

الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي دراسة تحليلية

Media Practice in the Age of Artificial Intelligence: An Analytical Study

د. عبدالقادر بودربالة

جامعة ورقلة / مخبر جودة الحياة في التربية الخاصة والتعليم المكثف

abdulkaderbouderbala@yahoo.fr

د. نصرالدين بن يوسف

جامعة ورقلة / مخبر جودة الحياة في التربية الخاصة والتعليم المكثف

benyoucef.nasereddine@univ-ouargla.dz

الملخص

معلومات المقال

تسعى هذه الورقة لتقديم رؤية تحليلية نظرية حول الذكاء الاصطناعي وأدواته والعلاقة القائمة بينه وبين الممارسة الإعلامية، منطلقة من مفهومه وأهم تطبيقاته وتقنياته المستمدة من الخوارزميات التي بإمكانها تنفيذ عدة مهام كالتحليل و المعالجة و اتخاذ القرار. وتطبيقاته بإسهاماتها المختلفة كإنتاج المحتوى، صناعة الفيديوهات، الترجمة الفورية، تحليل البيانات الضخمة، بالإضافة إلى تخصيص المحتوى وفق اهتمام الجمهور. وصولا إلى أهم التغييرات التي طرأت على طبيعة العمل الإعلامي من حيث المهارات أو تنظيم العمل داخل المؤسسات الإعلامية في ظل ظهور الذكاء الاصطناعي وتقييم إضافات هذا الأخير ومخاطره المحتملة تؤكد الدراسة على أهمية أدوات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الإعلامية إذا تم استخدامها بشكل أخلاقي ومسؤول.

تاريخ الارسال:

2025-11-21

تاريخ القبول:

2025/12/13

الكلمات المفتاحية:

- ✓ الاعلام الرياضي
- ✓ الصحافة الالكترونية
- ✓ الذكاء الاصطناعي
- ✓ الاعلام الرقمي

Abstract

Article info

This paper explores artificial intelligence (AI) and its growing impact on media practice. It begins by defining AI and examining its algorithmic capacities in analysis, processing, and decision-making. Key applications in the media field include automated content creation, video production, real-time translation, big data analysis, and audience-based content personalization. These developments have reshaped journalistic skills and the organization of media institutions, introducing both opportunities and challenges. While AI enhances efficiency, speed, and audience engagement, it also raises ethical and professional concerns. The study emphasizes that AI must be integrated into media work responsibly and ethically to maximize its benefits and minimize potential risks.

Received

21/11/2025

Accepted

13/12/2025

Keywords:

- ✓ Sports Media
- ✓ Electronic Journalism
- ✓ Artificial Intelligence
- ✓ Digital Media

مقدمة:

لقد شهدت العقود الأخيرة طفرة نوعية في مجال التطور العلمي والبحثي، انعكست بصورة مباشرة على مختلف جوانب الحياة الإنسانية، وفي مقدمتها قطاع الإعلام والاتصال. فقد بلغ هذا القطاع مرحلة متقدمة من التطور التقني، مكنته من مواكبة المستجدات والاختراعات العلمية الحديثة، ولعل أبرزها بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي أضحت من بين أهم الابتكارات المؤثرة في الممارسة الإعلامية المعاصرة.

ويُعدّ الإعلام واحدًا من أكثر المجالات التي تأثرت بالذكاء الاصطناعي، خاصة في ظل الاعتماد المتزايد على الخوارزميات، تقنيات التعلّم الآلي، وأدوات تحليل البيانات الضخمة لإدارة التدفق الهائل للمعلومات ومعالجتها في وقت قياسي. وقد أتاح هذا التوظيف للذكاء الاصطناعي للإعلام أدوات حديثة ومتطورة أسهمت في رفع كفاءة العمل الإعلامي، وتسريع عمليات جمع الأخبار، تحريرها، معالجتها ونقلها إلى الجمهور في وقت وجيز، وبدرجة عالية من الدقة والانتقاء بالرغم من المزايا التي منحتها التكنولوجيا الحديثة والتسهيلات التي قدمتها للمؤسسات الإعلامية من خلال فهم طبيعة توجه الجمهور وتقليل الوقت المستهلك في إنتاج المحتوى الإعلامي كما تركت للجمهور امكانية رجع العصدى الاننا يجب ان نتوقف عند المستوى المهني ودور العنصر البشري في العملية الإعلامية كما يجب ان نتوقف عند العامل الأخلاقي المرتبط بمصداقية ما تنتجه أدوات الذكاء الاصطناعي وخطر الانحياز الخوارزمي. أدى ظهور أدوات الذكاء الاصطناعي الى فرض واقع جديد على ميدان الاعلام والصحافة حيث تسعى وسائل الاعلام والصحفيين على حد سواء الى مواكبة هذا التطور وتطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي على الممارسة الصحفية تماشياً مع التطور العلمي وقد اشارت عدة دراسات الى ضرورة توجه المؤسسات الإعلامية الى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي من

