

مداخلة موجهة للمشاركة في الملتقى الوطني الموسوم ب: المؤسسات
الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول وتحديات التطور
ضمن المحور الثاني : الذكاء الاصطناعي وثورة الخوارزميات وتأثيرهما على
صناعة الاعلام

طالب دكتوراه : إسلام سيف الدين بومعقل ، جامعة عبد الحميد بن
باديس ، مستغانم

عنوان المداخلة : الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات

Islamseyfeddine.boumakel.etu@univ-mosta.dz

تاريخ الاستلام: 2024/09/23 تاريخ القبول: 2024/09/23 تاريخ النشر: 2024/09/28

ملخص تعد الأنترنت أهم محطة محورية في تطور الصحافة من شكلها المطبوع الى نسختها الرقمية باستخدام التقنيات الحديثة و الحاسب الآلي ، والتي كانت السبب الأول في ميلاد الصحافة الالكترونية التي تميزت عن الصحافة الورقية بعدة مميزات و خصائص ، خاصة بعد انتشار صحافة الهاتف المحمول و ظهور صحافة الروبوت الاعلامي المزودة بتقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال هذه الورقة البحثية سنتناول تأثير التكنولوجيا على الصحافة بشكل عام ، حيث أضحى يطلق مصطلح الصحافة الرقمية بفعل التغيرات التي أنتجتها التكنولوجيات الحديثة ، سواء في الرسالة أو الوسيلة أو نمط الارسل ، ناهيك عن بيئة الصحفي عموما ، فالنص الصحفي خضع لما يعرف بالتحجير الالكتروني ، وتراجع الاستخدام الورقي مقابل الكمبيوتر و الألواح الالكترونية و انتشار صحافة الهواتف الذكية و كذا المولود الجديد المعروف بالروبوت ، فضلا عن تطبيقات متنوعة للذكاء الاصطناعي ، التي أعطت شكلا مغايرا للصحافة و التحجير الصحفي و طريقة إخراجها بشكلها النهائي الى الجمهور الكلمات المفتاحية : التكنولوجيات الرقمية ، الروبوت ، الذكاء الاصطناعي

Abstract :

The internet represents the most pivotal station in the evolution of journalism, transitioning from its traditional printed form to its digital counterpart through the utilization of modern technologies and computers. This transition was primarily responsible for the emergence of electronic journalism, distinguished from its print counterpart by several features and characteristics, particularly with the proliferation of mobile journalism and the advent of AI-powered robotic journalism.

Through this research paper, we will delve into the impact of technology on journalism in general. The term "digital journalism" has emerged due to the changes brought about by modern technologies, whether in message, medium, or transmission style, not to mention the overall journalistic environment. Journalism text has undergone what is known as electronic editing, with a decline in paper usage in favor of computers and electronic tablets, alongside the spread of smartphone journalism and the emergence of the new phenomenon known as robotics. Additionally, various applications of artificial intelligence have given journalism and editorial work a distinct form, altering the final presentation to the audience.

Keywords: Digital technologies, Robotics, Artificial Intelligence.

*المؤلف المرسل: الاسم واللقب

مقدمة :

تمر صناعة الاعلام العالمية اليوم و خصوصا الصناعة الصحفية بمرحلة تحولات عميقة كبرى تحت تأثير التطور التكنولوجي المتسارع و المستمر ، مما ساق الى تغيرات كبيرة في إنتاج الأخبار و تسليمها و استهلاكها ، مما أدى هذا التطور في تكنولوجيا وسائل الاعلام المعاصرة الى زيادة قوة العالم الرقمي من

خلال استخدام وسائ التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك و غيره ، لنشر المعلومات لأي شخص في أي مكان وفي أي وقت ، وفي الوقت نفسه يساهم التطور و الابتكار التكنولوجي الرقمي على إعادة تشكيل صناعة الأخبار و جعل ديناميكيات وسائل الاعلام أكثر تعقيدا و تكثيفا

ان هذا التطور التكنولوجي يؤثر في الطريقة التي يقوم بها الصحفيون بعملهم ، كما يؤثر في طبيعة المحتوى الاخباري وفي هيكل و تنظيم غرفة الأخبار و صناعة الاخبار ، وفي طبيعة العلاقات بين المؤسسات الاخبارية و الصحفيين و جماهيرهم ، بما في ذلك الجماهير و المنافسون و مصادر الاخبار و الجهات الراعية ، وأولئك الذين يسعون الى تنظيم الصحافة او السيطرة عليها

لقد دخلت وسائل الاعلام الرقمية عصرا جديدا تتغير فيه اقتصاديات صناعة الاعلام كما تتغير فيه مفاهيم الاخبار و الجمهور و التفاعلية و المنافسة الاعلامية و غيرها من المفاهيم التي طبعت العمل الاعلامي و الصحفي لفترة تاريخية طويلة ، وقد ساقطت هذه التغيرات الى بروز توجهات جديدة في مجال الصحافة ، سواء على مستوى الممارسات المهنية الفردية أو على مستوى الهياكل التنظيمية و الاجتماعية

