

الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات .. ثنائية الإنسان والآلة

قراءة نقدية في الممارسات الجديدة للإعلام الرقمي

Artificial intelligence and robotics journalism .. the human-machine dichotomy

Reading in the new practices of digital media

سعاد بولقرون
جامعة الجزائر 3

Boulgoune.souaad@univ-alger3.dz

زوليخة بوخنفر
جامعة الجزائر 3

boukhenferzoulikha@univ-alger3.dz

ملخص:

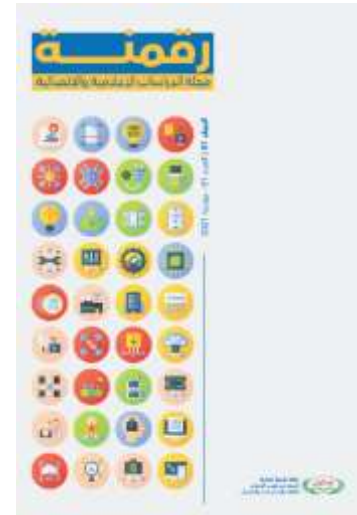
تركز هذه الورقة البحثية على إيجاد تفسير رهانات الذكاء الاصطناعي وآفاقه على المستوى الإعلامي من خلال استخدام التقنيات الحديثة في صناعة المحتوى الصحفي الجيد، وكذا تسليط الضوء حول علاقة الذكاء الاصطناعي بالقدرة البشرية ورصد الممارسات الإعلامية الجديدة لهذه التقنية، التي فرضت على المؤسسات الإعلامية ضرورة تبني طرق وآليات عمل، لمواجهة التطور التكنولوجي والسعي إلى استغلاله لفائدتها، من أجل تعزيز فرص بقائها في الميدان. هذا ما يستدعي من الصحفيين تطوير ذواتهم وتطويع الذكاء الاصطناعي لفائدتهم، من خلال الاستثمار في التدريب والتمكن من أدوات الذكاء الاصطناعي وآليات عمل يتم تبنيها داخل غرف الأخبار مع الحرص على توعية الصحفيين لإدراكهم بآفاق ومحدودية هذا الذكاء، على أنه نتاج للذكاء البشري، فلا يمكن لروبوت أن يحل محل الذكاء البشري الذي أنتجه وصنعه، بل سيعزز من مكانته ويكمّله.

كلمات مفتاحية: كلمات مفتاحية: الذكاء الاصطناعي- صحافة الروبوت- الإعلام الرقمي

Abstract

This research paper focuses on finding an interpretation of the stakes of artificial intelligence and its prospects at the media level through the use of modern technologies in the manufacture of good journalistic content, highlighting the relationship of artificial intelligence with human capabilities, and monitoring new media practices for this technology, which imposed on media institutions the need to adopt methods and mechanisms of their work to confront Technological development and seeking to exploit it for its benefit, in order to enhance its chances of survival in the field of competition are great, which requires journalists to develop themselves and adapt artificial intelligence for their benefit, by investing in training journalists and enabling them with artificial intelligence tools and good work mechanisms and adopting it within newsrooms while making sure to realize And educating journalists about the prospects and limitations of this intelligence, and that it is a product of human intelligence, as a robot cannot replace the human intelligence that it produced and manufactured, but rather it will enhance and complement its status.

Keywords: artificial intelligence, Android Journalism, digital media.



رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية

المجلد 03 | العدد 02
جوان 2023
الصفحات 108 - 121

ردمك | ISSN-2773-4285

EISSN| 2830-8417

الإيداع القانوني | 07/2021

العنوان | 11، طريق دودو مختار، بن عكنون، الجزائر العاصمة.

الفاكس | 023 88 50 (023)

الهاتف | 0561 62 29 75

تاريخ الاستلام 2023/05/26

تاريخ القبول 2023/06/09

تاريخ النشر 2023/06/27

المؤلف المرسل |

سعاد بولقرون

جامعة الجزائر 3

Boulgoune.souaad@univ-alger3.dz



1. مقدمة:

يعيش العالم اليوم تطوراً سريعاً في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جميع مجالات الحياة سواء كان على المستوى الشخصي أو الاجتماعي، وباتت تلعب الدور الأكبر في العديد من القطاعات الاقتصادية، مما أثار مخاوف كبيرة حول تعطيل الأنشطة البشرية القديمة، لكن هذه التقنية وفرت من جهة أخرى فرصاً وتحديات غير مسبقة، إذ يرى البعض أن تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي سيجعل حياة معظم الناس أفضل حالاً خلال العقد القادم، بينما يشعر البعض الآخر بمخاوف حول التأثيرات المحتملة للذكاء الاصطناعي، وتزايد هذه المخاوف والتحديات في الوقت الذي تتسارع فيه خطوات التحول، والتغيير الناتجة عن توظيف هذه التقنية في مختلف مجالات الحياة.

وقد شهد العقدان الماضيان تطوراً متسارعاً جداً في مجال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الرقمي، حيث شهد المشهد الإعلامي خلال السنوات الأخيرة تحولاً جذرياً وسريعاً وغير مسبوق. هذا التطور السريع دفع بالعديد من مؤسسات النشر الإعلامي والمؤسسات الصحفية لمواكبة هذا التطور خاصة ما تعلق بصناعة الأخبار، لاسيما وأن الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبح أمراً لا مفر منه بعد أن قامت العديد من كبريات الشركات مثل جوجل ومايكروسوفت وفيسبوك بتوظيف هذه التقنيات في إعادة توزيع المحتوى والوصول إلى الفئات المستهدفة من الجمهور، وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي يعد مفهوماً جديداً يرتبط بصحافة الخوارزمية أو صحافة الذكاء الاصطناعي.

ومع الويب 5.0 ظهرت مراحل جديدة في مجال صناعة الإعلام الجديد بظهور تقنيات وتطبيقات جديدة للذكاء الاصطناعي لاسيما خلال السنوات الأخيرة، والذي سيوفر حتماً استقلالية كبيرة واستباقية في نشر المحتويات الإعلامية، هذا النمو الكبير والمتسارع رافقه ظهور صناعة الروبوت عالمياً، ودخول جيل جديد من تلك الروبوتات إلى العمل في العديد من القطاعات بصورة قوية خاصة في مجال الإعلام، وهو ما يسمى بجيل الروبوت الإنساني "Humanoid Robot"، وهو الروبوت الأكثر تفاعلاً مع البشر، ولديه قدرات كبيرة في الابتكار والعمل بصورة آلية دون الحاجة إلى الإنسان في العديد من الوظائف، وأدوار فعلية في إعلام الروبوتات وظهور ما يسمى بـ "صحافة الروبوتات" يمكن أن يؤديها هذا الجيل من الروبوت الإنساني في صناعة وإنتاج المحتوى الإعلامي، وسوف يكون أكثر انتشاراً وقبولاً بين البشر في مختلف القطاعات الأخرى، غير الجيل الأول والثاني المنتشرين حالياً.