اجل تسريع جمع الاخبار ومعالجتها وانتاج المادة الإخبارية والتنوع فيها دون إطالة الوقت.

مما سبق يمكننا طرح الاشكال التالي:

هل باستطاعة أدوات الذكاء الاصطناعي تغيير الممارسة الإعلامية؟

اهداف الدراسة:

التعريف بالمفاهيم المرتبطة بأدوات الذكاء الاصطناعي والممارسة الإعلامية.

الوقوف على اهم أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في

الممارسة الإعلامية من حيث الإنتاج، التحرير، النشر ومعالجة الاخبار الواردة.

التعريف بأهم أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في غرف تحرير الاخبار.

تحليل إيجابيات وسلبيات هاته الأدوات على العمل الصحفي.

أهمية الدراسة:

تساعد في فهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والممارسة الإعلامية.

تقديم مقارنة تحليلية لإدماج أدوات الذكاء الاصطناعي في مختلف المؤسسات الإعلامية ضمن إطار علمي أكاديمي.

تمكين المؤسسات الإعلامية من فهم وأدراك الفرص التي تقدمها أدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي والمهني.

تقديم رؤية توضيحية لما تقدمه أدوات الذكاء الاصطناعي وكيفية الاستفادة منها دون المساس بأخلاقيات المهنة

أولاً - الذكاء الاصطناعي:

تعريف الذكاء الاصطناعي:1-1

يعرف على انه علم الحاسوب الآلي الحديث الذي يبحث عن

أساليب متطورة للقيام بالأعمال والاستنتاجات التي تشابه ما

يقوم به الانسان واساليبه، ورغم هذا فانه لا يوجد اجماع على

تعريف الذكاء الاصطناعي.

الحاسوبية في اجراء التجارب والعمليات التحليلية لا يمكن للعقل البشري القيام بها.

3. يسعى الذكاء الاصطناعي الى تطوير طرقه اللازمة لبناء المعلومات واستحداثها بشكل مستمر ويتم ذلك عن طريق التعلم الالي والتعلم العميق التي تتيح للأنظمة الذكية توليد معارف جديدة من البيانات المتاحة.

4. من بين اهم الأهداف كذلك للذكاء الاصطناعي تمكن الآلات من معالجة مختلف المعلومات بطريقة اقرب الى العقل البشري في التفكير وحل المسائل ويقوم هذا الهدف على تطوير الخوارزميات والنماذج القادرة على الفهم، التحليل، والتكيف مع مختلف المتغيرات (سليمة، 2020، صفحة 10)

3-1 خصائص الذكاء الاصطناعي:

يملك الذكاء الاصطناعي القدرة على التعلم واكتساب المعلومات من عدة مصادر ثم يطبقها في مواقف عملية مختلفة، هذا الأمر منحه القدرة على التعلم المستمر وتحسين اداءه مع مرور الوقت.

التفكير والادراك تعد من أبرز خصائص الذكاء الاصطناعي حيث تحاكي بعض القدرات العقلية البشرية كفهم المعطيات والقدرة على التمييز بين الأنماط المختلفة، فالذكاء الاصطناعي لا يقتصر على تنفيذ الأوامر بل يمكنه إدراك العلاقات بين المعلومات، واستنتاج حلول جديدة والتكيف مع مختلف السياقات المتغيرة.

يعد الفهم والتعلم من مختلف الخبرات السابقة من اهم الخصائص التي يتميز بها الذكاء الاصطناعي حيث تستطيع انظمتها تحليل البيانات والخبرات السابقة واستخلاص أنماط متكررة، ومن ثم توظيف هاته المعارف لتحسين أداءها المستقبلي.