إن التغيرات الذي يشهدها عالم الصحافة و النشر الالكتروني اليوم و فهم التقاطعات بين الثورة الرقمية المتسارعة و الممارسات المهنية الجديدة ، من خلال رصد و تحليل التوجهات الراهنة في مجال الصحافة و صناعة الاخبار على المستويات التالية : على المستوى التكنولوجي المتمثل في الاندماج الاعلامي و كيف يتم انتاج المحتوى الصحفي و استخدامه و توزيعه عبر منصات كتعددة ، وعلى المستوى الاقتصادي من خلال ظهور نماذج اقتصادية جديدة في تشغيل و إدارة المؤسسات الاعلامية و أيضا التحولات في مفهوم جمهور وسائل الاعلام الجديدة و دوره و علاقته بمحتوى ما تقدمه هذه المؤسسات الاعلامية

1. إزدهار الصحافة بالاستخدامات التكنولوجية :

تناولت الأدبيات النظرية التكنولوجيا على أنها مصطلح مركب من مقطعين أحدهما Techno وهي كلمة يونانية تعني حرفية أو صنعة أوفنا و Logy وهي بمعنى العلم ، وهناك من اعتبر أن الجزء الأول من الكلمة مشتقا من الكلمة الانجليزية Technique بمعنى التقنية أو الأداء التطبيقي مستندي في ذلك الى أن هناك صلة بين الكلمتين اليونانية و الانجليزية من حيث الاشتقاق اللغوي ومن حيث المعنى ، فالحرفة أو الصنعة ماهي الا تقنية أو تطبيق أدائي لفكرة معينة { عيساني ، 2010 }

ولكن هذا المفهوم تطفئ عليه العمومية ، ويبدو من الناحية العلمية مفهوما محدودا ، خاصة إذا ربطت التكنولوجيا بالوسيلة فقط ، أي استخدام الكمبيوتر و الأجهزة الحديثة الأخرى كالجوالات الذكية و الكاميرات ذات الجودة العالية ، فالتكنولوجيا المقصودة في هذه الدراسة تتجاوز الأمر التقني و الفني في استخدام الآلة باختلاف أنواعها و أشكالها ، ولو أنه مهم في جوانب البحث بل الأمر يتجاوز ذلك الى طريقة عمل جديدة ، وتفكير أجد في البيئة الاعلامية بشكل شمولي

مع أن التعاريف الاصطلاحية لتكنولوجيا الاعلام تضعها على أنها "مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري ، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المرئية أو المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو الرسومية و تخزينها و استرجاعها و نشرها ، ونقلها من مكان الى آخر و تبادلها { عيساني ، 2010 }

فمنذ ثمانينيات القرن الماضي "شهد مجال الاتصال الاعلامي تحولات كبرى ناجمة بالخصوص عن تطور غير مسبوق في التكنولوجيا و التقنيات المعتمدة

التي فرضت الخبر المباشر ، و سرعة البث و التلقي جراء التطور التكنولوجي الذي يعرف على أنه : مجموعة المعارف و الخبرة المتراكمة و المتاحة و الأدوات و الوسائل المادية و التنظيمية و الادارية التي يستخدمها الانسان في أداء عمل ما ، أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية و المعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع أي ، أي هو كل جديد في مجال الاعلام و الاتصال ، يقدم إضافة نوعية في مجال العمل الصحفي سواء على الفكري كالتحرير الصحفي أو المادي ، كأشكال التغطيات الصحفية و كيفية الاخراج و أساليب العمل الصحفي ، التي تتطور على مدار الساعة وفق تنافس كبير بين وسائل الاعلام ، فلا تكاد تمر فترة من الزمن حتى تبدع مؤسسة إعلامية في طريق توصيلها و إبلاغها المعلومة الخيرية للمتلقي ، فمن المواقع الالكترونية و "البريد الالكتروني" الى المواقع الاخبارية و استغلال شبكات التواصل الاجتماعي الى الاخبار عن طريق الجوال ، وهذا ما يؤكد "فرانس ستوارت ان " حين قال : " التكنولوجيا تتغير باستمرار بمنتجات حديثة أو محسنة وبأدوات جديدة للمواد القديمة ، وبتقنية جديدة في الانتاج فالحاجة للحصول على التكنولوجيا ليس مرة واحدة و للأبد بل هي عملية مستمرة { أبو اصبع ، 1989 }

2. الاتجاهات الراهنة في البيئة الاعلامية :

أ- ميلاد أشكال وأنماط جديدة في صناعة المحتوى الرقمي :

نشهد اليوم كنتيجة لتطور ظاهرة الاندماج الاعلامي ، ميلاد أشكال و أنماط جديدة في صناعة المحتوى الرقمي ، تتداخل فيها العناصر مجتمعة من صوت و صورة و نص و مؤثرات حسية لا تحتاج فيه القصة الخيرية أن تكون منتجة بشكل خطي ، بل بدأت تتشكل أنماط و قوالب جديدة في انتاج قصص خبرية بطريقة ليست خطية ، أي أن القصة الخيرية بشكلها الجديد يمكن أن تجذبك لو بدأت بها من آخرها أو وسطها أو أولها ، وهذا سيشهد غرف الاخبار الذكية

نقلة نوعية أو طفرة في صناعة ما يسمى بالقصة الخبرية المتعددة الوسائط
{ McAdams . 2005 }