وفي خضم هذا التطور الإبداعي المخيف، أعرب عديد من المختصين والباحثين عن مخاوفهم اتجاه هذا الجيل الجديد من الروبوتات الذي أصبح من خلاله يطرح العديد من الإشكاليات التي لها علاقة بالوجود البشري واختفاء الوظائف التقليدية في ظل ثنائية الآلة والبشر، حيث أضحى الإنسان بين مطرقة الروبوت وسندان الذكاء الاصطناعي، لاسيما في مجال الإعلام فهناك شخصيات بتقنية الذكاء الاصطناعي تمثل هوية مؤسسات إعلامية، ولكن السؤال الجوهرى الذي يطرح نفسه هو ما مدى الذكاء الموجود حقاً في الذكاء الاصطناعي، حتى يتم الاستغناء عن وظيفة الصحفي وتعويضه بصحافة الروبوتات كما يفعل البشر أم أن هناك تكامل بينهما في تطوير المؤسسة الإعلامية؟ وينبثق عن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية كما يلي:

- 1- إلى أي مدى يمكن للإبداع الاصطناعي في مجال الروبوتات أن يحل محل الإبداع الصحفي؟
- 2- هل الحاجة الملحة للذكاء الاصطناعي يستدعي تطوير المؤسسات الإعلامية لآليات عملها واستغلاله لفوائدها؟
- 3- ما مصير الوظائف الإعلامية بعد ظهور تقنية الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية؟
- 4- ما أحدث أساليب الذكاء الاصطناعي التي يمكن استخدامها لإنشاء المحتوى الصحفي؟

5- ما تأثير الذكاء الاصطناعي على غرف الأخبار، وكيف يمكن تكييفها بشكل أفضل مع مجال الصحافة؟

6- هل أن الذكاء الاصطناعي قد يغير مهنة الصحافة؟ أم إنه سيعزز مكانتها

7- ما هي التحديات التي تواجه صحافة الروبوتات؟

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

يهدف هذا البحث الموسوم "الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات....ثنائية الإنسان والآلة" قراءة نقدية في الممارسات الإعلامية الجديدة للإعلام الرقمي:

- تكوين إطار نظري مرجعي يرتكز على دراسات علمية قادرة على تفسير رهانات الذكاء الاصطناعي وآفاقه على المستويين الإعلامي والاتصالي.
- ورصد الممارسات الجديدة للذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة.
- تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي في علاقة التواصل بين الإنسان والآلة وعلى الممارسات الصحفية مع ظهور صحافة الروبوتات من حيث الأداء والتحليل والتفسير والتعديل.

وقد اقتضت منا الإجابة على الإشكال المطروح وفق أهداف وطبيعة الدراسة توظيف المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة مختلف الدراسات العلمية المختلفة ذات الصلة بالموضوع مع التعرض إلى تحليل نظري نقدي فلسفي لمفهوم الذكاء الاصطناعي على ضوء هذه الدراسات ومدى قدرة تطبيقه في مجال الإعلام، بالإضافة إلى توضيح التطورات السريعة في هذا المجال في ظل متغيرات الأسس الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية بالإضافة إلى إيجاد تفسيرات حول علاقة الذكاء الاصطناعي بقدرات الكوادر البشرية من خلال المزايا الجديدة التي يوفرها لوسائل الإعلام لإنشاء المحتوى الصحفي و موامة هذا المحتوى مع اتجاهات الجمهور، هذا من جهة ومن جهة أخرى الوقوف على التأثيرات المحتملة لبرمجيات الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحافة وعلى غرف الأخبار، وكيف يمكن تكييفها بشكل أفضل مع مجال الصحافة.

2. المفاهيم الأساسية في الدراسة

أ. الذكاء الاصطناعي:

منذ سبعينات القرن الماضي كانت هناك عدد من المحاولات الفاشلة في الذكاء الاصطناعي بمفهومه الحديث في جعل الآلة تتعلم لتفكر، وتؤدي مهام محددة لتساعد الإنسان. هذه الأبحاث تطورت مع الوقت لتصبح واقعا حقيقيا، غيرت جزءا كبيرا من العالم في كل الصناعات والقطاعات والحياة الاجتماعية.

فالذكاء الاصطناعي يتكون من كلمة الذكاء، وهو عبارة عن القدرة على إدراك وفهم وتعلم الحالات أو الظروف الجديدة. وكلمة الاصطناعي ترتبط بالفعل يصنع أو يصطنع، وبالتالي تطلق الكلمة على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يتم من خلال اصطناع الأشياء تمييز عن الأشياء الموجودة بالفعل، وبذلك يكون الذكاء الاصطناعي هو أحد العلوم الحديثة المرتبطة بالحاسب الآلي التي تبحث عن أساليب متطورة ومبتكرة للقيام بأعمال واستنتاجات تشابه -ولو في حدود ضيقة- تلك الأسباب التي نسبت لذكاء الإنسان، والغرض منه هو إعادة البناء باستخدام الوسائل الاصطناعية، أيضا بأنه العلم الذي يمكن الآلات من تنفيذ الأشياء التي تتطلب ويعرف الذكاء إذا تم تنفيذها من قبل الإنسان. (الجبني د،، 2023)

كما أنه من الناحية الفنية، يشير مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى نموذج تم إنشاؤه لحل مشكلة معينة أو تقديم خدمة معينة ما يميز أشياء مثل "ChatGPT" هو الذكاء الاصطناعي. إنها تعلم كيفية إجراء الدردشة بشكل أفضل ولكن لا يمكنك تعلم

المهام الأخرى. على النقيض من ذلك، يشير مصطلح الذكاء العام الاصطناعي إلى البرامج القادرة على تعلم أي مهمة أو موضوع AGI غير موجود حتى الآن - هناك نقاش قوي يدور في صناعة الحوسبة حول كيفية إنشائه ، وما إذا كان يمكن إنشاؤه على الإطلاق.

كان تطوير الذكاء الاصطناعي والذكاء الاصطناعي هو الحلم العظيم لصناعة الحوسبة. لعقود من الزمان، كان السؤال المطروح هو متى ستكون أجهزة الكمبيوتر أفضل من البشر في شيء آخر غير إجراء الحسابات.

