

إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة :

تحديات جديدة للتعليم والمساءلة

Integrating Artificial Intelligence in Journalism: New Challenges for Learning and Accountability

أمينة بن زرارة

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة - الجزائر،

benzerara.amina@univ-guelma.dz

تاريخ الاستلام 2025/04/14 تاريخ القبول 2025/12/01

الملخص

تناولت هذه الدراسة مسألة إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة و ما ينجم عنها من تحديات جديدة للتعليم والمساءلة، وإدراكاً لحقيقة أن الدوافع الصحفية والاقتصادية لا تتقارب دائماً في مجال الإعلام، كما تناولت هذه الدراسة الأسئلة المتعلقة بدعم هذه التقنيات للعمليات الصحفية، والوظائف الصحفية التي يمكن استبدالها بالذكاء الاصطناعي والأسئلة الأخلاقية والقانونية التي تظهر من خلال هذه الممارسة الجديدة.

و توصلت هذه الدراسة إلى أن المخاوف المهنية بشأن الوظيفة هي في الحقيقة مخاوف مشروعة، إلا أنها تحتاج أيضاً إلى الموازنة، حيث لا يمكن أتمتة السمات البشرية والإنسانية للمهنة؛ . كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن وجود فجوة معرفية ونقص في التواصل بين مصممي هذه التقنيات والصحفيين الذين يستخدمونها يمثل أهم التحديات التي يواجهها إدماج الذكاء الاصطناعي في ممارسات مهنة الصحافة. كما يعد تطوير وتعزيز المبادئ التوجيهية المشتركة بين الصحفيين والتقنيين من أجل الاستخدام الأخلاقي للبيانات مطلباً ضرورياً.

الكلمات المفتاحية: صحافة، ذكاء الاصطناعي، ممارسات جديدة، تحديات أخلاقية وقانونية .

Abstract:

This study addressed the integration of artificial intelligence in journalism and the new challenges it presents for learning and accountability. Recognizing the reality that journalistic and economic incentives do not always align in the media field, the study also explored questions regarding how these technologies support journalistic processes, the journalistic functions that can be replaced by AI, and the ethical and legal issues that arise from this new practice.

The study concluded that professional concerns about job displacement are indeed legitimate, but they also need to be balanced, as the human and emotional aspects of

the profession cannot be automated. It also found that the knowledge gap and lack of communication between the designers of these technologies and the journalists who use them represent the key challenges faced in integrating AI into journalistic practices and the profession. Furthermore, the development and enhancement of common guidelines between journalists and technicians for the ethical use of data is an essential requirement.

Keys Words: Journalism, Artificial Intelligence, New Practices, Ethical and Legal Challenges.

مقدمة:

يشهد الإعلام في العصر الحالي تحولاً نحو تقنيات الثورة الصناعية الرابعة وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتعتبر صحافة الذكاء الاصطناعي المستقبل القادم للصحافة، حيث يتغير التعامل مع تغطية الأحداث والقضايا حول العالم من حيث استخدام أدوات وآليات متنوعة في تغطية الأحداث والقضايا المنتشرة حول العالم، وخاصة في مناطق الصراع والأزمات، والحروب، والفضاء، والحرائق، وغيرها ، أسرع وأكثر دقة بعشرات المرات من وسائل التواصل الاجتماعي.

وقد جاءت هذه الدراسة لمناقشة مختلف الإشكاليات و القضايا التي يثيرها هذا الموضوع وكيف يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي الصحفيين على أداء عملهم بشكل أفضل؟ وكيف يمكن أن يدعم ما يفترض أن تكون عليه الصحافة؟ والوظائف الصحفية التي يمكن استبدالها بالذكاء الاصطناعي والأسئلة الأخلاقية والقانونية التي تظهر من خلال هذه الممارسة الجديدة، وكذا مختلف السيناريوهات المحتملة لصحافة الذكاء الاصطناعي حول مستقبل مهن الصحافة، وأخلاقيات مهنة صحافة الذكاء الاصطناعي و الأطر القانونية لها في محاولة لإيجاد مقاربة مترنة تأخذ بعين الاعتبار السمات الإنسانية و المتطلبات التكنولوجية لمهنة الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي.

و لمناقشة هذه الإشكاليات نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أين تتجه العلاقة بين الصحافة و الذكاء الاصطناعي بين التعزيز و التهديد ؟

و للإجابة على هذا التساؤل ، نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- الصحافة و الذكاء الاصطناعي : أية منفعة؟
- كيف ستتأثر فرص العمل في ظل التناقضات واستحالة التنبؤ بالمستقبل؟
- ما هي تحديات إدماج الذكاء الاصطناعي مع الصحافة؟
- ما هي الآثار الأخلاقية والقانونية لإدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟

1- الصحافة و الذكاء الاصطناعي : أية منفعة؟

يمكن اعتبار الإنتاج الآلي للأخبار استمراراً لأتمتة غرفة الأخبار التي بدأت في أواخر الثمانينيات ، بالإضافة إلى ممارسات الصحافة القائمة على البيانات. ويوضح Laurence Dierickx ، صحفي مستقل ومطور وطالب دكتوراه - في الجامعة البلجيكية: "بينما لا يمكن للصحفيين التنافس مع هذه

الأنظمة ، التي ستكون دائماً أسرع ، سيكون بمقدورهم استخدامها في أبحاثهم أو كجزء من روتينهم اليومي ."