تعمل التكنولوجيا الرقمية أيضا على تغيير طبيعة سرد القصص و عرض
الأخبار عبر الانترنت ، لقد أصبح أسلوب كتابة الاخبار على شكل الهرم المقلوب
أمرا قد تجاوزه الزمن في عالم الأخبار عبر الانترنت حيث يتم استبداله بشكل
متزايد بتقارير إخبارية متعددة الوسائط تفاعلية و غامرة والتي يمكن أن تمنح
القراء أو المشاهدين شعورا بالتواجد في الأحداث الاخبارية كما لم يحدث من
قبل ، وبات من الملاحظ في التوجهات الحديثة للصحافة المدمجة لجوئها الى
نشر قصص إخبارية مطولة ، بدلا من التوجه نحو القصص القصيرة و خاصة
في الموضوعات الهامة ، كما برز اتجاه تطوير القصص الهامة الى تقارير معمقة
عن هذه الموضوعات ، حيث أثبتت الدراسات التسويقية رغبة القراء في
متابعة القصص الهامة بشكل مطول و عميق بعد أن يكون القارئ قد اطلع
على عالم متغير و سريع من الأحداث في التلفزيون و الاذاعة و بقراءته
للصحيفة يكون قد خصص وقتا كافيا لمتابعة بعض الاحداث الهامة ، التي
يكون قد علم عنها من مصادر أخرى { McAdams . 2005 }

من جانب آخر تتجه بعض الصحف الالكترونية الى توظيف قالب الرواية
{ قالب الهرم المعتدل } بدلا من القالب التقليدي في صياغة الاخبار و
الموضوعات و خاصة تلك ذات الطابع التسلسلي و الترفيهي حيث يغير هذا
القالب الروائي من رتبة الأخبار و العروض التحليلية ، و يتيح فرصة أكبر
للمحررين لإدخال اللمسة الانسانية عند الكتابة في مثل هذه الموضوعات ،
وقد أكد عدد من رؤساء تحرير صحف أمريكية ارتفاع أرقام التوزيع كلما كانت
هناك قصص اخبارية تستحق القراءة ، وذات طابع إنساني و تكون شيقة و
مكتوبة بلغة جاذبة { S.Quinn . 2005 }

من جانب آخر لاحظ عديد الدارسين تزايد التركيز على القصص الخفيفة و
تقليص الاهتمام بالقصص الجادة كالحروب و السياسة و غيرها ، وذلك نتيجة

معرفة هذه الصحف برغبات القراء واهتماماتهم بمثل هذه الموضوعات و القضايا غير الجادة مثل الحياة و المجتمع و الرياضة و الفن و القصص الانسانية و الترفيه و التسلية أكثر من اهتماماتهم بالقضايا و الموضوعات الجادة

على صعيد مماثل تتوجه الصحافة الحديثة الى الطبقات المحلية { المناطق } بما تشمله من أخبار محلية و موضوعات ذات طابع محلي مناطقي و جوارى ، حيث تحمل هذه الطبقات إعلانات محلية تهتم شرائح القراء في تلك المناطق حيث يؤكد على ذلك " إستس " رئيس تحرير شيكاغ و تريبيون بقوله : " إن الأفضلية لدينا في نشر الأخبار ليس العراق أو واشنطن و انما الاخبار المحلية " ، حيث يركز الموقع الالكتروني للصحيفة على المحتوى المحلي مثل المرافق و المدارس و الطقس و إحصائيات الجريمة و التحديثات المرورية ، يتم تحديث الموقع كلما أمكن ، و يضيف إستس إنه يريد أن يظن الجمهور الى الموقع على أنه متجدد دائما حيث يختلف المحتوى حسب الوقت من اليوم ، ففي الصباح نركز على الجادة ، وعند الظهيرة نركز على الأخبار النفعية حول معدلات الرهن العقاري أو كيفية الحصول على أفضل الصفقات ، وفي المساء يكون التركيز أكثر على الترفيه بحث أن القصص التي يقرأها الناس في الساعة الثالثة مساء من ذلك اليوم ، و يضيف " إستس " بأن إدراج الصور و إظهار مستوى عال من التفاعلية يعد جزء لا يتجزأ من العملية ، لأن القراء يحبون الصور الفوتوغرافية وهي في الغالب الأكثر مشاهدة على الموقع وإن السمات التفاعلية مثل استطلاعات الرأي و لوحات الرسائل تحظى هي أيضا بشعبية طاغية لدى الجمهور { S.Quinn . 2005 }

تتوجه الصحافة الحديثة الى التخصص أكثر من العموميات و لهذا تصدر ملاحق منتظمة عن موضوعات متخصصة مثل : الكمبيوتر ، التكنولوجيا ، البيئة ، العلوم ، وتتوزع هذه الملاحق بين ملاحق يومية الى أسبوعية و بعضها ملاحق شهرية ، و تعتبر الصحافة الأدبية مثالية لبعض هذه الظروف لكن

الصحفيين يحتاجون أيضا الى إعطاء جمهورهم قصصا مقلوبة هرميا و نقاطا ،
قد تنطوي مهارات التوليف و التحليل على كمية كبيرة من البيانات و
المعلومات في بضع مئات من الكلمات حول موضوع واحد ، وهذا ما تقوم به
صحيفة وول ستريت جورنال التي تلخص أهم الأحداث التجارية و الأخبار في
قسم "ما هي الاخبار " من صفحتها الأولى
ب- الاندماج الرقمي هو الحاضر و تكامل الوسائط هو المستقبل :