الآن، مع وصول التعلم الآلي والكميات الكبيرة من قوة الحوسبة، أصبحت أنظمة الذكاء الاصطناعي المتطورة حقيقة واقعة وستحسن بسرعة كبيرة. (العيد، الذكاء الاصطناعي، ثورة هائلة تحاكي ثورة الأنترنت، 2023)

والذكاء الاصطناعي هو مصطلح شامل يطلق على كل التطبيقات التي تؤدي مهام معقدة والتي تحتاج إلى الوقت والجهد من الكادر البشري بكل يسر في وقت قصير مثل التواصل مع العملاء بواسطة الأنترنت أو إنجاز مهام في الإنتاج في المصانع الكبرى. وأصبح هذا المصطلح يستخدم في عمليات التعليم الإلكتروني والتعليم العميق إلى في هذا البحث نقصد بالذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي هو كل التطبيقات التي تنجز مهام إعلامية سواء كان في المجال الصحفي أو المجال التلفزيوني. (وأخرون، 2021)

رغم اختلافات المختصين سواء الأكاديميين أو الفلاسفة، في تعريف وتحديد مفهوم الذكاء الاصطناعي إلا أن هناك إجماع منذ ظهور هذا المصطلح في بدايات الخمسينيات من القرن العشرين، على أنه التيار العلمي والتقني الذي يضم الطرق والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء آلة قادرة على محاكاة الذكاء الطبيعي أو البشري.

والمتابع لبحوث وتطورات الذكاء الاصطناعي غالبا ما يلاحظ تصنيفه كعلم معرفي وليس كعلم تقني وربما يرتبط ذلك لتاريخه النابع من علم الأعصاب الحسائي والمنطق الرياضي قبل نسخها كفرع من علو الحوسبة نظرا لتعميم الخوارزميات. (الزهراني، 2022)

ب. الذكاء الاصطناعي الإعلامي:

الإعلام بشكل عام قد يكون من المجالات التي سيكتسحها الذكاء الاصطناعي اكتساحا وينطلق فيها بلا حدود، الأمر الذي جعل كبريات المؤسسات الإعلامية العالمية، وخاصة بعد أزمة كورونا الفائتة، تسارع خطاها لتفعيل فكرة احتضان التقنيات المتقدمة كالذكاء الاصطناعي من أجل الإبقاء على الصناعة الإعلامية، في زمن باتت فيه التقنية تختلط وتنافس مجالات عمل بشرية كثيرة، وليس صناعة الإعلام فقط.

فالذكاء الاصطناعي الإعلامي هو إحدى أهم أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في مجال الإعلام، وهي تعني جمع المعلومات حول الأحداث والقضايا، وتصنيفها وكتابتها في شكل أخبار وتقارير، ونشرها بطريقة آلية كاملة دون تدخل من العنصر البشري. (Caswell، 2017)

فالذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي هي التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية وأنماط عملها في إنتاج وتحرير المحتوى وصياغة المحتوى أليا عن طريق خوارزميات تعمل على جمع المعلومات دون التدخل البشري معتمدة على مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني والرقبي، فالمواقع

الإلكترونية تعتمد عليه بدرجة كبيرة حيث يتم تحويل البيانات إلى نصوص إخبارية سردية بعد البرمجة الأولية ونشرها مباشرة. (الحמיד، 2020)

ج- صحافة الروبوت:

يعدُّ علم الروبوت من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأكثرها تقدماً؛ لأن أغلب تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومعظم فروع الأخرى -إن لم يكن جميعها- يتم استخدامها في تصميم الروبوتات، بل إن بعضاً من فروع الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وُلدت بسبب الحاجة إليها في تطوير الروبوت، قبل أن تصبح بتصميم وبناء « علم الروبوتات » فروعاً مستقلة من فروع الذكاء الاصطناعي(((.

ويتجه العالم اليوم بقوة نحو ما بات يعرف باسم « صحافة الروبوت » Robot journalism أو الصحافة المؤتمتة Automated journalism ، التي تستخدم الذكاء الاصطناعي والروبوتات في توليد مقالات إخبارية وتقارير صحفية؛ بالاعتماد على البحث في البيانات الضخمة، وتحليلها، والتعلم الآلي منها، والاستفادة بها في إنتاج المقالات والتقارير بسرعة فائقة، دون الاعتماد على العامل البشري، (هاشم، 2020)

فقد اعتمد منذ سنواتٍ كثيرٍ من المؤسسات الإخبارية العالمية على الروبوتات في إنتاج آلافٍ من القصص الإخبارية والتقارير الصحفية ونشرها من دون التدخل البشري، بدءاً من جمع المعلومات، وتصنيفها، ثم تحريرها، ونشرها، وكانت وكالة الأنباء الأمريكية « Associated Press » «أسوشيتد برس» من أوائل المؤسسات الإعلامية التي استخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ حيث استطاعت الروبوتات فيها أن تنتج ما يزيد عن الثلاثة آلاف (3000) تقرير اقتصادي في كل ربع ساعة(((، مقارنة بثلاثمائة (300) تقرير فقط كان ينتجها الصحفيون البشر في نفس المدة، كما استعانت صحفٌ شهيرة كبرى مثل النيويورك تايمز، والواشنطن بوست وغيرهما بتقنية الذكاء الصناعي والروبوتات في العمل الصحفي منذ سنوات(((.

(أمين، 2018)

وكذا شرعت وكالة الأنباء الصينية الرسمية (شينخوا) منذ بداية العام 2018 م في بناء نوعٍ جديدٍ من غرف التحرير تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا المعلومات تسمى: منصة، « العقل الإعلامي » وهي منصة تدمج الحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء، والذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وتحريرها، وتوزيعها، وكذلك تحليل التغذية الراجعة حولها من قبل الجمهور(((، الأمر الذي توقع معه الخبراء أنه في السنوات العشر القادمة سترتفع نسبة الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام على يد الروبوتات لتبلغ 90 % من إجمالي التقارير والمقالات(((.

كما دخلت الروبوتات أيضاً مجال إدارة الندوات والحوارات التلفزيونية، وقراءة نشرات الأخبار بأداء طبيعي يحاكي الأداء البشري؛ حيث استخدمت وكالة « شينخوا » الصينية مذيعة آلية (روبوت) تدعى « شين كسيومنج » لقراءة نشرة الأخبار بأداءٍ أدهش المشاهدين؛ لكونها تشبه مذيعة صينية حقيقية من لحمٍ ودم، تسمى « كيو منغ » في ملامح وجهها وصوتها وطريقة أدائها، وكذا فعلت وكالة الأخبار الروسية ،(((« تاس » كما أعلنت شبكة قنوات أبو ظبي في عام 2019 م) عن عقد شراكة مع شركة الصينية لتطوير أول مذيع روبوت ناطق باللغة العربية؛ ليقوم بتقديم النشرات « سوجو » الإخبارية على قنوات الشبكة(((.

(لعياضي، 2019)

يشير كنتسويل أنه بحلول عام 2040 ستتفوق أجهزة الكمبيوتر على العقل البشري ، في مرحلة تعرف باسم "التفرد التكنولوجي". ومع ذلك ، فإن الاعتماد بقيود الذكاء الاصطناعي والتكيف بشكل صحيح مع طبيعة العمل الصحفي البشري ، يمكن أن يقصر الصحافة الروبوتية على بعض أجزاء المحتوى الإعلامي وأن تصبح وسائل مساعدة للصحفيين في قطاعات

أخرى. ويرى بعض الصحفيين المتفائلين أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي والصحافة الروبوتية تعزز العمل الصحفي بشكل عام، كما يعطي فرصة للتركيز على الموضوعات ذات الطابع الإنساني.