إن كتابة أعمدة معينة وعمليات التوزيع المؤتمنة دون إشراف بشري، على سبيل المثال، هي بالفعل حقيقة قد تغيب عن ذهن القارئ في كثير من الأحيان. يقودنا هذا إلى طرح بعض الأسئلة الجوهرية حول: ما الذي يحتاج صحفيو الغد إلى تعلمه؟ هل سيؤدي هذا الواقع إلى تحسين ظروف العمل في المهنة؟ ما هي أرباح وخسائر الشركات جراء إقحام الذكاء الاصطناعي في الصحافة؟ العديد من المزايا في هذه التقنيات: حجم القصص المنتجة، وسرعة التوليد، وانخفاض التكاليف، وتوسيع منطقة التغطية، وإعادة استخدام البيانات لسرد قصص مختلفة أو بلغات أخرى، ومعدل خطأ محتمل أقل مما لو كان تم إنتاج مقال بواسطة صحفي بشري. يرى المؤلف أيضاً ميزتين أخريين: ميزة تخصيص المحتوى وميزة تطوير المحتوى عند الطلب.

2- أمثلة على استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

يمكن توصيف أهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة حسب (Anja, 2018, p. 67) كالآتي:

2-1 الصحافة الآلية Le journalisme automatique

من خلال سرد القصص من البيانات، كالأخبار الرياضية والمالية، و الذي يمكنه تحرير الصحفيين من المهام الروتينية وتحسين الكفاءة وخفض التكاليف. تستخدم وكالة الأوسوشييتد برس AP برنامج Wordsmith لتحويل البيانات المالية إلى سرد، كما تستخدم صحيفة واشنطن بوست تقنية Heliograf داخلياً لإعداد التقارير عن الأحداث الرياضية والسباق الانتخابي.

2-2 تنظيم تتبع تدفقات العمل L'organisation de suivi des flux de travail

كتتبع الأخبار العاجلة، وتجميع الأخبار وتنظيمها باستخدام العلامات والروابط ، وتعديل التعليقات ، والنسخ الصوتي الآلي. تستخدم New York Times أداة Perspective API التي طورتها Jigsaw (Alphabet / Google) لتنسيق تعليقات القراء، كما تعرض منصة Reuters Connect جميع بيانات رويترز للصحفيين ، بما في ذلك المحفوظات والمحتوى من شركاء الإعلام في جميع أنحاء العالم في الوقت الفعلي.

2-3 متابعة أخبار الشبكات الاجتماعية Suivre l'actualité des réseaux sociaux

من خلال تحليل البيانات والتاريخ في الوقت الفعلي ، وتحديد المؤثرين ودراسة تعبئة الجمهور. تستخدم AP Newswhip لرصد اتجاهات وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة.

2-4 إشراك و تحريك الجماهير La mobilisation des publics

Quartz Bot studio هو تطبيق مساعد افتراضي يتيح للمستخدمين إرسال أسئلة حول الأخبار والأشخاص والأماكن ويستجيب التطبيق بالمحتوى الذي يراه مناسباً لهم. يشمل البعض الآخر روبوتات لـ Facebook Messenger مثل The Guardian. استخدمت بي بي سي الروبوتات لتغطية استفتاء الاتحاد الأوروبي. يقوم مشروع AfriBOT ، أحد الفائزين الرئيسيين بمنح Innovate Africa

من مركز الصحافة الأوروبي و The Source (ناميبيا وزيمبابوي) بتنفيذ برنامج إخباري "لمساعدة المؤسسات الإخبارية الأفريقية على تقديم أخبار مخصصة وتعبئة الجمهور بشكل أكثر فعالية من خلال منصات الرسائل.

2-5- التدقيق الآلي في الحقائق Fact-checking automatisé

يسمح للصحفيين بالتحقق بسرعة من البيانات أو الادعاءات العامة. تعمل شركة Full Fact UK وشركاؤها على تطوير محرك آلي لفحص الحقائق من شأنه "تحديد الادعاءات التي تم التحقق منها بالفعل في غرف الأخبار ؛ وسيقوم تلقائيًا باكتشاف المطالبات الجديدة والتحقق منها باستخدام المعالجة التلقائية للغة الطبيعية والبيانات المنظمة. طور مختبر ديوك ريبورتر في الولايات المتحدة أداة ClaimBuster لتقديم بيانات سياسية ذات مغزى لوسائل الإعلام ، وفي عام 2017 أطلق منصة لمشاريع التحقق الآلي من الحقائق. تقوم Factmata في المملكة المتحدة أيضًا بتنفيذ أداة تلقائية للتحقق من صحة المعلومات.

2-6- تحليل قواعد البيانات الكبيرة Analyser de grandes bases de données

يتنقل البرنامج بين البيانات ويبحث عن الأنماط أو التغييرات أو أي شيء غير عادي. تقوم Lynx Insight Reuters بالتنقيب في مجموعات البيانات الضخمة وتزود الصحفيين بالنتائج والمعلومات السياقية. تستخدم أداة التعرف على أنماط الجريمة في OCCRP تقنية تقوم بمسح قواعد البيانات الكبيرة بحثًا عن جرائم مماثلة متعلقة بالفساد وتحقق في الروابط بين الأطراف المعنية.

2-7- التعرف على الصور Reconnaissance de l'image

تقنية تتعرف على الأشياء والأماكن والوجوه البشرية وحتى المشاعر في الصور. تستخدم New York Times واجهة Amazon Rekognition API لتحديد أعضاء الكونجرس في الصور. يمكن لأي مستخدم اختبار Google Vision API لتقنية التعرف على الصور مجاًاً.

2-8- التعرف على الصور Reconnaissance de l'image

يُنشئ تلقائيًا نصوصًا من القصص الإخبارية وينتج قصص أولية مع سرد مقاطع الفيديو القصيرة من لقطات الفيديو. يتم استخدام برنامج Wibbitz بواسطة USA Today و Bloomberg و NBC. يقوم باحثو جامعة ستانفورد بتطوير أداة مؤتمتة لتعديل الفيديو.

3- تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام

يرى (الزهوري، 2023) أن الذكاء الاصطناعي سيكون له تأثير كبير على قطاع الإعلام من خلال تطور النماذج اللغوية الضخمة والصور المرئية التي سيتم تطويرها باستخدام تطبيقات جديدة ومتعمقة تؤدي إلى توليد المحتوى بشكل آلي، وسيتم تأهيل هذه النماذج لتكون واقعية وعملية ومعتمدة على المدى القريب، لتكون مرحلة جديدة من دون استخدام بشري بشكل نسبي، ويتمكن من توفير عدة ممارسات، مثل الترجمة الآلية وإنتاج الحوارات، وإنشاء محتوى الوسائط المرئية الاجتماعية، ونماذج أخرى تمكن الفئات الإعلامية من الوصول لأكبر شرائح المجتمع بأسرع وقت ممكن من خلال

ديناميكية البيانات التي يمتلكها الذكاء الاصطناعي، في الوقت نفسه سيعزز من القدرات الإبداعية وتوفير الوقت والموارد، وستكون ثورة إعلامية جديدة تمتلك توافقاً كبيراً مع التقنيات التي ستوفرها الثورة المعلوماتية وعلم البيانات.

إن ملامح هذا الذكاء لن تبدو غريبة في القريب العاجل، وسيأتي تأثيره الكبير على الإعلام والصحافة، مع الاجتياح الكبير للتحويلات الرقمية الذكية من المجالات الحيوية؛ لذلك نرى أن الصحافة الذكاء الاصطناعي وضعت قدمها بالفعل في عالم الصحافة والإعلام، ما سيؤدي إلى إحداث تغيير جذري في عالم الإعلام الجديد.

4- الذكاء الاصطناعي ومستقبل الإعلام.. تهديد أم تعزيز؟

قامت العديد من غرف الأخبار ووكالات الأنباء الكبرى لبعض الوقت بنقل الرياضة والطقس وتقلبات البورصة وقصص الشركات الناجحة إلى أجهزة الكمبيوتر. و المثير للدهشة أن الآلات يمكن أن تكون أكثر صرامة وشمولية من بعض الصحفيين. على عكس العديد من الصحفيين الذين يؤسسون قصتهم على مصدر واحد ، يمكن للبرامج استيراد البيانات من مصادر متعددة ، والتعرف على الاتجاهات والأنماط ، وباستخدام معالجة اللغة الطبيعية ، يمكنها وضع هذه الاتجاهات في سياقها ، وبناء جمل معقدة مع الصفات والاستعارات والتشبيهات. يمكن للروبوتات الآن أن تنقل بشكل مقنع المشاعر التي يشعر بها الجمهور خلال مباراة كرة القدم.

و تشكل هذه التطورات سببا وجيها في تفسير سبب تخوف الكثيرين في مهنة الصحافة من أن الذكاء الاصطناعي سيأخذ وظائفهم بعيداً عنهم. ومع ذلك ، بدلاً من الخوف من ذلك ، إذا تبنى الصحفيون الذكاء الاصطناعي ، فيمكن أن ينقذ مهنتهم ، ويمكن الصحفيين من تغطية العالم المعقد بشكل لا يصدق ، و المعولم والغني بالأخبار الذي نعيش فيه (Teresa, 2019)

إن صحافة الذكاء الاصطناعي لا شك بأنها ستخلق ثورة في صناعة الإعلام، سواء الرزين المعتدل والصادق، أو الإعلام الكاذب والتافه، حيث لن تكون هناك حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا أي قيود من تلك التي تضعها الحكومات أو الجهات المسؤولة في كل دولة على حرية الرأي ونقل الخبر والمعلومة، بل سيكون المتلقي أو المتفاعل مع المواد الإعلامية هو الحكم، وهو من يقرر صلاحية أي مادة إعلامية من عدمها، من بعد أن تتراكم عنده الخبرة الكافية بعد حين من الدهر لن يطول، يستطيع عبرها الفصل واتخاذ القرار.

في عالم الصحافة ظهرت تقنيات إنتاج مواد صحفية من أخبار وتحليلات اقتصادية وقصص إخبارية وغيرها بواسطة الذكاء الاصطناعي، وذلك عبر برامج وتقنيات تستخلص بيانات هائلة من الأرشفة الرقمي، ثم تقوم بتحريرها وتدقيقها، بل توجيه المحتوى تلقائياً إلى جمهور محدد أو أفراد بعينهم (العمادي، 2023)

إن الإعلام التقليدي بما فيه الصحافة، مطلوب منه مواكبة التقنيات الجديدة، حيث تحتاج غرف الأخبار بالتلفزيونات والصحف مثلاً إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي من أجل تطوير أعمالها، وتوفير جهود

صحافيتها المهدرة على أمور روتينية، لتقوم بها برامج ذكية متطورة، مثلما قامت به وكالة الأنباء الكندية من إنشاء نظام لتسريع الترجمات يعتمد على الذكاء الاصطناعي، أو نظام يكشف عن الصور المزورة كما فعلت وكالة الأنباء الفرنسية، وغيرها من أمثلة (زريقي، 2022)

5- كيف ستتأثر فرص العمل الإعلامي؟ التناقضات واستحالة التنبؤ بالمستقبل:

أتاحت أنظمة الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة العديد من المزايا التي تتمحور حول اكتشاف البيانات واستخراجها ، والتحقق منها ، وإنتاج قصص أو رسومات ، وتوزيع (بالفرز ، والاختيار ، وفلاتر تحديد الأولويات) أو حتى تصنيف المقالات (وضع العلامات التلقائي). سرعة تنفيذ الإجراءات المعقدة التي يمكن أن تستند إلى كميات كبيرة من البيانات ، ودعم الروتين الصحفي من خلال لعب دور تنبيه في حدث ما أو من خلال توفير مسودات نصوص لإثرائها بمعلومات أساسية ، و توسيع منطقة التغطية الإعلامية للمناطق التي لم تتم تغطيتها أو تغطيتها قليلاً حتى ذلك الحين (على سبيل المثال نتائج مباريات النوادي الرياضية "الصغيرة") ، وتحسين التغطية في الوقت الفعلي للأخبار ، وتقوية روابط وسائل الإعلام مع جمهورها من خلال تزويدهم بمحتوى مخصص بناءً على موقعهم أو تفضيلاتهم (Maëlle, 2018، صفحة 177)

تعتمد فعالية أنظمة الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة على توافر و جودة البيانات التي تغذيها كمدخلات. garbage in, garbage out « » حيث تم إثبات هذا المبدأ على نطاق واسع في عالم الكمبيوتر: بدون بيانات موثوقة ودقيقة ودقيقة ، لا يمكن الحصول على معلومات موثوقة ودقيقة. حيث أن الإنتاج الآلي للمعلومات هو الجزء الأكثر وضوحاً في هذه الظاهرة ، وهو بلا شك الجزء الذي أثار أكثر جدلاً محتدماً داخل مهنة الصحافة.

و في أسوأ الأحوال قد تشكل الأتمتة تهديداً للوظائف والهوية الصحفية ، حيث تقوم بعمل ما يقوم به البشر عادةً. و في أحسن الأحوال، ستسمح هذه الأنظمة بإحياء الصحافة ،لأن إدارة المهام المتكررة والمستهلكة للوقت تمنح المهنيين الوقت للعودة إلى مصادر مهنتهم لإنتاج محتوى ذا قيمة مضافة، ومع ذلك ، فإن أتمتة أساليب الإنتاج الصحفي لا تقتصر على الأجيال النضوية وحدها، قامت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) مؤخراً بتطبيق صوت اصطناعي لقراءة المقالات المنشورة على موقعها. في رويترز ، تم إطلاق نظام فيديو آلي العام الماضي لتغطية الأحداث الرياضية. وقد ساهم هذا في تكوين تخيلات تبدو بائسة بقدر ما هي خيالية (Patrick, 2020)

و تشير دراسات مستقبلية أن الصحفيين سيكونون أكثر قلقاً بشأن مستقبلهم المهني و وظائفهم، على الرغم من أن هذه الدراسات نفسها تؤكد في نفس الوقت على أنه سيتم الحفاظ على المواقف المتعلقة بالعلاقات الإنسانية، هناك مجموعة من التناقضات ولا يمكن لأحد التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل، و من ناحية أخرى، يمكن أتمتة المهام الأكثر تكراراً، ولكن من المستحيل إنشاء تقنية تحل محل الجزء البشري الأساسي من المهنة، مثل العلاقة مع المصادر والآراء والتحليل المتعمق أو تحديد الاهتمام الصحفي.

وإدراكاً لحقيقة أن الدوافع الصحفية والاقتصادية لا تتقارب دائماً في مجال الإعلام، فإنها تعتمد على تطوير دور فاعل وعلاقة وثيقة مع التقدم التكنولوجي، من خلال تحديد ماذا نتوقع من الذكاء الاصطناعي اليوم، ولكن الأهم من ذلك، في المستقبل. وكيف يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي الصحفيين على أداء عملهم بشكل أفضل؟ وكيف يمكن أن يدعم ما يفترض أن تكون عليه الصحافة؟ كما يجب أن يتعاون الصحفيون عن كثب مع المطورين، حيث لوحظ أن الكثير من صحفيي المدارس القديمة غير قادرين على الإصغاء إلى خبراء التكنولوجيا: فهم لا يفهمون ما يفعله المطورون ، لذا من المهم جداً تدريب هؤلاء الصحفيين و تطوير مهاراتهم في البرمجة، حيث أن استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار يجعل من الممكن أتمتة عدد كبير جداً من المهام التي تميز عمليات سلسلة الإنتاج الصحفي (Charlotte, 2019) .

6- تحديات إدماج الذكاء الاصطناعي مع الصحافة:

يمكن توصيف أهم التحديات كآلاتي:

6-1- التحديات المتعلقة بالموارد البشرية والمالية:

حسب (Stéphan, 2023) في نتائج الاستطلاع الذي أجراه عام 2019 على 71 غرفة تحرير في 30 دولة في أوروبا والولايات المتحدة وأمريكا الجنوبية وآسيا ، أشار تشارلي بيكيت ، مدير مشروع الذكاء الاصطناعي للصحافة ، إلى أن ما يقرب من أربعة من أصل عشرة غرف أخبار قد نشرت بالفعل استراتيجيات الذكاء الاصطناعي، إلا أنه في المقابل، هناك عقبات كثيرة تقف أمام تطوير هذه التقنيات تتمثل أساساً في المقاومة الثقافية المرتبطة بالخوف من فقدان الوظائف ، والتغيرات في روتين العمل ، وحتى العداء العام تجاه التقنيات، لكنها مرتبطة أيضاً بالتكلفة العالية للتطوير، وهذا ما يفسر سبب تمتع الشركات الكبيرة بإمكانية الوصول إليها بشكل أكبر)

في أوروبا ، كان لـ Google Digital News Innovation Fund دور فعال في تمويل المشاريع التي تستكشف إمكانيات التقنيات الجديدة، وهي في الحقيقة نوع من الإغراء لتخفيف التوترات مع ناشري الصحف الذين يتهمون جوجل باستخدام محتوهم دون مقابل. فعندما تم إطلاق هذا الصندوق في عام 2015 ، نفى كارلو دي أسارو بيونديو ، رئيس الشراكات الإستراتيجية في Google Europe ، موضحاً أن Google أرادت دائماً أن تكون صديقاً وشريكاً لصناعة المعلومات ، ولقد دعمت Google DNI ما لا يقل عن 662 مشروعاً بقيمة 150 مليون يورو.