تتسم المرحلة الراهنة بالتوجه نحو الاندماج بين وسائط الاعلام ، ويرى
جينكينز { Jenkins . 2006 } بأن الاندماج الاعلامي هو المفهوم الذي يمكننا من
وصف التغيرات التكنولوجية و الصناعية و الثقافية و الاجتماعية التي تعرفها
هذه البيئة الاعلامية حيث الحدود التي كانت تفصل بين وسائط الاعلام –
المقروءة و المسموعة و المرئية – بدأت بالفعل في التقلص الى درجة الانتقاء
تقريبا في المستقبل المنظور و حيث لن تكون هناك في الواقع فروقا أو فواصل
نظرية أو عملية بين الصحافة و الاذاعة و التلفزيون ، وحيث سيكون هناك
تكامل و اندماج بينها ، وهناك توجهات اليوم على مستوى الواقع لاندماج
الصحف و التلفزة بشكل خاص ، إذ يتم توظيف غرف الأخبار مشتركة لخدمة
الوسيلتين كما هو الحال في كثير من شركات الاعلام الكبرى في الولايات
المتحدة و أوروبا و أمريكا الجنوبية و شرق آسيا { Daily . Demo . and
Spillman . 2005 }

تشير ظاهرة الاندماج الاعلامي في الواقع الى عملية تدفق المحتوى عبر منصات
وسائط متعددة ، و الى التعاون بين الصناعات الاعلامية المتعددة لتقديم
الاخبار و المعلومات لأي فرد و كل فرد في أي وقت و في كل مكان و في أي مكان و
في كثير من الاحيان دون التخلي عن القيم الصحفية الأساسية ، ويرى "بريور"
بأن الاندماج الاعلامي يحدث في الواقع في غرف الاخبار حيث يعمل أعضاء
هيئة التحرير معا لإعداد منتجات إعلامية متعددة للنشر على منصات متعددة

من أجل الوصول الى جمهور واسع باستخدام محتوى تفاعلي و غالبا على مدار الساعة و على مدار الاسبوع { S.Quinn . 2005 }

يستند الاندماج في سياق العمل الاعلامي المحترف إذن الى افتراض أنه يحتوي على اتجاهين مترابطين في نفس الوت: إندماج الصناعات الاعلامية وهو ما يعني في مجال الصحافة إنشاء غرف أخبار متعددة الوسائط و شركات إخبارية متكاملة ، و إندماج الانتاج و الاستهلاك الاعلامي و الذي يؤدي في مجال الصحافة الى زيادة مشاركة المواطن - المستهلك - كمصدر أو كمنتج مشارك في التقارير الاخبارية و الرأي و التحليل

توجد في الواقع عدة عوامل و قوى تعمل معا لتسريع وتيرة صيرورة الاندماج الاعلامي و تلاشي الحدود الفاصلة بين وسائل الاعلام التقليدية ، و تتمثل هذه العوامل الرئيسية في تشظي جمهور وسائل الاعلام ، و توافر التكنولوجيا الرقمية بشكل رخيص نسبيا و التغيرات في الهياكل الاجتماعية و القانونية و التي تجعل الصحف من رؤية التكنولوجيا كمنافس لها الى احتضانها كرفيق ، و في ضوء ذلك أصبحت المنافسة بين الاعلام القديم و الاعلام الجديد منافسة بالية ، حيث تتوحد الصحف و التكنولوجيا و تشكل كل غير منفصل { Mark Deuze . 2010 }

يرى " جوردون " بأن ظاهرة الاندماج الاعلامي لا تأخذ شكلا واحدا و موحدا بل في الواقع يتجلى الاندماج الاعلامي في عدة أشكال متنوعة و من هذه الأشكال : شكل الاندماج الاعلامي في مجال الملكية ، حيث يتعلق هذا الشكل بالترتيبات التي تتم في اطار مؤسسة إعلامية كبيرة واحدة تشجع على الترويج المشترك للمضامين الاعلامية فيتم تشارك المحتوى بين الأنظمة الأساسية المطبوعة و الانترنت و التلفزيون المملوكة من قبل نفس المؤسسة الاعلامية ، أكبر مثال عن هذا الشكل من الاندماج الاعلامي شركة " تريبيون " في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يرى " جاك فولر " بأن امتلاك التلفزيون و الاداعة و الصحف

في سوق واحدة يوفر وسيلة لخفض التكاليف و زيادة الكفاءة و " تقديم أخبار عالية الجودة في أوقات الضيق الاقتصادي " { Gordon . 2003 }

3. صحافة الروبوت وتقنية الذكاء الاصطناعي :

يعود تاريخ الذكاء الاصطناعي لعالم الحاسوب " جون مكارثي " حيث طرح المصطلح بالأساس في عام 1956 و عرّفه بنفسه بأنه : علم و هندسة صنع الآلات الذكية ، في معهد ماساتشوستس للتقنية MIT عام 1958 ، ليبدأ مشروع الذكاء الاصطناعي مع مارفن مينسكي شريكه في جائزة تيورينغ ، حيث استغرق عمله في عدة مجالات للدراسة الروبوتية ، ونظرية الحوسبة ، ومنطق الفطرة السليمة ، وواجهات التواصل بين الانسان و الحاسوب ، كما أنه قام باختراع لغة البرمجة الني أصبحت الأداة المفضلة على نطاق واسع في أبحاث الذكاء الاصطناعي وفي التعليم حتى يومنا هذا ، عدا عن أنها ثاني أقدم لغة برمجة بعد "فورتران"