وفي المقابل نجد أن هناك بعض الإشكاليات تتعلق بمحدودية استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي في فهم اللغة البشرية الطبيعية، وخاصة سياق الأفكار والاستعارات والفكاهة والشعر. هناك جدل فلسفي مستمر بين العلماء حول ما إذا كانت الآلات ستكون قادرة على فهم ثراء اللغة الطبيعية وعمقها بشكل كامل ضمن السياقات الثقافية والاجتماعية التي تتغير أيضاً بمرور الوقت. وفي هذا السياق يرى تيري فينوغراد، الباحث الرائد في معالجة اللغة البشرية، وتمثيل المعرفة والذكاء الاصطناعي، أن فهم الذكاء الاصطناعي للغة الطبيعية يتم بشكل بيروقراطي خالي من العواطف وبالتالي فإن الصحفي الآلي لن يكون قادراً على كتابة قصص يتخطى عمقها وثرائها المستوى البيروقراطي، الأمر الذي قد يمنح الصحفي البشري، ميزه متفردة تتمثل في التعاطف وفهم السياقات الثقافية المعقدة، وهي ميزة مهمة للعنصر البشري على خوارزميات الذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتوى بشكل آلي. (Iatar, 2015)

- روبوتات المحادثة "ChatGPT"

كانت فكرة روبوتات الدردشة "chatbot" موجودة منذ عام 1950، لكنها محدودة في قدراتها، مثل توفير تحديثات الطقس أو الإجابة على أسئلة أساسية مباشرة. ومع مرور الوقت، تقدمت التكنولوجيا بشكل كبير، مما مكن روبوتات الدردشة من فهم مجموعة أوسع من المدخلات والاستجابة لها.

- GPT أو: "Generative Pretrained Transformer 3"

هو أحدث روبوت دردشة طورته شركة "OpenAI" وهو أحد أكبر نماذج اللغة التي تم إنشاؤها على الطاق، مع 175 مليار مقياس ومعياري، تم تدريب GPT-3 على كمية هائلة من البيانات النصية، مما يسمح له بإنتاج نص يشبه النص الذي يكتبه أو يقوله الإنسان في مجموعة واسعة من المجالات تم استخدامه في مجموعة متنوعة من التطبيقات، بما في ذلك الترجمة اللغوية والتلخيص والإجابة عن الأسئلة.

البرنامج من إنتاج شركة "OpenAI" التي تأسست عام 2015 بمشاركة كل من إيلون ماسكو وجريج بروكمان وإيليا سوتسكيفر ووجسيخ زاريمبا وسام الثمان، والبرنامج هو أحدث نماذج تعلم الآلة، وقد تم إنشاؤه على رأس عائلة نماذج روبوتات المحادثة وتعلم اللغات والمسماة "GPT-3" OpenAI، ويخضع لإشراف دقيق للغاية لتطوير اللغة التي يستجيب بها لطلبات المستخدمين من خلال ما يسمى بتقنيات التعلم التعزيزي. (الجهني د، 2023)

3. نظرية العقل وثنائية الإنسان والآلة:

يمكن تعريف "التفاعل بين الإنسان والحاسوب" بأنه المجال الذي يهتم بدراسة التفاعل بين الأشخاص وبين الحاسوب، وأيضاً تصميم وتقييم واستخدام الواجهات البينية، بين المستخدمين ونظم الحواسيب. ويعمل هذا المجال متعدد المجالات على دمج علوم الحاسوب، والعلوم السلوكية، والتصميم ومن الأهداف الرئيسة لهذا التفاعل جعل نظم الحاسوب قابلة للاستخدام ومقربة من المستخدمين، فالمستخدمون يتفاعلون مع نظم الحاسوب خلال واجهات بينية لدى المستخدم، الهاردوير والسوفت وير، وتوفر هذه الواجهات وسيلة إدخال تسمح للمستخدم أن يتفاعل مع النظام، ووسيلة إخراج، تسمح للنظام بتقديم المعلومات للمستخدم.

يمثل مجال التفاعل بين الإنسان والحاسوب أحد فروع علم الحاسوب - حديث النشأة - الذي يهتم بدراسة المداخل التي يتفاعل خلالها معالجات المعلومات البشرية مع المعالجات المؤتمتة. ويهدف إلى اندماج كل منهما مع الآخر في نظام واحد وتبسيط تعامل الإنسان مع الحاسوب من أجل تطوير نظم الحاسوب وتحاشي المخاطر التي يواجهها الإنسان في حياته اليومية.

تم تطوير مجال التفاعل بين الإنسان والحاسوب للاعتراف به ك تخصص لجذب الابتكار والإبداع. وعلى مدار الثلاثين عاما الماضية، تم الكشف عن حلول جديدة، وخاصة بالنسبة للمستخدم بوصفه كائناً بشرياً، جعل المستخدم البؤرة التي ينبغي للتكنولوجيا أن تخدمه وليس العكس. ومع ظهور شبكة الانترنت، جنباً إلى جنب مع الانخفاض في الأسعار وزيادة قدرة الحواسيب الشخصية، إلى جانب أمور أخرى، قدم في عقد التسعينيات تغيير سريع جداً في مجال التكنولوجيا. وكان لهذا تأثير كبير في البحث والتطور في مجال التفاعل بين الإنسان والحاسوب. حيث ازدادت مطالب وتوقعات الأشخاص كمستخدمين للتكنولوجيا. (عوض، 2022)

على الرغم من تفوق الآلة على الإنسان في أمور عديدة، إلا أنه تظل منطقة الإدراك البشري منطقة شديدة الخصوصية والتعقيد، ويصعب على الحواسيب الوصول إلى تكوين إدراك على شاكلة الإدراك البشري، فالعقل البشري مثلاً قادر على استيعاب الأوامر بسرعة فائقة مقارنة بالحاسب مثل التحرك إلى اليمين أو اليسار. فهي حركات بسيطة ولا تحتاج إلى مجهود كبير لدى العقل البشري، في حين أنها تمثل عمليات حسابية ضخمة داخل الحواسيب.

إن مرحلة الذكاء الاصطناعي تمثل المرحلة النهائية حتى الآن التي توصل إليها علم الحاسوب في إطار المحاولات عديدة لتقليد الذكاء الإنساني. وهذا ما دافع عديد من الباحثين إلى القول بأن الذكاء الاصطناعي مهما كانت قوته فهو يمثل نسبة ضئيلة من الذكاء البشري لأن هذا الذكاء الاصطناعي في الأساس ما هو إلا محاولات محدودة لتقليد العقل البشري غير المحدودة، وهذا ما يفسر لنا الذكاء الاصطناعي الضعيف الذي لا يستطيع حل المشكلات، والذكاء الاصطناعي القوي الذي يحاول حل المشكلات ويحاول أن يكون على نمط الذكاء البشري.

4- استخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي :

مصطلح الذكاء الاصطناعي هو مصطلح شامل إلى حد ما يشير إلى الاحتمالات المختلفة التي تتيحها التطورات التكنولوجية الأخيرة. من التعلم الآلي إلى معالجة اللغة الطبيعية، يمكن للمؤسسات الإخبارية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات، والنشر مع فرز واختيار وتصفية الأولويات .

وتوفر هذه النظم مزايا عديدة: منها السرعة في تنفيذ الإجراءات المعقدة استناداً إلى كميات كبيرة من البيانات والسرعة دعم الروتين الصحفي من خلال التنبيهات بشأن الأحداث وتقديم مشاريع النصوص التي سيتم استكمالها بمعلومات سياقية؛ كذلك توسيع التغطية الإعلامية إلى المناطق التي لم تكن مغطاة أو غير مغطاة بشكل جيد وتحسين التغطية الإخبارية في الوقت الحقيقي، وتعزيز علاقات وسائل الإعلام مع جمهورها من خلال تزويدهم الشخصي وفقاً لموقعهم.

يمكننا القول أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أدت إلى تغيرات مهمة وجذرية في كثير من قطاعات الحياة العامة ، وهو ما انعكس بشكل مباشر على قطاع العمل الإعلامي سواء في التصوير أو التحرير أو التدقيق اللغوي أو الترجمة والتعامل مع البيانات الضخمة . (الحميد، 2020)

وقد قدمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطوراً غير مسبوق في الإعلام الرقمي عبر استخدام البيانات وتحويلها إلى قصص إخبارية من خلال خوارزميات تسهم في تحليل قواعد البيانات ومن ثم الخروج بمعلومات ومعرفة يمكن تضمينها في سياق قصص صحفية تفاعلية تتغير المعلومات فيها بتغير المدخلات.

أ- تقنيات الذكاء الاصطناعي وغرف الأخبار الحديثة

أصبحت خوارزميات الحاسب الآلي اللاعب الأساسي في غرف الأخبار الحديثة، وأضحت أمر واقعاً في العديد من المؤسسات الصحفية الأمريكية والأوروبية مثل فوربس ولوس أنجلوس تايمز وبرو بابليكا، وتستخدم هذه التكنولوجيا بالفعل وتتميز بقدرتها على إنتاج المحتوى بشكل أسرع، بلغات متعددة، وبأعداد أكبر وربما مع عدد أقل من الأخطاء والتحيز مما يؤدي إلى تحسين جودة الأخبار ودقتها، والتغلب على مشكلة "الأخبار المزيفة" علاوة على ذلك، يمكن للصحفيين التركيز أكثر على التقارير المتعمقة أو الاستقصائية، في مقابل تركيز استخدام الخوارزميات على تغطية المهام الروتينية. وبالتالي يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم تغطيات وقصص إخبارية بأقل تكلفة من ناحية أخرى، يتوقع البعض إلغاء بعض وظائف تحرير المحتوى، والاعتماد على الروبوتات بشكل أكبر في بعض المهام التحريرية. (Powell, 2018)

وقد شهد العالم مؤخراً نمواً في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عالمياً في صناعة المحتوى الإعلامي أو الخبري، وتقديم الخدمات الحكومية في عدة دول، تزامناً مع مرحلة إعلام الرقمي، حيث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي باتت تلعب الدور الأكبر في العديد من القطاعات الاقتصادية، إذ زاد استخدام الذكاء الاصطناعي بنسبة 270٪ خلال الـ 4 سنوات الأخيرة، وبلغ عدد الدول التي تستخدم تلك التقنيات حالياً 65 دولة، وقد يصل العائد من السوق العالمي للذكاء الاصطناعي إلى 118.6 مليار دولار في 2025. " (الظاهر، 2022)

وفي مجال الإعلام والترفيه يتوقع أن يبلغ حجمها 8.4 مليار دولار في 2023، بنسبة نمو تصل إلى أكثر من 30%، وتمركزت معظم هذه التقنيات في عدة مجالات منها:

- صناعة المحتوى " أتمتة المحتوى": بكافة أشكاله (مقروء، مسموع، مرئي، أو في شكل تطبيقات ذكية)، والإعلام الرقمي..

- اكتشاف المحتوى الزائف: وكذلك اكتشاف الاقتباس أو الانتحال والسرقات العلمية.

- التخصيص (الشخصنة): وهي تلك التقنيات التي تقوم بعملية تخصيص المحتوى فيها بحسب خصائص المستخدم الشخصية، حتى دخلت تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات: التخطيط والإدارة، تصنيف البيانات وإدارة عمليات التسويق، اختيار المواهب وتصنيف المهارات البشرية حسب الطلب.

وهناك مراحل جديدة من نمو صناعة الإعلام ومرحلة إعلام الميتافيرس ومرحلة ما بعد الويب 3.0، حيث أن كافة أنواع المحتوى والخدمات التي توفرها شبكة الويب 4.0 وكذلك الويب 5.0 سوف تتمتع باستقلالية كبيرة، واستباقية، واستكشافية منظمة في إدارة ونشر المحتوى بوجه عام، مع توافر أدوات التعلم الذاتي، والتشاركية، وتوليد المحتوى استناداً إلى تقنيات الدلالات والاستدلال الناضجة تماماً، بالإضافة إلى تقنيات وحلول متقدمة من الذكاء الاصطناعي، وهو ما يدعم عرض محتوى متكامل، والذي سيستخدم قاعدة بيانات الويب عبر وكيل ذكي. قد تشمل الأمثلة على ذلك تقديم الخدمات الآلية، والتي تتفاعل مع أجهزة الاستشعار، والشرائح الذكية، أو خدمات اللغات الطبيعية أو خدمات الواقع الافتراضي.