أيضاً نجد مشروع RADAR (مراسلون وبيانات وروبوتات) ، في المملكة البريطانية المتحدة ، الذي حصل على تمويل قدره 706000 يورو. والذي يعتبر وكالة الأنباء المحلية الآلية الوحيدة في العالم. و التي تقدم محتوى يعتمد على البيانات لمئات من المواقع الإخبارية والمنشورات والمذيعين في جميع أنحاء المملكة المتحدة ، لكن ورغم كل عمليات الأتمتة يتم توفير التحكم التحريري من قبل فريق من الصحفيين ، الذين يعملون بتعاون وثيق مع الخوارزميات.

في إيطاليا ، تلقت مجموعة **SESAAB** 400 ألف يورو لتطوير خوارزميات تنظم المحتوى وفقاً لسلوك مستخدمي الإنترنت. وتم إنشاء نظام توصيات مصمماً خصيصاً بهدف زيادة حجم الاشتراكات ، وبالتالي الدخل المالي الذي يمكن أن يسمح للصحفيين عبر صفحتها الإقليمية بتكريس أنفسهم لإنشاء محتوى "عالي الجودة".

6-2- التحديات المتعلقة بالتوظيف والتدريب:

بينما تتضاعف تجارب الأتمتة ، فإن وكالات الأنباء تتصدر قائمة الأطراف الرئيسية المهتمة ، وهذا على الرغم من المجالات المحدودة التي يغطيها الذكاء الاصطناعي - الرياضة والاقتصاد والبيئة ونتائج الانتخابات.

في دراسة أجريت عام 2017 ، وجد الصحفي النمساوي ألكسندر فانثا أن غالبية وكالات الأنباء الأوروبية قد انضمت إلى الأتمتة. ومع ذلك ، أشار إلى أن القصص الصحفية التي يتم إنشاؤها تلقائياً "تفتقر إلى الفحص المتعمق والنقد للحقائق المعروضة ، ولكنها يمكن أن توفر ملخصاً سريعاً أو مسودة مبكرة للقصة".

حتى الآن ، لا يوجد دليل على أن فقدان الوظائف مرتبط بأتمتة إنتاج المعلومات، و الشركة الوحيدة التي لجأت إلى الفصل الجماعي بسبب التحول إلى "كل شيء تلقائي" هي شركة التكنولوجيا الكبيرة ، Microsoft، في سياق أنشطة بوابة أخبار MSN الخاصة بها. لكن الأدلة النادرة حول فقدان العاملين لحسابهم الخاص تشير إلى عدم وجود خطر صفر ، في سياق الهشاشة الاقتصادية لوسائل الإعلام. في حين أن المخاوف المهنية بشأن الوظيفة هي في الحقيقة مخاوف مشروعة، إلا أنها تحتاج أيضاً إلى الموازنة، حيث لا يمكن أتمتة السمات البشرية و الإنسانية للمهنة، حيث يقدم الصحفيون أكثر من مجرد معلومات ، فتحري الدقة يتطلب فحوصات مناسبة لا تستطيع الروبوتات القيام بهذه الأشياء بشكل صحيح في كل مرة. (Charlotte, 2019).

6-3- التحديات المتعلقة بالأخبار الكاذبة والأمن المعرفي(قرصنة الذكاء الاصطناعي)

يقوم الذكاء الاصطناعي بدور خطير في مجال الأخبار الكاذبة وسرعة انتشارها، وساهم بشكل خاص في تطوير مقاطع فيديو مزيفة لتبدو بشكل واقعي مقنع للمستخدمين، لذلك فإن الحاجة إلى التحقق من الصور وأشرطة الفيديو لن يتم الاستغناء عنها قريباً. وأظهر مشروع التوليف لأوباما من جامعة واشنطن أنه من الممكن إنشاء مقاطع فيديو واقعية للغاية للشخصيات العامة، وتكرار أصواتهم وحركات الوجه لوضع الكلمات في أفواههم حرفياً، وفق ما ذكرت سام بيركهيد في تقرير لشبكة الصحفيين الدوليين.

إن الصور ومقاطع الفيديو المعالجة ازدادت بشكل كبير في المناخ الرقمي الحالي، وباتت الحاجة ملحة إلى التحقق من المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على الويب. ولكن المشكلة تكمن في أنه حتى العين المدربة لا يمكن أن تعرف الفرق مثلاً بين الفيديو الحقيقي للرئيس باراك أوباما والآخر الوهمي، ولهذا تصبح المطالبة بالتحقق أمراً سهلاً أمام إمكانية القيام بها فعلاً.

إن هذه الميزة متوفرة فعلاً ويقدمها تطبيق "تروبك"، ويمكن أن يستخدمه الصحفيون وعمال المنظمات غير الحكومية مجاناً. ويقوم تروبك بعدة خطوات لتوفير "التوثيق الرقمي" لكل صورة أو فيديو يلتقطه. وعندما ينقر المستخدم على زر داخل التطبيق (أو داخل أي تطبيق يحتوي على برنامج تروبك)، يرسل تروبك البيانات الوصفية، بما في ذلك الطابع الزمني والجغرافي، إلى خادم آمن ويعين لكل صورة أو فيديو رمزا مكونا من ستة أرقام وعنوانا إلكترونيا لاستردادها.

ويبدأ تروبك سلسلة من الحجوزات على الصورة نفسها، مما يسمح له بإثبات صحتها. وأخيرا يربط تروبك كل المعلومات الفريدة حول الصورة أو الفيديو بسلسلة قيد.