وهناك من يقول ان جذور البحوث الخاصة بالذكاء الاصطناعي الى الاربعينات مع انتشار الحاسبات و استخدامها و تركيز الاهتمام في بداية الخمسينات على الشبكات العصبية ، وفي الستينات نشاط البحث يتوجه نحو النظم الميمنة على تمثيل المعرفة الذي استمر العمل به في خلال السبعينات ، ومع بداية الثمانينات و بعد اعلان المشروع الياباني الذي تبني الجيل الخامس للحاسبات حدثت طفرة كبيرة في بحوث الذكاء الاصطناعي حاليا { ساعد ، 2020 } ، فإن للذكاء الاصطناعي تطبيقات عديدة سواء كانت تطبيقات ذات أغراض عامة مثل الادراك و التعليل المنطقي أو كانت مهمات ذات غرض خاص مثل لعب الشطرنج أو التشخيص الطبي ، غالبا فإن الخبراء و العلماء يتوجهون الى الذكاء الاصطناعي لحفظ خبراتهم و تجاربهم التي قضوا بها حياتهم ، فالذكاء الاصطناعي مجال عالمي يصلح لجميع التوجهات {الهادي ، 2005 }

أ- تعريف الذكاء الاصطناعي : هو قدرة النظام على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحيح و التعلم من هذه البيانات و استخدام تلك المعرفة لتحقيق أهداف و مهام محددة من خلال التكيف المرن وفي مجال العلاقات العامة يعتبر الذكاء الاصطناعي " دراسة و تصميم العملاء الأذكياء " ، و العميل الذكي هو نظام يستوعب بيئته و يتخذ المواقف التي تزيد من فرصته في النجاح في تحقيق مهمته أو مهمة فريقه {Heanlein . 2019} و يرى " ايان ريتش " ان الذكاء الاصطناعي هو ذلك العلم الذي يبحث في كيفية جعل الحاسب يؤدي الاعمال التي يؤديها البشر بطريقة أقل منهم ، وفي تعريف آخر للذكاء الاصطناعي يقدمه " افرون بار وادوارد فيجنوم " أن الذكاء الاصطناعي هو جزء من علوم الحاسب يهدف الى تصميم أنظمة ذكية تعطي نفس الخصائص التي نعرفها بالذكاء في السلوك الانساني ، فعلم الذكاء الاصطناعي يهدف " الى فهم طبيعة الذكاء الانساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الانساني المتمسم بالذكاء و تعني قدرة برنامج الحاسب على حل مسألة ما ، أو اتخاذ قرار في موقف ما ، وشكل ظهور "الروبوت" الاعلامي تغيرا في أدوار صناعة الاعلام في العصر الحاليو في المستقبل ، إذ بإمكانه كتابة قصة إخبارية في دقيقتين على أقصى تقدير ، وهذا عامل أساسي يؤهل الصحف لخوض غمار المنافسة في ظل سرعة بث الاخبار ، وبإمكان الآلات الذكية أن تزيد من زخم تقارير الصحفيين و ابداعهم و قدرتهم على إسترعاء الجماهير ، من خلال اتباع نماذج البيانات و برمجته لتعلم المتغيرات فيها مع الوقت يصبح بإمكان الخوارزميات مساعدة

الصحافيين على ترتيب النصوص و فرزها و صياغتها بسرعة لم

يتصورها عقل من قبل {ماريا ، 2020}

ب- تعريف صحافة الروبوت : يشير مصطلح " صحافة الروبوت Robot

Journalism " الى التقنيات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في توليد