ب. تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى:

هناك عديد من التطبيقات للذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، لتعزيز الإنتاج الإعلامي وما يوفره من وقت أو جهد في صناعة المحتوى بالشكل الآلي والأكثر فاعلية، ومن تلك المجالات ما شمل التطبيقات في صناعة الفيديو " إنتاج/تحرير/إدارة مقاطع الفيديو"، وفي كتابة وتحرير النصوص "للخدمات الصحفية وصناعة التقارير الحكومية"، بالإضافة إلى تطبيقات في صناعة الصور والتصميمات والإنفوجرافيك، وفي صناعة والكشف عن المحتوى الزائف، حيث أنه من المهام الأساسية التي تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، وتعتمد فيها على 8 تقنيات وأدوات رئيسية وهي:

- تقنيات صناعة الفيديو، وتقنيات صناعة الصوت والبودكاست، وتقنيات المحادثات مع العملاء والجمهور المستهدف، وتقنيات استشراف الأحداث و توقعات السلوك الشرائي للعملاء والجمهور المستهدف، وتقنيات صناعة النصوص الخيرية والكتابة لوسائل التواصل، وتقنيات تتبع الجمهور المستهدف والتعرف على خصائصه، وتقنيات صناعة الصور والرسوم البيانية، وتقنيات صناعة التصميمات لصفحات ووسائل التواصل ومواقع الإنترنت. (الظاهر، 2022)

- وتستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأجهزة الكمبيوتر في بعض القنوات كتقنيات حديثة في الإنتاج وتحرير الأخبار والتقارير والنشرة الجوية التي تقدم أخباراً أبلغ وأكثر احترافية مما يقدمه بعض المراسلين وذلك بمساعدة إعلامي متمكن قادر على برمجة هذه التطبيقات، فعلى عكس العديد من الصحفيين الذين فإن البرامج الرقمية قادرة على استيراد البيانات من مصادر عدة عكس الصحفيين الذين غالباً ما ينسبون قصتهم إلى مصدر واحد، كما تستخدم هذه التطبيقات تقنية معالجة اللغة الطبيعية، وتركيب جمل منمقة تضم نعوتاً وصوراً مجازية، وتشابهاً، كما أصبح بإمكان الأجهزة الآلية الآن تحرير تقارير صحافية عن عواطف حادثة معينة، وتغطية الأخبار العالمية المعقدة بمعلومات أكثر دقة.

- بإمكان الأجهزة الذكية أن تزيد من زخم تقارير الصحفيين وإبداعهم وقدرتهم على لفت انتباه الجماهير، من خلال إتباع نماذج البيانات، وبرمجتها بالمتغيرات فيها يصبح بإمكان الخوارزميات مساعدة الصحفيين على ترتيب النصوص وفرزها وصياغتها بسرعة لم يتصورها عقل من قبل. فهي قادرة على تنظيم البيانات من أجل العثور على الحلقة الضائعة في أي تحقيق صحفي، والذي قد تشكل بداية لسبق صحفي مهم، فاليوم مثلاً أصبح بإمكان وسائل الإعلام برمجة بيانات يستطيع الذكاء الاصطناعي بدوره على مراجعتها ومقارنتها بأخرى والتي تسمح بتحسين عمل المراسلين الصحفيين والتي قد تقودهم إلى كشف أخبار عاجلة في بلد معين.

- ولا يقتصر عمل أجهزة الكمبيوتر الذكية على تحليل كميات هائلة من البيانات للمساعدة على إنهاء التحقيقات بسرعة؛ بل إنها أيضاً تساعد على إيجاد المصادر والتحقق من وقائع القصص من الجمهور لمعرفة ما إذا كانت المساهمات محط ثقة. وفقاً لتقرير صدر في عام 2017 عن Tow Centre. (الدين، 2021)

- ويستخدم العديد من وسائل الإعلام في الولايات الأمريكية الذكاء الاصطناعي حالياً للتحقق من الوقائع، فوكالة رويترز مثلاً. تستخدم News Tracer لتعقب الأخبار العاجلة على وسائل التواصل الاجتماعي. والتحقق من نزاهة ما يُنشر. Twitter، كما تستخدم مجموعة Serenata de Amor البرازيلية هناك العديد من الطرق الأخرى التي تسمح للبيانات بمساعدة الصحفيين. بدايةً من إعداد مقاطع الفيديو الخام وصولاً إلى التعرف على النماذج الصوتية والكشف عن هوية الوجوه ضمن جماعة من الأشخاص، بالإمكان برمجتها للدردشة مع القراء "روبوتات الدردشة" والرد على الاستفسارات، أما الجزء الأصعب، فيمكن في كون هذه العملية مستحيلة بدون وجود صحفي بشري يطرح الأسئلة عن البيانات، واضعاً هدفاً معيناً نصب عينيه، يجب على والمحررين أن يتعلموا بسرعة طريقة تشغيل هذه الأنظمة؛ والطريقة التي تسمح لهم باستعمالها لتحسين عملهم الصحفي، لكن على الصحفيين أن يحذروا من أن البيانات قد تكون كاذبة أو مضلة، فقد برمجها بشر لديهم ميولهم وقد تؤدي النماذج

المنطقية إلى خلاصات خاطئة، معنى ذلك أنه سيبقى دائماً من واجب الصحفيين التحقق من البيانات بواسطة الطرق التقليدية أي مقارنة المصادر والمستندات، والتشكيك في النتائج، وتُعدّ الشفافية من الأمور الضرورية للصحافة في عصر الذكاء الرقمي الجديد هذا ولعل أكبر العثرات أمام دخول الذكاء الإلكتروني إلى غرف الأخبار هي الشفافية. فغالباً ما تتعارض الشفافية إلى إجحاف من قبل الممارسين والمهنيين وهي إحدى قيم الصحافة الأساسية.

- وفي دولة الإمارات العربية حين وظفت شركة أبو ظبي للإعلام في ماي 2020 ، أول مذيع ذكاء اصطناعي ناطق باللغة العربية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العالم، ليقدم النشرات الإخبارية باللغتين العربية والإنجليزية، في شراكة مع شركة "سوجو" الصينية، وتعاون مع البرنامج الوطني للذكاء الاصطناعي. وأعقب ذلك إطلاق مؤسسة دبي للإعلام في جوان 2020، أول روبوت مذيع لإجراء حوارات إعلامية باللغة العربية، باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، في خطوة لتفعيل دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع الإعلام الإماراتي، وانتشرت التجربة بعد ذلك في باقي الدول العربية، وظهور مذييعات الأخبار بتقنية الذكاء الاصطناعي، على غرار مذيعة الذكاء الاصطناعي " ابتكار" وهي أول صحفية روبوت على قناة " الجزيرة" أجرت حواراً مع الدكتور طالب الأشقر الباحث في معهد ماسانوشوستس للتكنولوجيا والمتخصص في الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى مذيعة كويت نيوز " فضة"، و"آني" مذيعة موقع القاهرة 24 في مصر.

5- الوظائف الإعلامية بتقنية الذكاء الاصطناعي .. تهديد أم تكامل

يعود تاريخ الرغبة في صناعة آلة تشتغل على نمط الدماغ البشري ، وهو ذكاء قادر على الحساب أو التفكير أو حتى إنشاء أعمال فنية، إلى زمن بعيد جداً، ومع ذلك، فقد تم إحراز تقدم بوتيرة سريعة في السنوات الأخيرة لدرجة أن ما كان يبدو مستحيلاً قد أصبح حقيقة فعلية، فالعالم اليوم أمام خوارزميات قادرة على التفوق على الإبداع البشري أين أصبح تطور الذكاء الاصطناعي يخيف بعض القادة التكنولوجية، حيث أضى الإنسان بين مطرقة الروبوت وسندان الذكاء الاصطناعي الذي أصبح ينافس على الوظائف.