يجري تروبك مع كل هذه الخطوات اختبارات الملكية لضمان أن الموقع أو الوقت أو التاريخ أو الصورة نفسها لم يتم العبث بها أو نسخها. حيث تتم العملية برمتها في حوالي ثانيتين، وفور انتهائها يمكن للمستخدم تصدير الصورة عبر أي وسيط. تخذ تروبك أيضا خطوات لضمان أمن المستخدم، الذي قد يكون صحافيا يعمل في بيئة شديدة الخطورة. ويحتاج المستخدمون فقط إلى حساب فيسبوك أو عنوان البريد الإلكتروني لإنشاء حساب، وليست هناك حاجة لتقديم الاسم ورقم الهاتف ورقم بطاقة الائتمان أو العنوان. ويمكن للمستخدمين حتى استخدام عناوين البريد الإلكتروني غير الموصوفة والتي ترتبط بمنظمة أكبر. إن وجود مثل هذه القدرة على خلق صور ومعلومات صحيحة من قبل الذكاء الاصطناعي يجب أن يصحبه حذر من قدرة هذه التقنية على خلق صور ومعلومات زائفة، مما يستدعي سن قوانين تحكم الذكاء الاصطناعي. (Jean-Noël, 2022, p. 87)

4-6- هل يمكن أن يكون برنامج الكمبيوتر كاتباً أفضل من الصحفي؟

في سبتمبر 2020 ، أعادت صحيفة The Guardian إحياء المناقشات من خلال نشر نص مكتوب بالكامل بواسطة تقنية التعلم الآلي ، GPT-3 ، التي طورتها شركة Open AI الأمريكية. على الرغم من براعة البرنامج ، القادر على تحليل 45 تيرابايت من البيانات بمعاملته البالغ 175 مليار ، إلا أنه لا يخلو من الحدود، عفى سبيل المثال ، لا يفهم النظام ما يكتب ، وبالتالي من المحتمل أن يفتقر إلى التناسق و التناغم، لكن GPT-3 أوجد نقطة تحول جديدة ، حيث يقدم سرداً متعمقاً أكثر من محركات الكتابة التقليدية.

و يكمن الخطر هنا أن الآلة تسيطر دون إشراف بشري ، ومن هنا تأتي أهمية تطوير مهارات تحريرية جديدة لتشكيل مثل هذه الأنظمة، حيث يعد دمج هذا النوع من المهارات في التدريب الأولي للصحافة تحدياً ، وسيطلب ذلك العمل على فهم ماهية هذه الخوارزميات ، والتعامل مع عناصر البرمجة والإحصاءات والاحتمالات ، ومعالجة الجوانب المتعلقة بالهندسة اللغوية وجودة البيانات، و قد يفترض هذا أيضاً تبني نهج نقدي بالضرورة.

ومع ذلك، فإن الأوساط الأكاديمية تناشد العديد من الصحفيين لتطوير التفكير الحسابي لتسهيل الحوار مع علماء الكمبيوتر (Olivier, 2018, p. 45).

و إذا اعتبرنا أن الإجراء المحوسب يعتمد على خيارات بشرية، فإن الفاعلين الجدد اليوم في عالم الصحافة هم مهندسو الكمبيوتر واللغويون وعلماء البيانات، فالشركات التي تقدم حلولاً تكنولوجية لوسائل الإعلام لا تعتبر نفسها تعمل في مجال الصحافة ، على الرغم من أنها تشارك بنشاط في سلسلة الإنتاج الصحفي.

بالنسبة للمنظمات المهنية ، سيكون الأمر يتعلق بالتفكير في كيفية تنفيذ سياسات شاملة ، تتعلق بممارسة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الإخبارية الفردية و الجماعية اتجاه القضايا الرئيسية لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في عالم الصحافة.

فالجماهير تستحق الوصول إلى منهجية شفافة فيما يتعلق بكيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لإجراء تحليل أو تحديد نمط أو الإبلاغ عن اكتشاف، ولكن يجب ترجمة هذا الوصف إلى مصطلحات غير فنية ، وأن يتم شرحه لهذه الجماهير، في نهاية عام 2020 ، نشر مجلس الإعلام الفنلندي تقريراً يوصي بالألا تتأخر هيئات التنظيم الذاتي للمهنة بعد الآن في الرد على الأسئلة المتعلقة بمعالجة البيانات ، والاختيارات التي يتم إجراؤها في الإجراءات المحوسبة والشفافية تجاه الجماهير، و في حالة إهمال هذا الامر، ستتولى أطراف أخرى القيام به سواء المشرعين الوطنيين أو الاتحاد الأوروبي أو المنصات التكنولوجية ، مما يعرض حرية الصحافة للخطر.

7- الآثار الأخلاقية والقانونية لإدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

نشر مركز Tow Center للصحافة الرقمية (مدرسة كولومبيا للصحافة) خلال العام الفارط تقريراً عن ممارسات وآثار الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الأمريكية. بالنظر إلى الوجود المتزايد للذكاء الاصطناعي وتقنيات لأتمتة إنتاج المعلومات ، تم إنشاء منصة للتبادلات بين التقنيين والصحفيين من أجل قياس هذا التأثير في غرف الأخبار وتحديد كيفية تكييف هذه التقنيات بشكل أفضل مع مجال الصحافة . مكنت هذه التبادلات من استكشاف الأسئلة المتعلقة بدعم هذه التقنيات للعمليات الصحفية ، والوظائف الصحفية التي يمكن استبدالها بالذكاء الاصطناعي ، وتعميم هذه التقنيات في رواية القصص الإعلامية ، والأسئلة الأخلاقية التي تظهر من هذه الممارسة الجديدة.