معالجة المشكلات مع غياب كلي للمعلومات من أبرز خصائص الذكاء من خلال الاعتماد على الخوارزميات والتعلم العميق والتنبيؤ.

من أبرز خصائص الذكاء الاصطناعي القدرة على التعامل مع المشكلات المعقدة والصعبة التي يصعب على الانسان والبرامج التقليدية حلها ومعالجتها بكفاءة فالذكاء الاصطناعي هنا يعتمد على الشبكات العصبية الاصطناعية، الخوارزميات وتحليل البيانات الضخمة لاستكشاف حلول مبتكرة وفعالة.

يعرفه عادل عبد النور: على انه من العلوم وهدفها الأول جعل الحواسيب وغيرها من الآلات مع اكسابها صفة الذكاء لكي تكون لها القدرة على القيام بأشياء ومهام كان يقوم بها الانسان في الماضي القريب مثل التفكير والتعلم والابداع والتخاطب. (النور، 2005، صفحة 07)

كما يعرفه ريس بيل: على انه محاولة جعل الآلات العادية تتصرف وتعمل مثل الآلات التي تعمل في أفلام الخيال العلمي. (النور، 2005، صفحة 07)

يتضح من خلال التعريفات التي سبقت بان الذكاء الاصطناعي هو فرع من علوم الحاسوب يسعى الى محاكاة العقل البشري كالتهيئة والتنفيذ وحل المشكلات.

2-1 أهمية واهداف الذكاء الاصطناعي:

1. تسعى جميع المؤسسات الى الحفاظ على الخبرات والمعارف المكتسبة من طرف العمال ذوي الكفاءة المهنية من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي خوفا من ضياعها نتيجة تقاعد العمال او موتهم.

2. تخزين المعلومات لخلق قاعدة معرفية للعديد من المستخدمين يسهل الوصول اليها، ومع تطور الذكاء الاصطناعي باتت القواعد المعرفية أكثر قدرة على التعلم الذاتي والتحديث المستمر لضمان المعرفة المستدامة وتوسيع دائرة الاستفادة منها.

3. تساهم أدوات الذكاء الاصطناعي في إزالة وتغيير روتين العمل من خلال إتمام الاعمال والمهام المتكررة مثل جمع البيانات ارفشة المحتوى وغيرها من الاعمال غير المرضية بالنسبة للعمال البشر.

4. يتميز الذكاء الاصطناعي بالقدرة على معالجة المشكلات المعقدة او تلك التي تتسم بتداخل المتغيرات وتعدد المسارات او التي تتوفر على عدة حلول وليس لها حل واحد معروف (سليمة، 2020، صفحة 10)

وتكمن اهداف الذكاء الاصطناعي في:

1. يمكن الذكاء الاصطناعي من إمكانيات واسعة جدا وطرق عديدة في استخلاص المعلومات من مصادر متنوعة.

2. من بين اهم اهداف الذكاء الاصطناعي تحقيق فهم أعمق للعقل البشري واليات اشتغاله ويتم ذلك عن طريق أسلوب المحاكاة بحيث تتاح للألة تقليد بعض الوظائف العقلية كالاستدلال والتعلم وحل المشكلات وتكمن أهمية المحاكاة

تعد الشبكات العصبية من أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوصف على انها محاولة لمحاكاة الية العقل البشري وتعتمد هذه الشبكات على عدد كبير من الوحدات المعالجة او العقد المترابطة فيما بينها بحيث تحاكي بدرجة معينة الخلايا العصبية البيولوجية.

وتستخدم الشبكات العصبية في معالجة البيانات الضخمة والمتغيرة وبإمكان هاته الشبكات العصبية القدرة على التعلم الذاتي من خلال اليات التدريب مما يكسبها ميزة ان تكون أداة فعالة في التنبؤ، اتخاذ القرارات، وتصنيف القرارات. كما يمكن تحديد قيمة الشبكات العصبية في انها قادرة على تحويل المعطيات الأولية الى معرفة قابلة للتطبيق ويتم ذلك عبر ثلاث وظائف رئيسية هي:

أ- تحديد اهداف القرار: يتم عن طريق تحليل البيانات المدخلة.