وقد أثارت الثورة الإبداعية التي أحدثها الذكاء الاصطناعي في قطاع الإعلام موجة من الانهيار والخوف في آن واحد، وطرح تساؤل ما إذا كانت 56٪ من وظائف اليوم معرضة بالفعل لخطر التحول إلى أنشطة أوتوماتيكية ، لاسيما مع النمو الكبير في صناعة الروبوت عالمياً، بحيث لديه قدرات كبيرة في الابتكار والعمل بصورة آلية دون الحاجة إلى الإنسان في العديد من الوظائف، حيث هناك أدوار فعلية في الإعلام الرقمي يمكن أن يؤديها هذا الجيل من الروبوت الإنساني، ويتم حالياً تعويض مهنة المذيع للصحفي بتقنية الذكاء الاصطناعي كما حدث في بعض المؤسسات الإعلامية العالمية والعربية، وهذا ما أكدّه أبيل جوزمان Guzmán Abel ، وهو مصمم جرافيك: "أعتقد أن بعض الوظائف ستكون مهددة بالانقراض، مثل ما يحدث مع التطورات التكنولوجية الأخرى ، ستظهر مهن جديدة. سيتخصص بعض الأشخاص ، ويتعلمون فهم طريقة تفكير الذكاء الاصطناعي ، وما هي التعليمات التي يجب إعطاؤها، أنا شخصياً ، في حالي ، أعتقد أن لدي خيارين فقط: إما أن أتعلم وأتعلم بلا انقطاع وإلا سوف أصبح متجاوزاً ويفوتني القطار"، ويشير إلى أن إعادة التدريب هذه لن تكون دائماً سهلة ، لا سيما في قطاع يتغير بسرعة كبيرة وحيث يصعب التنافس مع الأجيال الجديدة".

ويقول فرناندو برونكانو، الأستاذ المحاضر في علم الفلسفة في جامعة كارلوس الثالث في مدريد أن التصوير الفوتوغرافي والسينما والطباعة، دائماً ما يكون مصحوباً بهاجس معين: الخوف من أن تحل التقنية محل الصحفي"، وفقاً لهذا الأستاذ ، من الغباء الخوف من الآلات أو الاعتقاد بأن لدينا جوهرًا مختلفًا تمامًا عنها. "نحن أيضاً آلات جزئية والجنس البشري هو نتاج

بيولوجيته بقدر ما هو نتاج بيئته التقنية وأدواته وأدويته وما إلى ذلك. الحياة هي أعظم مثال على الإبداع الموجود". (الصادق، 2023)

ومن هنا يمكن القول أن 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 صحافيها المهددة 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.

لكن هناك مخاوف لدى بعض العاملين في الإعلام من أن الذكاء الاصطناعي سيعمل على إلغاء بعض الوظائف التي يشغلها البشر حالياً، 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، فالبشر رغم التطور التقني في الإعلام، لابد أن يكونوا في صناعة الإعلام هم المحاور التي ستدور تلك الروبوتات الذكية حولها. (العمادي، 2023)

وبالتالي، كل التطبيقات المعمول بها في بيئة الإعلام الرقمي أعادت تشكيل الممارسة الإعلامية. سواء على مستوى إنتاج وسرد المحتوى بأساليب تتوافق وطبيعة المنصة الرقمية من جهة والتحول في أساليب تفاعل الجمهور الرقمي مع المضامين من جهة أخرى.

6- تحديات ومخاطر الذكاء الاصطناعي في الإعلام :

يتوقع الخبراء أن الذكاء الاصطناعي سيزيد من فعالية الإنسان، لكنه يهدد أيضاً استقلاليته وقدراته، إذ يرى البعض إن تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي سيجعل حياة معظم الناس أفضل حالاً خلال الأعوام القادمة، بينما يشعر البعض الآخر بمخاوف حول التأثيرات المحتملة للذكاء الاصطناعي، لاسيما بعد أن كشف تقرير جديد لشركة "OpenAI" مالكة "ChatGPT" "إمكانية خروج نموذج الذكاء الاصطناعي الخاص بـ"ChatGPT" عن السيطرة، مشيراً إلى إمكانية تحكم هذا النموذج من الذكاء الاصطناعي بنفسه بدون تدخل البشر، ومحفزاً من عدوانيته بصورة كبيرة.

وقد شهد العقدين الماضيين تطوراً متسارعاً جداً في مجال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بمختلف المجالات، ومنها استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الرقمي بهدف تحسين جودة الأداء، وتسريع وتأثيره وتنوع محتواه كما ونوعاً مع تطوير وظائف استخدام الإنترنت في العمل الصحفي، وأصبح هناك ثلاث مجموعات مترابطة من التقنيات الرقمية لضمان جودة الصحافة الرقمية في القرن الحادي والعشرين هي؛ الخوارزميات، والذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة المعتمدة بإنشاء غرف أخبار رقمية جديدة تعتمد على البيانات.

وستشهد المرحلة المقبلة تزايد استخدام التكنولوجيا الذكية في العمل الصحفي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي للتفاعل بطريقة أكثر ذكاءً مع الأشخاص، والمناطق المحيطة، ستعمل هذه التكنولوجيا بشكل شبه مستقل، أو مستقل كلياً في بيئة غير خاضعة للإشراف المباشر لغرض إكمال مهمة معينة، مثل؛ الصحافة الآلية، وأجهزة التصوير، والمراسل الآلي، وغيرها، تمثل هذه التطورات كما يرى بعض الباحثين تهديداً للصحافة والإعلام الرقمي، لأن استخدام تكنولوجيا الكتابة، والتقارير الآلية، من المحتمل أن تؤدي إلى تراجع إضافي لدور الإنسان الصحفي في ظل سياسات جديدة للمؤسسات الإعلامية الساعية إلى مزيد من تدابير خفض التكاليف.

وفي المقابل هناك من يرى أن تطورات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي ستوفر للصحفيين المبدعين، وقادة الصحافة والإعلام الرقمي فرصة لإعادة تنظيم ممارسة العمل الصحفي باستخدام هذه التقنيات الناشئة التي ستضفي كفاءات أكبر في غرف الأخبار، وتحسن مهارة، وكفاءة، وجودة إنتاجية الصحفي، والمؤسسة الإعلامية، لقد انعكس استخدام البيانات الضخمة، وتحليلها على إعداد تقارير إخبارية مختلفة نوعيا، فقد مكنت الخوارزميات وسائل الإعلام الإخبارية من وضع التطورات، والاتجاهات الحالية في سياق أوسع.