كانت أدوات الذكاء الاصطناعي قادرة على دعم الصحفيين في عملهم ، فيبدو أنها تهدف إلى مساعدتهم أكثر من استبدالهم لأن الشخصية الإنسانية للصحافة تظل ضرورية. لكن التقرير يشير إلى وجود فجوة معرفية ونقص في التواصل بين مصممي هذه التقنيات والصحفيين الذين يستخدمونها. يجب أيضاً تحقيق هذا الشكل من الشفافية مع الجماهير، حيث يجب إبلاغهم بكيفية إنشاء هذه الأدوات واستخدامها. من الناحية الأخلاقية، تعتبر كيفية جمع البيانات وتخزينها واستخدامها وتحليلها ومشاركتها تحدياً مهماً آخر؛ وكذلك الوصول إلى البيانات.

وفر تقنيات الذكاء الاصطناعي أو الأتمتة إمكانيات جديدة للجماهير: من المشاركة إلى تحقيق الدخل، بما في ذلك تخصيص قنوات الأخبار. ولكن ، في هذا الصدد ، ينبغي إيجاد توازن لتجنب تكوين

الفقاعات ("فقاعات التصفية" أو "غرف الصدى") والبقاء ملتزمين بمهمة خدمة الجمهور وهي الصحافة. علاوة على ذلك، نظراً للطبيعة غير المتوقعة للذكاء الاصطناعي، يجب التزام اليقظة.

يهدف التدريب إلى ضمان فهم الصحفيين لكيفية استخدام هذه الموارد الجديدة، سواء بشكل أخلاقي أو من حيث الممارسات الفعالة. يعد تطوير وتعزيز المبادئ التوجيهية المشتركة بين الصحفيين والتقنيين من أجل الاستخدام الأخلاقي للبيانات، كذلك يجب اعتبار هذه التقنيات فرصاً، ولكن يجب أن تدمج القيم والمعايير التحريرية في بدايتها.

الاستثمارات الباهظة الثمن في التقنيات التي لا تستطيع جميع غرف الأخبار تحملها. لهذا السبب يوصى باستثمار الوقت في إقامة شراكات مع عالم التعليم.

أخيراً، يتعلق الأمر بمسألة "مكافحة التحيزات المخفية في الذكاء الاصطناعي"، والتي غالباً ما تكون غير معترف بها ولكنها لا تزال حاضرة للغاية" من خلال تعزيز الشفافية. تماماً كما يتعلق الأمر بعدم نسيان أن هناك بشراً وراء كل التكنولوجيا.

كتب الصحفي في صحيفة الغارديان بول تشادويك عن العلاقة بين الصحافة والذكاء الاصطناعي لاقتراح بند جديد لقواعد أخلاقيات الصحافة، يحذر من أن: "البرامج التي تفكر أصبحت مفيدة بشكل متزايد، لكنها لا تجمع المعلومات أو تعالجها من منظور أخلاقي"، و لهذا يجب أن يدرك الصحفيون أن الخوارزميات يمكن أن تكذب أو تضلل. لقد تمت برمجتها من قبل البشر، الذين لديهم تحيزات وأنماط منطقية يمكن أن تؤدي إلى استنتاجات خاطئة. هذا يعني أن الصحفيين سيحتاجون دائماً إلى التحقق من نتائجهم باستخدام تقنيات التحقق القديمة: التحقق من المصادر، ومقارنة المستندات، والتشكيك في استنتاجاتهم.

فالشفافية كقيمة صحفية أساسية هي مطلب آخر للصحافة، والتي غالباً ما تتعارض مع الذكاء الاصطناعي الذي يعمل عادةً خلف الكواليس، حيث يجب على وسائل الإعلام إبلاغ جمهورها حتى يعرفوا أنهم يجمعون البيانات الشخصية إذا كانوا يرغبون في الحفاظ على مصداقيتهم. يجب أن يسعى الصحفيون الاستقصائيون جاهدين لشرح أفضل ما لديهم من قدرة على استخدام الخوارزميات للعثور على أنماط أو معالجة الأدلة لقصة ما، إذا كان عليهم أن يكونوا مختلفين عن المتلاعبين والديماغوجيين الذين يجمعون البيانات سرّاً لاستخدامها كمجال تجاري أو سياسي، علاوة على ذلك، يجب أن تستمر الصحافة السليمة في بث الحياة في تلك الأصوات الصامتة والأسئلة المستعصية التي لم يرقم أحد بجمع معلومات أو تجميع مجموعات بيانات بشأنها بشكل منهجي. (Molly, 2019)

يثير إدماج الذكاء الاصطناعي في الصحافة تحديات جديدة للتعليم والمساءلة، فبدون الوضوح و الشفافية، لن تخلق كل هذه التكنولوجيا إلى مجتمع مستنير، وستفقد الصحافة مصداقيتها مع القراء، بغض النظر عن عدد اللوحات والروبوتات والتنبيهات التي تستخدمها لتزيين القصص.

يقول ماتياس سبيلكامب ، المؤسس والمدير التنفيذي لشركة Watch Algorithm ، وهي منظمة غير ربحية متخصصة في البحث عن عواقب اتخاذ القرار الخوارزمي و صنع القرار في الشركات، يقول: "حتى الآن ، ليس لدينا إجابات ،بحوزتنا فقط أسئلة. "

و من بين التساؤلات التي تطرح حول مسألة الأخلاقيات و الشفافية - مثلا- في حالة النصوص الصحفية التي يتم إنشاؤها تلقائيا ، مثل ملخصات مباريات كرة القدم أو التقارير المالية ، هل يجب تمييزها على أنها تم إنشاؤها تلقائيا ، لإعلام القراء؟ لأن الكثير من الناس لا يدركون ببساطة أن هناك محتوى صحفياً مؤتمناً للإنتاج.