ب- اختيار ادق القرارات: عبر معالجة كم كبير من البدائل واختبار فعاليتها.

ج- تقييم النتائج المتوقعة: من القرارات المتخذة واستشراف اثارها المستقبلية.

(خوالدة، 2019، صفحة 18)

رابعا: اللغات الطبيعية:

تعد من اهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعد فرعا من فروعها تجمع بين اللسانيات الحاسوبية ومبادئ الحاسوب لتمكين الالة من فهم طبيعة اللغة البشرية وتحليلها ونتاجها كذلك. وتسعى معالجة اللغات الطبيعية الى أنظمة حواسيب بإمكانها محاكاة الانسان في قدراته اللغوية لجعل التفاعل بين الانسان والالة اكصر واقعية وسلاسة وتنعكس أهمية هذا المجال في المزايا التي يقدمها ومن أهمها:

أ- القراءة الالية للنصوص من خلال تحويل المكتوبة او المطبوعة الى صيغ رقمية قابلة للمعالجة.

ب- التوليد الالي للنصوص والكلام وهو الذي يسمح بإنتاج نصوص وكلمات او خطابات بطريقة تشابه وتحاكي الانسان.

ج- استخلاص المعلومات يتم ذلك من قواعد البيانات الضخمة. وتهدف الى تحديد المعطيات الأكثر صلة.

د- الترجمة الالية التي تتيح تحويل النصوص من لغة الى لغة أخرى بسرعة وكفاءة.

يتميز الذكاء كذلك بقدرته على استخدام الخبرات والمعارف السابقة من اجل توظيفها في مواقف جديدة وهو ما يعرف بالتعلم الالي وتقوم هاته الخاصية على تدريب النظام الذكي على مجموعة من المعطيات ثم الاستفادة من المعارف المكتسبة لحل مشكلات أخرى.

1-4 اهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي:

تعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على اعتباره مجالا واسعا وعلى حسب الخدمة المقدمة من كل نوع، اذ تبرز لنا عدة مجالات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وسنذكر أهمها في التالي: أولا: النظم الخبيرة:

تعد النظم الخبيرة من اهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعرف على انها برنامج حاسوب مخصص لاتخاذ القرارات وحل المشكلات من خلال محاكاة المنطق الاستدلالي للإنسان ويتكون من جانبين مهمين هما:

الجانب الأول الذي يتمثل في البرمجة المعلوماتية التي تعتبر الضامن لفعالية النظام وتعد محور اهتمام المختصين في علم الحاسوب.

اما الجانب الثاني فيتمثل في الخبرة في المجال المعرفي المستهدف وهو ما يرتبط بميدان هندسة المعرفة التي تسعى الى ضبط فاعلية النظم الخبيرة (الخطاب، 2024، صفحة 267)

ثانيا: الرجل الالي

يعتبر الروبوت او الرجل الالي من اهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ويعرف على انه جهاز او آلة كهروميكانيكية يتحكم فيها من خلال أوامر ومعلومات تزود بها من الحاسوب من اجل أداء وظائف واعمال محددة، وعادة ما يمنح الرجل الالي القدرة على الحركة والتفاعل مع محيطه الخارجي عبر تقنيات الادراك الحسي ومن ثم الاستجابة لعدة عوامل خارجية.

و يبرمج الروبوت او الرجل الالي على محاكاة القدرات البشرية مثل اللمس، الرؤية، السمع وعادة ما يوظف في المهام الصعبة والمعقدة التي تمتاز بالخطر او تكون مملة ومرهقة للإنسان كالحراسة في المستودعات حيث يمكن تزويد الروبوت بخريطة دقيقة للمكان الذي كلف بحراسته للقيام بمراقبة الأصوات غير المألوفة ورصد أي دخيل غير مرغوب فيه الى جانب مراقبة المخاطر المحتملة مثل الحرائق (سليمة، 2020، صفحة 12)

ثالثا: الشبكات العصبية

4 – التصحيح الآلي للأخطاء الإملائية والنحوية مع مراعاة الأسلوب الإعلامي.