ومن جانب آخر ينبغي الاعتراف أن الإعلام التقليدي يواجه تحديا حقيقيا في عصر التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي، ويتمثل المستقبل في مدى قدرته على مواكبة التغيرات والتركيز على تطوير الإعلام وفقا لكلمتين مفصليتين هما "التغيير والصدق"، وعلينا أن نقر منذ البداية أن قوة وسيلة الإعلام يحددها اليوم قوة جذب المحتوى الإعلامي والإعلاني الذي تقدمه، وسرعته في الانتشار والتأثير، وهو الأمر الذي سيستمر مستقبلا، لكن بوجود وسائل إعلامية ذكية متطورة لنشر الخبر، كما أن استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام سيشكل أيضا تحديا كبيرا لكليات وأقسام الصحافة والإعلام الرقمي، إذ يتطلب إعادة هيكلة مناهجها الدراسية لتزويد الطلبة بمجموعة المهارات الفكرية الجديدة اللازمة للنجاح في عصر جديد يحركه الذكاء الاصطناعي. (الديسي، 2022)

7. خاتمة:

صحافة الذكاء الاصطناعي ثورة إعلامية جديدة حملت تقنيات حديثة أثرت بشكل كبير على الإعلام والصحافة، فكلما وكلما تسارعت خطى المؤسسات الإعلامية نحو الرقمنة أولا، ومن ثم احتواء تقنيات الذكاء الاصطناعي وبرمجياته وتطبيقاته، والعمل على تطويرها من أجل تعزيز العمل الإعلامي وتطويره ثانيا، كانت فرص بقائها في ميدان التنافس كبيرة، والعكس صحيح دون أدنى ريب، فالعمل هنا سيكون ثنائي بين الإنسان الصحفي والآلة لضمان جودة المضامين والمحتويات الإعلامية، فلا يمكن لروبوت أن يحل محل الذكاء البشري الذي أنتجه وصنعه، بل سيعزز من مكانته وبالرغم من ذلك فكل التطبيقات المعمول بها في بيئة الإعلام الرقمي أعادت تشكيل الممارسة الإعلامية، وأضاف مزايا جديدة لوسائل الإعلام الرقمي لاسيما على مستوى إنتاج المحتوى وأساليب التفاعل وخلق فرصا وتحديات في مستقبل الإعلام الجديد ووظائف أخرى تدعم المؤسسات الإعلامية وتعزز من وجودها، وهذا ما يتطلب:

- ضرورة أن تطوّر المؤسسات الإعلامية نفسها وطرق وآليات عملها لمواجهة التطور التكنولوجي وخاصة الذكاء الاصطناعي والسعي إلى استغلاله لفائدتها.
- الذكاء الاصطناعي يهدّد مهنة الصحفي في الجوانب التقنية "تصميم الجرافيك والمونتاج وصياغة القصص الصحفية..". وهو ما يستدعي من الصحفيين تطوير ذواتهم وتطوير الذكاء الاصطناعي لفائدتهم، وهذا ما يتطلب أهمية الاستثمار في تدريب الصحفيين وتمكينهم من أدوات الذكاء الاصطناعي وآليات العمل الجيدة، لاسيما وأن الإنسان تعود على أن يكون موجها بالخوارزميات في مقابل تخليه شيئا فشيئا عن قدرته على التفكير والقيادة الشخصية والوعي بدور هذه الخوارزميات في حياته اليومية وتأثيرها عليه.
- كما يجب على الصحفيين الحذر من قدرة تقنية الذكاء الاصطناعي على خلق صور ومعلومات زائفة، والاستفادة في بعض الحالات والتطبيقات للتحقق من الأخبار، بحيث هناك خطورة اعتماد غرف الأخبار على الذكاء الاصطناعي في وضعه الحالي، لأنه لا يزال لدى هذه التقنية وقت للنمو والتعلم، وبما أن التقنية تعتمد على البيانات التي تغذيها، فيجب الحرص على بناء نماذج تعليم مناسبة لما يصل لهذه الآلة.

- فعلى المؤسسات الإعلامية استيعاب هذا التطور في التقنية، وتبنيه داخل غرف الأخبار مع الحرص على إدراك وتوعية الصحفيين بأفاق ومحدودية هذا الذكاء، وأنه نتاج للذكاء البشري.

8. قائمة المراجع:

1. Anja Wölker.Tom Powell. (2018). Algorithms in the newsroom? News readers 'perceived credibility and selection of automated journalism .Journalism.
2. David Caswell. (2017). Automated Journalism 2.0: Event-Driven Narratives. From simple descriptions to real stories . Journalism Practice.
3. noam later. (2015). the robot journalist in the age of social physics: the end of human journalism in book? g einav ed the new world of transitioned media . swiss: springer international publishing.
4. أ.د. عادل عوض. (25 سبتمبر، 2022). الذكاء الاصطناعي ونظرية العقل. شرق غرب الإلكترونية .
5. أحمد إبن الصديق. (13 فيفري، 2023). هل يشكل الذكاء الاصطناعي تهديدا للفنانين والكتاب والموسيقيين؟ إيكوال تايمز .
6. أسامة أمين. (2018). الصحافة تستقبل الإنسان الآلي وتستغني عن البشر. مجلة الدبلوماسية ، ص48.
7. بيل جيتس ترجمة القاضي طاهر أبو العيد. (2023). الذكاء الاصطناعي، ثورة هائلة تحاكي ثورة الأنترنت.
8. د. عبد الله العمادي. (13 مارس، 2023). الذكاء الاصطناعي ومستقبل الإعلام .. تهديد أم تعزيز ؟ موقع الجزيرة .
9. د. عبد الكريم علي الديبسي. (2022). الاعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .
10. د. ماجد بن محمد الجهني. (2023). نموذج الذكاء الاصطناعي وجوار افتراضي حول البناء الشخصي وتطوير الذات. اسطنبول/ تركيا: دار الأصاله للنشر والتوزيع وخدمات الترجمة والطباعة.
11. د.أحمد علي الزهراني. (2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية . المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 5 العدد 1 .
12. د.سيف السويدي، د ماجد بن محمد الجهني. (2023). نموذج الذكاء الاصطناعي وحوار افتراضي حول البناء الشخصي وتطوير الذات. اسطنبول، تركيا : دار الأصاله للنشر والتوزيع وخدمات الترجمة والطباعة.
13. د.فيصل كامل نجم الدين. (2021). واقع الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي، دراسات حول الذكاء الاصطناعي والإنسانيات الرقمية. دار قاضي للنشر والترجمة.
14. زاهر هاشم. (2020). الذكاء الاصطناعي يقود صحافة المستقبل . لغة العصر الصادرة عن مؤسسة الأهرام .
15. صباح قلامين وآخرون. (2021). دراسات حول الذكاء الاصطناعي والإنسانيات الرقمية. دار قاضي للنشر والترجمة الطبعة .

16. عمرو عبد الحميد. (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري . مجلة البحوث الإعلامية .
17. محمد عبد الظاهر. (2022). إعلام الميتافيرس وصناعة الإعلام مع تقنيات الثورة الصناعية الخامسة. دار البدائل للطبع والنشر والتوزيع .
18. نصر الدين لعياضي. (2019). الصحفي الروبوت يبدأ العمل . الملحق السياسي لجريدة الخليج .