسية بين المؤسسات والمنصات من أجل التعرف على (اهتمامات، احتياجات، اتجاهات، آراء ...) الجماهير ومن ثمة تحرير و انتاج محتويات إعلامية تتوافق معها وتشبع احتياجاتها ورغباتها .
- التوسع في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي سينجم عنه الاستغناء عن كثير من الإعلاميين و الصحفيين وصناع المحتوى خاصة غير المؤهلين والمدربين، لقيت هذه العبارة تأييد 44% وتشكيك 32% ورفضت من قبل 24% من أفراد عينة الدراسة، تفسر هذا الإجابات على ضوء أن هناك العديد من المهام والوظائف لا يمكن أن يقوم بها الذكاء الاصطناعي لوحده وإنما تتطلب العنصر البشري للقيام بها وتأديتها، ذلك أن أغلب الأنشطة في اطار العمل الاعلامي تتطلب تفاعلاً بشرياً مشبعاً بالاحاسيس والعواطف والدفع الإنساني، وأنه مهما تطورت أدوات الذكاء الاصطناعي تبقى مجرد أدوات يتم استخدامها وتوظيفها لدعم وتطوير النشاط البشري لا أكثر ، و أن هذه التقنيات و التطبيقات تبقى مجرد أدوات مساعدة و ليست بديلاً عن العنصر البشري .
- أيد 40% من أفراد عينة الدراسة أن تقنيات و تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ستجعل الممارسة الاعلامية تميل إلى التقنية وتبتعد عن الإنسانية ، فحين شكك 34% في حدوث هذا الأمر و نفى 26% حدوث هذا، تؤكد هذه الإجابات مدى وعي أفراد عينة الدراسة أنه ليس من السهل استبدال الممارسة الإعلامية الحقيقية القائمة على التفاعل الإنساني بممارسة إعلامية آلية تقنية تفتقد للحس والقيم الانسانية، كما أن الممارسة الاعلامية معقدة جداً تعتمد بشكل كبير على العنصر البشري، وأن الذكاء الاصطناعي التوليدي مهما تطورت تقنياته وتطبيقاته لا يمكنه أن يعوض العنصر البشري الذي يمتلك قدرة فائقة على تقمص ونقل المشاعر والاحاسيس وجعل المتلقى يعيشها ويستشعرها في القصص الإخبارية والمحتويات الاعلامية، وهذا ما لا يستطيع الذكاء الاصطناعي القيام به ، كما ان الممارسة

الإعلامية قائمة على العلاقات و القيم الإنسانية ومستمرة بها ولا يمكن استبدالها ببيانات ومعلومات ورسومات توليدية بالذكاء الاصطناعي تفتقد للحس الإنساني .

١٧. خاتمة:

في ختام هذه الدراسة نستطيع القول أن Chat GPT هو سلاح ذو حدين، فمن جهة يعد فرصة ذهبية لتطوير وتحسين الأداء الاعلامي إذا تم استثماره بحكمة، فهو يمثل خطوة نوعية نحو تعزيز كفاءة وجودة التحرير والإنتاج الإعلامي ومواكبة التطورات التكنولوجية التي تسود العصر الرقمي بفضل قدراته على تحليل النصوص وتوليد المحتوى وإدارة البيانات، توفير الوقت والجهد للصحفيين والاعلاميين وصناع المحتوى للتركيز على المهام الإبداعية والاستراتيجية، ومن جهة ثانية يعد يحمل بين طياته الكثير من السلبيات والتحديات التي قد تؤثر على العمل الإعلامي، غير أن التحدي الرئيسي هو كيفية الاستفادة من هذه التقنية بشكل أخلاقي ومهني يضمن الحفاظ على مصداقية الإعلام واحترام الدور البشري في صياغة الرواية الإخبارية ونقل الحقائق بأمانة وصدق، يتطلب تحقيق هذا الهدف وضع إطار تنظيمي ومهني واضح لتوظيف الذكاء الاصطناعي، بحيث يصبح شريكا داعما للإبداع الاعلامي وليس بديلا عنه .

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي :

- يمتلك أفراد عينة الدراسة مستوى تقنيا و مهاريا متوسطا في توظيف chat GPT، ويستخدمونه بشكل واسع ومكثف باعتباره روبوت محادثة تفاعلي وأحد أشهر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال المحولات اللغوية التوليدية التفاعلية المدربة مسبقا، وتحوله إلى مساعد ومعين لهم لا يمكنهم الاستغناء عنه في تحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية .
- الاعتماد الكبير لأفراد عينة الدراسة على توظيف Chat GPT في تحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية، فهم يمكنهم من التزود بالمعلومات الضرورية وتلقي الشروحات اللازمة حول الموضوعات والقضايا محور التحرير والإنتاج الإعلامي بأي لغة وبأي قالب وبسهولة كبيرة وفي وقت وجيز جدا ومن أي مكان شريطة الاتصال بشبكة الانترنت.
- في الغالب ما يقوم أفراد عينة الدراسة بإعادة صياغة المحتويات التي يتم توليدها عن طريق Chat GPT وتعديلها لتتوافق مع سياق الاحداث واهتمامات الجمهور، وذلك بإضفاء بصمتهم الشخصية عليها بناء على مهاراتهم وخبرتهم وأسلوبهم .
- يساعد Chat GPT أفراد عينة الدراسة بشكل كبير جدا في عملهم فهو يعينهم على توليد أفكار إبداعية، اقتراح عناوين جذابة وزوايا تناول الموضوعات والقضايا، ايجاز وتلخيص الموضوعات الطويلة والسائكة، تقديم الشروحات الوافية عن مختلف المواضيع والقضايا ، الترجمة من وإلى عدة لغات ، كل هذا بشكل بسيط شبيه بالأسلوب البشري .
- تتعدد المجالات التي يتم فيها استخدام وتوظيف Chat GPT من قبل أفراد عينة الدراسة ، ففي الغالب يتم توظيفه في توليد الأفكار للمحتويات الإعلامية التي يشتغلون عليها، كتابة مسوداتهم الأولية للمحتويات الإعلامية محل الاشتغال، الحصول على توليد عناوين جذابة لمحتوياتهم الإعلامية، البحث عن معلومات ومعطيات تدعمية تعينهم على تحرير وإنتاج محتوياتهم الإعلامية .
- تتعدد وتنوع وتباين الدوافع التي تدفع أفراد عينة الدراسة لتوظيف Chat GPT في تحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية ، ومن أكثر الدوافع نجد (الخدمات والوظائف التي يوفرها Chat GPT خاصة فيما تعلق بالترجمة والتلخيص والتدقيق اللغوي وإعادة الصياغة، فاعليته وكفاءته وقدرته على تحرير

- المحتويات الإعلامية في جميع المجالات وبقوالب مختلفة وفي وقت وجيز جدا، سهولة الاستخدام، الكفاءة والسرعة والمرونة التي يتمتع بها في التحرير والانتاج الإعلامي والاتاحة الدائمة .
- يحقق أفراد عينة الدراسة العديد من الفوائد من وراء توظيف Chat GPT، ومن أكثر الفوائد المحققة نجد (ربح الوقت والجهد والتكلفة، التخطيط لإنتاج محتويات إعلامية ذات قيمة من خلال الأفكار الإبداعية التي يتيحها، الحصول على إجابات وتوضيحات وشروحات وافية عن أي موضوع مما يزيد من توسيع معارفهم بالأحداث والقضايا وتعميق فهمهم لها ولمجرياتها وسياقاتها .
 - يقدم Chat GPT العديد من الإيجابيات لأفراد عينة الدراسة من الصحفيين والإعلاميين وصناع المحتوى، ومن أبرز الإيجابيات نجد (تسريع عمليات البحث والحصول على المعطيات والمعلومات وتوفير الوقت في تحرير وإنتاج المحتويات الإعلامية وتقديم استجابات فورية للأسئلة والاستفسارات المقدمة له، قدرته على التعامل والرد على الأسئلة الكتابية والشفوية والتعامل مع الصور والملفات مهما كانت صيغتها ومهما كانت اللغة المستخدمة، تحسين وتطوير قدراتهم ومهاراتهم وفنياتهم المتعلقة بتحرير مختلف قوالب الكتابة الصحفية وصناعة المحتويات الإعلامية وتقديمها بشكل ابداعي وجذاب، توفير الموارد اللازمة والضرورية للصحفيين والإعلاميين وصناع المحتوى من خلال تزويدهم بمعلومات ذات جودة اعتمادا على مصادر دقيقة وموثوقة، تحسين وتجويد الصياغة التحريرية والتصميمية للمحتويات وقبولتها في قالب المطلوب) .
 - يطرح التوظيف الواسع والمكثف لـ Chat GPT في الممارسة الاعلامية العديد من التحديات، من أبرزها (افتقاد المحتويات الإعلامية المولدة من قبله إلى الحس الإنساني، افتقاره للشفافية وانحيازه وعدم قدرته على الحياد اتجاه بعض القضايا والموضوعات، اختراق المحتويات الإعلامية المولدة من طرفه وتعدديها على الملكية الفكرية للآخرين، التخوف من فقدان اللمسة والبصمة الشخصية في ظل تزايد الاعتماد عليه في التحرير والإنتاج الإعلامي) .
 - يرى أفراد عينة الدراسة ان الممارسة الاعلامية في المستقبل سيكون على النحو التالي (مزيجا من العمل البشري والعمل المولد عن طريق تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، أكثر كفاءة وفاعلية وحيوية مما هي عليه اليوم، المحتوى الاعلامي سيكون على نحو أفضل في ظل توسع الاعتماد على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، احتدام المنافسة بين المؤسسات والمنصات الإعلامية من أجل كسب وإرضاء وتلبية احتياجات الجماهير، الاستغناء عن كثير من الاعلاميين والصحفيين وصناع المحتوى خاصة غير المؤهلين والمدرين منهم، الممارسة الاعلامية ستميل إلى التقنية وتبتعد عن الإنسانية شيئا ما ، الذكاء الاصطناعي التوليدي لن يحل محل العنصر البشري في ممارسة الاعلام) .
- وقبل أن نختم هذه الدراسة، ارتأينا أن نقدم جملة من الاقتراحات لعها تسهم في توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي و على رأسها chat GPT على نحو أفضل مما يعزز جدوة المحتوى الإعلامي و يزيد من مصداقيته وموثوقيته ، تتمثل هذه الاقتراحات في التالي :
- العمل اكتساب المهارات اللغوية والتقنية اللازمة للتعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي للحصول منها على توليدات أكثر عمقا وجودة ومصدقية .
 - تدريب المشتغلين بالحقل الإعلامي على الاستخدام والتوظيف الأمثل هذا الأدوات تعزيزا للإبداع البشري .
 - اجراء المزيد من الدراسات حول أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي وتأثيرها على الهوية الإعلامية .
 - تطوير اطار تشريعي يلزم المشتغلين بالحقل الإعلامي الافصاح عن توظيف الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتويات الإعلامية حماية للملكية الفكرية .
 - ضرورة الموازنة بين الاستفادة من الإمكانيات الهائلة الذكاء الاصطناعي التوليدي و الحفاظ على المعايير والقيم الإعلامية الأساسية كالمصداقية و المسؤولية و المهنية والاحترافية .