5 – التحقق واكتشاف الاخبار الزائفة مثل خوارزميات الفيسبوك التي اطلقها لمجابهة الاخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي.(دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى ادارة الازمات الاعلامية ، 2020 ، صفحة 13)

2-2 استخدامات أدوات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الالكترونية:

لم تعد مهام أدوات الذكاء الاصطناعي تقتصر على المهام الروتينية البسيطة كالرد الآلي على البريد الإلكتروني او اقتراحات بخصوص الموضوعات التي ترتبط بميولات الجمهور بل تم تجاوز ذلك الى مهام اكصر تعقيد في مجال الصحافة، وبات حالياً يملك القدرة على انتاج البيانات الصحفية ومختلف الاخبار بصورة مؤتمتة تاركا بعض الهامش المحدود للصحفيين كالتدقيق والتحرير واتخاذ قرار النشر من عدمه في السنوات الأخيرة شهدت انتقال أدوات الذكاء الاصطناعي من خوارزميات بسيطة لاستخلاص الأرقام وصياغتها وفق قوالب إخبارية صحفية معدة مسبقا الى نماذج أكثر تطور تنيح معالجة

البيانات الضخمة وصياغة مواد إخبارية أكثر اقناع وتأثير، غير ان هاته الخوارزميات لا يمكنها النزول الى الواقع الميداني وانما تتعامل مع معطيات وبيانات تحمل رموز رقمية يتم إدخالها مسبقا لتكون بذلك بديلا جزئيا عن القدرات الذهنية، المعرفية والتحليلية البشرية.

ومع ذلك فان أدوات الذكاء الاصطناعي تشهد تطور ولها إمكانيات متزايدة لا يمكن حصرها في تسريع انتاج وتحليل ونشر الاخبار فقط بل تمتد الى الكشف عن الاخبار الزائفة وتوليد محتوى اعلامي مضلل خاصة اذا ما اسيء استخدامها هذا الامر يثير الكثير من المخاوف بالنسبة للعمل الصحفي ومستقبله ويرى بعض الباحثين ان نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الجانب الإعلامي و الصحفي سيؤدي الى اعادة تشكيل مهنة الصحافة حول العالم بشكل جذري بل وقد يؤدي الى تراجع دور الصحفي التقليدي لصالح الكفاءات التي تحسن استخدام واستغلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي . (موسى، 2021، صفحة 07)

عليه فان معالجة اللغات الطبيعية تعتبر ركيزة أساسية في تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتساهم في قدرات الأنظمة الذكية على التعامل بشكل مثالي مع اللغات باعتبارها أداة طبيعية للتواصل الإنساني.

ثانيا - تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الإعلامية:
2-1 توظيف الذكاء الاصطناعي في الاعلام:

أدى ظهور أدوات الذكاء الاصطناعي الى بروز نوع جديد من الصحافة سمي بـصحافة الروبوت او الصحافة الآلية ، وهي نتيجة طبيعية للتطور العلمي الرهيب في مجال الاتصال بما في ذلك الانترنت ، الأقمار الصناعية ، الوسائط الرقمية ، الحواسيب ، وأنظمة الامتة ، وقد أسهمت هاته التحولات الى ظهور مفاهيم إعلامية جديدة التي افرزت لنا نموذجا معاصرا للاتصال الذي يجمع بين الوسائط المرئية ، المسموعة والمكتوبة وقد وفرت قدرة رهيبه جدا في نقل واعداد وانتاج مختلف المواد الإعلامية الى مختلف الافراد و الجماعات ، وتعزيز التفاعل المتبادل مع مختلف الجماهير.

وفي الكثير من المرات أسندت مهام لأدوات الذكاء الاصطناعي كانت حكرًا على البشر فقط مثل جمع الاخبار وصياغتها بشكل الي، ومن غير المستبعد ان تحدث ثورة في بنية المؤسسات الإعلامية وأساليب عملها لاسيما مع الانتشار الكبير لمختلف أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الاعلام و الاتصال التي اوضحت تحاكي الأسلوب البشري وسلوكه.

وأوضحت التجارب الإعلامية العالمية عن توسع رهيب للامتة الصحفية، حيث تمكنت المؤسسات الإعلامية الكبيرة من انتاج الالاف من المواد الإعلامية دون تدخل بشري انطلاقا من جمع مختلف الاخبار والبيانات مع تصنيفها وصولا الى اعدادها وتحريرها ثم نشرها، خصوصا في مجالات الرياضة، الاقتصاد و الاخبار الجوية.