مقالات إخبارية اعتمادا على نماذج مسبقة و بيانات ضخمة يتم تزويد

البرمجيات بها ، ليتم تحليلها و التعلم الآلي منها ، و الاستفادة منها في

إنتاج أخبار و مقالات و تقارير بسرعة قياسية دون الاعتماد على

العامل البشري

كما يشير مصطلح " صحافة الذكاء الاصطناعي " الى توظيف وسائل الاعلام

تقنيات الذكاء الاصطناعي و الابتكارات التي جلبتها الثورة الصناعية الرابعة ،

مثل تقنيات التصوير ثلاثية الأبعاد عالية الدقة و الانترنت فائق السرعة و

انترنت الأشياء و الروبوتات لإنتاج المحتوى الاعلامي الخاص بها ، وأداء مهام

معينة في صناعة الخبر ، ففي الصحافة الروبوتية أو الصحافة المؤتمتة و

المعروفة باسم الصحافة الخوارزمية تنتج الأخبار بواسطة برامج الذكاء

الاصطناعي ، بمعنى أن ذلك يتم تلقائيا بواسطة الآلات بدلا عن المراسلين

البشريين ، حيث تقوم هذه البرامج بتفسير البيانات و تنظيمها و عرضها بطرق

يمكن قراءتها بواسطة الانسان {مجلس التعاون الخليجي ، 2018}

سؤال لطالما طرحه أهل الاختصاص في هذا الصياغ المعرفي بعيدا عن

المقاربات الأكاديمية كيف يمكن تحقيق ذلك عمليا ؟ فالذكاء الاصطناعي

أضحى مرادفا لكل الميادين و المجالات سواء كانت علمية فنية تقنية أو

صناعية بل حتى في المجال الاداري و الرياضي ، وعموما كل ماله علاقة

بالخدمات عموما

لم يتوقف أداء الروبوت على التحرير ، بل تجاوزه الى معالجة البيانات و الاحصائيات حيث اقترحت المجلة الاقتصادية المشهورة " فوربس " على قرائها توقعاتها للأسهم في البورصة و نتائج الشركات الاقتصادية بالاعتماد على برنامج " نراتيف سينس " الذي اخترعته شركة أمريكية صغيرة في شمال مدينة شيكاغو ، لقد اهتمت هذه الشركة بالبيانات و الاخبار المتعلقة بالمال و العقارات و الرياضة معتمدة في ذلك على ما تجمعه من إحصائيات و تحاليل من مصادر مختلفة ، ويشكل هذا التطور مظهرا آخر من مظاهر التقدم التكنولوجي الذي سيقود الى تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الاعلامية و طرق عملها ، كما يمثل حالة فريدة في جمع الاخبار و كتابتها ، الى جانب إعداد و كتابة التحليلات الصحفية حول الأحداث و القضايا المختلفة ، الأمر الذي سيقود الى تحولات مهمة في مفهوم الاعلام و خصائصه و آلياته و تأثيراته المجتمعية {نجيب ، 2018}

4. إستخدامات الذكاء الاصطناعي و صحافة الروبوت في البيئة

الاعلامية :

أ- التعامل مع البيانات : وفقا لمات كارلسون مؤلف كتاب " المراسل الآلي " فإن الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة يعني أن تقوم اللوغاريتمات { الخوارزميات } بتحويل البيانات الى نص إخباري سردي في وقت قياسي

بعض هذه البيانات أصبحت قصصا إخبارية تركز على الاقتصاد منذ أن تمت معالجة البيانات و تهيئتها ، وينبغي علينا ألا نشعر بالمفاجأة حينما نعلم أن مؤسسة بلومبيرغ الاخبارية كانت من أوائل المؤسسات التي تأقلمت مع المحتوى المصاغ بشكل آلي ، حيث أنتج البرنامج الخاص بالمؤسسة آلاف المقالات التي قامت بتحويل التقارير المالية الى قصص إخبارية مثلما يفعل المراسل المتخصص بالمال و الأعمال ، مجلة " فوربس " أيضا تستخدم أداة ذكاء

اصطناعي تدعى " بيرتي " لكي تساعد على إمداد المراسلين الصحفيين
بالمسودات الأولية و القوالب اللازمة للقصص الاخبارية {نيكول . 2019}
ب- كشف الأخبار الزائفة : تساعد أدوات صحافة الروبوت أيضا على
كشف المعلومات المضللة و الأخبار الكاذبة من خلال إخضاعها
للتحليل و المقارنة لإثبات صحتها ، ومراقبة مصداقية المحتوى في
وسائل الاعلام المختلفة ، وإعداد تقارير أكثر دقة و شفافية ،
وتستخدم هذه الأدوات بشكل واضح في شبكات التواصل
الاجتماعي لمواجهة الأخبار الزائفة التي أثرت بشكل سلبي على
مصداقية صانعي المحتوى ، وكان لها تبعات اجتماعية و سياسية
عالمية واسعة ، وتبذل منصات التواصل الاجتماعي جهودا كبيرة
في محاربة الشائعات و الاخبار الزائفة و المعلومات المضللة
باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحديد الحسابات المزيفة
التي تهدف الى الربح فقط

ت- الترجمة الصحفية : إن أحد المتغيرات الكبرى في الذكاء
الاصطناعي هو الترجمة الآلية ، عادة ما يقوم المراسلون الأجانب
بالإبلاغ بلغة واحدة و الكتابة بلغة أخرى ، على سبيل المثال إجراء
مقابلة باللغة العربية و كتابة باللغة الانجليزية ، لكن مع الترجمة
الآلية السريعة يوجه الصحفيون الأخبار بأي لغة يفضلونها و
يترجمها الذكاء الاصطناعي ، يقوم المراسل بفحص النسخة
النهائية قبل تقديم القصة ، وعلى الرغم من أن برامج الروبوت
ترتكب أخطاء إلا أنها لا تكرر نفس الخطأ

ث- ربح الوقت : ويبدو أن التطور في هذه التطبيقات و تحسين قدرات

الروبوتات الابداعية يسير بأسرع مما نتوقع ، حيث نشر مؤخرا موقع " تشاينا نيوز " أن خبراء صينيين تمكنوا من صنع أول روبوت "صحافي" في العالم قادر على كتابة المقالات ، ووفقا للموقع :
إستطاع الروبوت الجديد الذي أطلق عليه اسم {زاو نان} كتابة أول مقالة صحافية ليصبح أول روبوت {صحافي} في العالم تمكن من إنجاز المهمة الموكلة إليه ، وكتب نصا مؤلفا من 300 رمز كتابي في ظرف ثانية واحدة فقط ، ففي عام 2027 ماكان يستغرق شهورا من العمل في التحقيق بواسطة فريق من الصحفيين يمكن أن ينجزه صحفي واحد في واحد فقط