في السياق الأوروبي ، لا يوجد تشريع محدد للذكاء الاصطناعي، على الرغم من وجود تنظيم مناسب فيما يتعلق باستخدام الخوارزميات ، مثل التوجيه الخاص بالأسواق في الأدوات المالية أو اللائحة العامة لحماية البيانات ، والتي تتعلق بالقرارات الآلية القائمة على استخدام البيانات الشخصية، حيث يمكن أن نتخيل مثلا أن المقالة التي يتم إنتاجها تلقائيا شهيرة، وبغض النظر عما إذا كان قد تم كتابته بواسطة آلة ، سيتعين على المحرر تحمل المسؤولية عنها .

8- مناقشة

- أدوات الذكاء الاصطناعي قادرة على دعم الصحفيين في عملهم ، فيبدو أنها تهدف إلى مساعدتهم أكثر من استبدالهم لأن الشخصية الإنسانية للصحافة تظل ضرورية. لكن المعطيات الميدانية تشير إلى وجود فجوة معرفية ونقص في التواصل بين مصممي هذه التقنيات والصحفيين الذين يستخدمونها.
- إن صحافة الذكاء الاصطناعي لا شك بأنها ستخلق ثورة في صناعة الإعلام، سواء الرزين المعتدل والصادق، أو الإعلام الكاذب والتافه، حيث لن تكون هناك حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا أي قيود من تلك التي تضعها الحكومات أو الجهات المسؤولة في كل دولة على حرية الرأي ونقل الخبر والمعلومة، بل سيكون المتلقي أو المتفاعل مع المواد الإعلامية هو الحكم، وهو من يقرر صلاحية أي مادة إعلامية من عدمها، من بعد أن تتراكم عنده الخبرة الكافية بعد حين من الدهر لن يطول، يستطيع عبرها الفصل واتخاذ القرار.
- بالنسبة للمنظمات المهنية ، سيكون الأمر يتعلق بالتفكير في كيفية تنفيذ سياسات شاملة ، تتعلق بممارسة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الإخبارية الفردية و الجماعية اتجاه القضايا الرئيسية لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في عالم الصحافة.

خاتمة:

مع التطورات التكنولوجية المستمرة، أصبح لدى الصحفيين الآن مجموعة متزايدة من الأدوات الصحفية، و سيكون عدم المحاولة مضیعة كبيرة للوقت و الجهد، حيث أن هناك مخاوف لدى بعض العاملين في الإعلام من أن الذكاء الاصطناعي سيعمل على إلغاء بعض الوظائف التي يشغلها البشر حاليا. وهذا تخوف مشروع، بل هو ما سيحصل دون شك، ولكن لن يتم تسريح العاملين بالسهولة التي يتوقعها البعض المتشائم، وإنما يتم توجيههم نحو القيام بالمهام التي لا يزال فيها البشر متفوقين على الذكاء الاصطناعي وبرمجياته وتطبيقاته، أو ما نسميها بالصحافة العميقة، من مثل المهام المتعلقة بالحوارات الإنسانية أو الصحافة الاستقصائية، التي لم تظهر بعد تطبيقات وأنظمة قادرة على تنفيذها حتى الآن.

لذلك يتطلب الأمر من الصحفيين اليوم، مواكبة تلك التطورات التحريرية والتقنية، والعمل على اكتساب مهارات متعددة، ليستطيع إنتاج مادة إعلامية تتطلب العديد من المهارات في نفس الوقت، وإتقان مجموعة من الوسائط المتنوعة لمواكبة تلك التطورات واستمرار العنصر البشري في المجال الإعلامي.

الهوامش وقائمة المراجع:

• المؤلفات:

1. LAFOND Maëlle , (2018), *Les robots-journalistes entre mythes et réalité : comment fdumas.*
2. WOLKER Anja. (2018). *Algorithms in the newsroom? Newseaders' perceived credibility and selection of automated journalism.*
3. EZRATTY Olivier. (2018). *Les usages de l'intelligence artificielle .*
4. GITE Charlotte. (2019). *Le journalisme à l'épreuve de l'intelligence artificielle : étude. Le Petit Journal.*
5. GOUYET Jean-Noël. (2022). *Médias numériques & Intelligence artificielle (IA)*

• مواقع الانترنت:

6. عبد الله العمادي، (2023)، الذكاء الاصطناعي و مستقبل الإعلام ،موقع الجزيرة.نت: <https://www.aljazeera.net/opinions/2023/3/13>، تم التصفح 2024/12/29.
7. علي الزهوري. ، (2023). تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام، موقع البيان: <https://www.albayan.ae/opinions/2023-04-18-1.4649748>، تم التصفح 2025/01/21.
8. معاذ زريقي. (2022)، مستقبل الإعلام إلى أين، موقع أنوان: <https://anwan.me/75fe6433fe8d>، تم التصفح 2025/01/29.

9. BERNARD Stéphan, (2023), *Intelligence Artificielle : le journalisme à pile ou face. le centre de la presse* : <https://www.lecentredelapresse.com/2023/04/05/intelligence-artificielle-le-journalisme-a-pile-ou-face/> consulté le : 22/01/2025.
10. KILLEEN Molly ,(2019) , *L'intelligence artificielle exige un journalism* <https://gijn.org/fr/histoires/lintelligence-artificielle-exige-un-journalisme-authentique/>, consulté leM 11/01/2025.
11. RONDEROS Maria Teresa ,(2019) , *global invastigative journalism network* : <https://gijn.org/2019/01/17/francais-intelligence-artificiellejournalisme>, consulté le : 11/02/2025.
12. WITE Patrick .(2020) .*L'intelligence artificielle à la rescousse du journalisme .the conversation*: <https://theconversation.com/lintelligence-artificielle-a-la-rescousse-du-journalisme-135387>, consulté le : 02/01/2025.