- تقاسم المهام بحيث يقوم الذكاء الاصطناعي التوليدي بالتحريض والإنتاج الأولي للمحتوى الإعلامي وجميع البيانات والمعلومات اللازمة فيحن يتولى الاعلاميون والصحفيون وصناع المحتوى بالتحقق والتدقيق والتحليل النقدي وازافة اللمسة الإنسانية على هذه المحتويات .

الإحالات والمراجع:

- محمد محمد الهادي ، الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستقبله ، المجلة المصرية للمعلومات ، العدد 32 ، 2023 ، ص 33 .
- أحمد عمر شرين محمد أحمد ، تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية *chat GPT* كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 66 ، الجزء 01 ، 2023 ، ص 25 .
- أحمد علي الزهراني ، استخدام تقنية *chat GPT* في تطوير المحتوى الإعلامي ، المجلة العربية لعلوم الاعلام والاتصال ، العدد 38 ، 2024 ، ص 338 .
- وفاء السيد محمد سالم خضر ، فاعلية استخدام التقنيات الحديثة (الذكاء الاصطناعي، الميتافيرس، شات جي بي تي) في مجالي التعليم وصناعة الصحافة في مصر ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد 23 ، العدد 01 ، 2024 ، ص 123 .
- نصر الدين هيصام ، أخلاقيات البحث العلمي في عصر الذكاء الاصطناعي " تطبيق *chat GPT* " ، مجلة قيس للدراسات الانسانية والاجتماعية ، المجلد 08 ، العدد 01 ، 2024 ، ص 1175 .
- الجزيرة ، أيوب رغيد ، 2024 ، شات جي بي تي ... تطبيق الدردشة الذكي الذي أبهر الأذكى ، على الرابط التالي <https://n9.cl/kx85t> ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/12/10 على الساعة 14.45 .
- عبد الملك الدنداني ، خالد عبد الله درار ، وعمر بن عمر ، أوجه استخدام تطبيق شات جي بي تي في المجال الإعلامية - دراسة استكشافية ، مجلة بحوث العلاقات العامة ، العدد 47 ، 2023 ، ص 58-60 .
- عبد العزيز عيسى إنجي لطفي ، تقييم الخبراء المتخصصين لمصادقية المحتوى الصحفي التوليدي بواسطة تطبيق شات *chat GPT* ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، العدد 46 ، 2024 ، ص 274 .
- هند يحي عبد المعطي عبد المهدي ، أخلاقيات استخدام تطبيقات ومنصات *Chat GPT* في صناعة المحتوى الصحفي ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، العدد 27 ، 2024 ، ص 62 .
- أروى فهد العمران وايهاب مصطفى جادو ، تصور مقترح لتوظيف تطبيق *Chat GPT* في العملية التعليمية بكلية الشرق العربي للدراسات العليا، مجلة الذكاء الاصطناعي وأمن المعلومات، المجلد 02 ، العدد 04 ، 2024 ، ص 142 .