ج- تنمية وتطوير الموارد البشرية : الذكاء الاصطناعي و التشغيل

الآلي بعيدان عن تقليص عدد الوظائف في الصحافة كما يظن البعض ، على العكس من ذلك فهما يساهمان بتوفير فرص عمل جديدة ، حيث سيحتاج صحفيو الغد الى التدريب على التصميم هذه الخوارزميات و تحديثها و تعديلها و التحقق من صحتها و تصحيحها و الاشراف عليها و صيانتها ، كما ستحتاج المؤسسات الاعلامية الى المزيد من المبرمجين و مهندسي الحاسوب بغية تطوير خوارزمياتها باستمرار و الحفاظ على مصداقية الخبر من خلال مكافحة الاخبار المزيفة و الحفاظ على مواقع الصحف من الاختراق

ح- إنتاج قصص اخبارية : الذكاء الاصطناعي يحمل الكثير من

التطوير لعالم الصحافة على صعيد الكمو الكيف ، حيث يمكن

استخدامه لإنتاج كم هائل من القصص الاخبارية مقارنة بما تنتجه وكالات الأنباء اليوم ، من خلال تحويل البيانات و الارقام الى نصوص و كذلك تحويل النصوص الى فيديوهات تلخص الحدث كما يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لعمل قوالب متعددة تعالج نفس الخبر جوانب متعددة كعمل تغريدات و عناوين و تلخيص مختصر للقصة الخيرية و كتابة نبذه عن أبطال الحدث ، مشيرة الى دخول الذكاء الاصطناعي بقوة في عالم الترجمة من خلال ترجمة الفيديوهات و النصوص الى أكثر من لغة و انتاجها بوسائط متعددة لتناسب كافة المنصات و الأجهزة الذكية و مساعدة الصحفيين على التعرف على التعرف على أسماء المسؤولين من خلال تقنيات التعرف عبر الصور

خ- تعزيز الأداء : بإمكان الآلات الذكية أن تزيد من زخم تقارير الصحفيين و إبداعهم و قدرتهم على استرعاء انتباه الجماهير من خلال اتباع نماذج البيانات و برمجته لتعلم المتغيرات فيها مع الوقت ، يصبح بإمكان الخوارزميات مساعدة الصحفيين على ترتيب النصوص و فرزها و صياغتها بسرعة لم يتصورها عقل من قبل فهي قادرة على تنظيم البيانات من أجل العثور على الحلقة الضائعة في أي تحقيق صحفي

د- صناعة محتوى متوافق مع المتلقي : مكن لصحافة الذكاء الاصطناعي وضع "روبوت" متخصص في كل أقسام التحرير و الكتابة الصحفية مهمته دعم التعاون مع شبكات المعلومات و مصادرها محليا أو دوليا للحصول على اهتمامات الجمهور

المستهدف ، و تلقي المعلومات و تحليلها عن فئات الجمهور
المستهدف و صياغة رسائل اعلامية متنوعة حسب كل وسيلة
وصولاً للجمهور المستهدف و تخزين تلك المعلومات للمستقبل
لدعم حملات التأثير فيما يتعلق بالقضايا السياسية أو
الاجتماعية بما يخدم الجمهور المحلي لكل وسيلة اعلامية ،
فصحافة الذكاء الاصطناعي لا تقف عند حد إستقبال المعلومة
أو البحث عنها لكنها تصنع المعلومات و تخزينها و تحليلها و تسابق
الجمهور المستهدف دائماً في الاستحواذ على اهتماماته و بث
المحتوى المناسب الذي يتوافق مع ذلك الاهتمامات بصورة
سريعة دقيقة و أكثر ذكاء {عبد الظاهر }

5. إندماج المجال الاعلامي في العالم الرقمي : فرصة أم تهديد ؟

يمكن للاندماج الاعلامي أن يشكل فرصة بالنسبة للمؤسسات الصحفية لتنوع
منتجاتها والوصول الى جمهور واسع ، كما يمكن أن يشكل في الوقت ذاته تهديدا
لبقاء الصحافة ، إن إطلاق المنصات عبر الانترنت المنافذ الاعلامية التقليدية
في التفاعل مع القراء و المعلنين عبر الانترنت ، ومن ناحية أخرى ، قد يؤدي
نشر الأخبار عبر هذه المنصات الى المزيد من المشطلات بالنسبة للصحافة
الورقية مثل تسهيل القراءة المجانية عبر الانترنت ، والتي قد تفكك نظام النشر
المدفوع و انخفاض جودة الصحافة نتيجة للسعي الفوري لتصميم محتوى
لمصالح القراء عبر الانترنت ، و تحقيق المتطلبات العالية لمهارات الوسائط
المتعددة للصحفيين و التي قد يكون لها عدد من الآثار السلبية على العمل
الصحفي ، علاوة على ذلك فإن عجز المؤسسات الصحفية عن مواكبة ركب
الاندماج الاعلامي قد يؤدي الى بروز فجوة بين الصحفيين القادرين على

ممارسة هذه الشكل من الصحافة من خلال إعداد تقني سليم و الصحفيين الذين لا يمتلكون المهارات الضرورية لذلك و الذين سوف يجدون أنفسهم خارج الخدمة

على صعيد آخر يرى العديد من الدارسين بأن الاندماج الاعلامي يزيد من فرص المؤسسة الاعلامية في الوصول الى أكبر عدد ممكن من القراء من خلال وسائط الاعلام المتعددة مع إدراكها بأن المستهلكين قد تبنوا بالفعل الاندماج الاعلامي بمعنى أنهم يستخدمون بالفعل العديد من وسائل الاعلام ، ويلخص " بول هوروكس " رئيس تحرير أخبار مانشستر المسائية في المملكة المتحدة الوضع على هذا النحو حيث يقول : يجب أن نعيد اختراع منتجنا ليكون أكثر تنافسية ، و لإرضاء المستهلكين المتحمسين لتلقي المعلومات ، فالجماهير تمارس الاندماج بالفعل في الحصول على المعلومات بطرق متنوعة و أن هذا الاندماج يمثل فرصة بالنسبة للمؤسسات الاعلامية للوصول الى جمهور متعدد من جانبه يرى رئيس اتحاد الصحف الامريكية بأن الشركات التقليدية "للصحافة المطبوعة" سنحت أمامها الفرصة لتحويل نفسها الى وسائل إعلام أوسع نطاقا ، فالناس يطالبون بمحتوى فوري لما يهمهم وعلى الصحف أن تستغل التكنولوجيا لتوفير ذلك المحتوى

تتعلم اليوم الشركات الاعلامية كيفية تسريع تدفق المحتوى الاعلامي عبر قنوات التوصيل لتوسع فرص الإيرادات و توسيع الأسواق و تعزيز التزامات المشاهدين ، كما يتعلم المستهلكون كيفية استخدام تقنيات الوسائط المختلفة هذه لجعل تدفق الوسائط تحت سيطرتهم بشكل كامل و التفاعل مع المستخدمين الآخرين { Jenkins . 2004 }

6. خاتمة :

لاشك أن التطورات التكنولوجية مهما بلغت و غيرت في بيئة الاعلام بشكل عام في الادوات والوسائل و المناهج ، لابد ان يقابلها برنامج أكاديمي متخصص ن

وهذا ما يستوجب القيام في الجامعات و كليات الاعلام في الجزائر و العالم العربي ، على اعتبار ان هذه التحولات أضحت واقع اليوم و ترسم مشهد الاعلام مستقبلا ، وربما هذا التحول يتأخر بعض الشيء في المنطقة العربية لغياب يد فنية متخصصة ، الامر الذي يستوجب على المؤسسات الصحافية الاستعانة بمختصين و تقنيين برمجيات و مطوري التطبيقات الذكية كحل مؤقت الى غاية تصدير و تخريج طاقات علمية من الوسط الجامعي كتخصص بعينه وفي كل الحالات مستقبل الاعلام ، حتى ان طغت عليها الآلة و التقنية فإنه سوف يعتمد على عمل الصحافيين جنبا الى جنب مع الأجهزة و البرامج الجديدة .

7. قائمة المراجع :

- 1- رحيمة عيساني ، الوسائط التقنية الحديثة و أثرها على الاعلام ، جهاز و تلفزيون الخليج لدول مجلس التعاون ، 2010
- 2- صالح أبو اصبع ، دراسات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الجماهيري ، العربي للنشر و التوزيع ، الطبعة 1 ، 1990
- 3- ساعد ساعد ، العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التحولات و الاستخدامات ، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ، عدد جوان 2020 ، جامعة تبسة ، الجزائر
- 4- الهادي محمد محمد ، التعليم الالكتروني عبر شبكة الانترنت ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الاولى ، 2005
- 5- ماريا تيريزا رونديروسا ، الذكاء الاصطناعي سيتلزم صحافة أصيلة مقال منشور أفريل 2020 على الرابط <https://medium.com/innovation-in-journalism>

[in-journalism](https://medium.com/innovation-in-journalism)

6- صحافة الروبوت الطريق بات ممهدا للأتمتة الكاملة في صناعة الاعلام ، مقال منشور في مجلة جهاز إذاعة و تلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية ، العدد 114 ، سبتمبر 2018

7- محمد نجيب الصرايرة ، شروق طومار ، صناعة صحافة الروبوت و تحدياتها المهنية و الاخلاقية ، مقال منشور في مركز الجزيرة للدراسات 4 سبتمبر 2018 على الرابط

<https://www.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/09/180904090616553>

8- نيكول مارتين ، كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على الصحافة ؟ ترجمة محمد أحمد حسن نشر في 22 أكتوبر 2019 ، رابط الترجمة

<https://makalcloud.com/post/wvdp6nd51>

9- محمد عبد الظاهر ، كيف تغير صحافة الذكاء الاصطناعي العالم ؟ مقال منشور على الرابط

<https://www.masaadernews.com/article/26580>

10- Dailey , L. , Demo , L. and Spillman , M. , 2005 , The convergence continuum: A model for studying collaboration between media newsrooms , Atlantic Journal of Communication , 13 (3),150 – 168

11- Gordon, R., (2003). The meanings and implications of convergence. In K .

Kawamoto, Ed., *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism* (pp. 57–73). New York: Rowman & Littlefield

12- Jenkins, H., 2006, *Convergence Culture . Where Old and New Media Collide*, New York : New York University Press

13- McAdams, M. , 2005 , *Flash Journalism: How to Create Multimedia News Packages* , Boston, MA : Elsevier

14- Quinn, S., and Deirdre Quinn-Allan (2005) *The world-wide spread of journalism convergence*, Refereed paper presented to the Journalism Education Conference Griffith University, 29 November – 2 December 2005,

15- Deuze, M., *Journalism and Convergence Culture*, in Stuart Allan editor (2010) *The Routledge Companion To news and Journalism*, New York