وابرزت استخدامات أدوات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي عدة مهام أساسية منها:

1 – انتاج الاخبار القصيرة بشكل الي في المواضيع المعتمدة على البيانات الإحصائية.

2 – تتبع الاخبار واكتشاف المعلومات الجديدة التي تتصل بالمعلومات العاجلة مع اصدار تنبيهات للصحفيين.

3 – تسريع عمليات البحث والتحليل وربط المعلومات وتحويلها الى رسومات بيانية قابلة للفهم.

2-3 اهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الالكترونية:

أولاً - وورد سميث:

المعروف بصانع الكلمات ويعد من ابرز أدوات الذكاء الاصطناعي التي استخدمت في مجال الصحافة والاعلام واساس توظيفه هو انتاج الاخبار بشكل الي ، وتم تطوير هذا التطبيق من قبل شركة متخصصة في توليد اللغات الطبيعية بحيث يقوم بتحليل البيانات الرقمية ونتاجها في قوالب صحفية إخبارية وفق الأنماط التحريرية القابلة للتعديل والتخصيص، ويعتبر برنامج وورد سميث مثالا للتطور والتقدم الحاصل في ميدان توليد اللغات الطبيعية وهو الميدان التي تعود جذوره الى الجهود الأولى لعلماء اللسانيات الحاسوبية في تسعينيات القرن الماضي بدف تمكين الأنظمة الذكية من انتاج نصوص تحمل طابع انساني انطلاقا من بيانات كمية.

ثانيا: كويكبوت:

تم تطوير هذا البرنامج من قبل الصحيفة الامريكية لوس انجلوس تايمز بهدف الى الإبلاغ السريع عن وجود زلازل بالاعتماد على الإشعارات الصادرة عن هيئة المسح الجيولوجي الامريكية ويقوم بتحليل التنبهات المتعلقة بالزلازل فور صدورها ، واذا استوفت هاته التنبهات الشروط المحددة انفا ، يقوم البرنامج تلقائيا بإعداد مسودة تقرير اخباري ترسل الى غرفة الاخبار وفي حالة ما رأى المحررون ان الخبر يستحق النشر ، يتم اعداد تقرير نهائي ونشره للجمهور ، ومع ذلك قد تحدث بعض الأخطاء التقنية الناتجة عن تقديرات غير دقيقة مثلما وقع سنة 2017 حيث ارسل البرنامج إشعارات غير دقيقة بحدوث زلزال بقوة 6.8 على سلم ريشر في منطقة اسمها سانتا بربرا في حين ان الامر مجرد تحديث لقواعد البيانات التاريخية للزلازل.

ثالثا: كورال

في سياق التحول الرقمي للصحافة الالكترونية لم يعد العمل الصحفي مقتصر على الكتابة والتحرير والنشر بل أصبح يشمل جانب التفاعل أيضا والذي يعد من ركائز الاعلام الرقمي اذ تمنح خاصية التفاعلية التي تعتبر أحد أبرز سمات شبكة الويب، القراء والجمهور فرصة التعليق ورجع الصدى حول المواد الإعلامية المنشورة هذا الامر فرض على المؤسسات

الإعلامية تطوير اليات لإدارة هذا التفاعل بما يضمن حرية التعبير في إطار مسؤول ومنسجم مع السياسات التحريرية. هذا المشروع الذي صمم خصيصا للمؤسسات الإعلامية الكبرى ومدعوم بالذكاء الاصطناعي في إدارة التعليقات التي ترد عليها عند نشر أي مادة إعلامية جديدة ويعد كورال ثمرة تعاون بين خبراء اعلاميين وتقنيين وأكاديميين ويستخدم حاليا في الكثير من المؤسسات الإعلامية الكبيرة على غرار وول ستريت جورنال ، نيويورك تايمز....

ويهدف هذا المشروع إلى تمكين غرف الأخبار من التعامل مع التفاعلات الرقمية بطريقة أكثر تنظيمًا وفعالية، والحد من المشكلات المرتبطة بالتعليقات غير اللائقة أو المسيئة، مع تعزيز البحث الأكاديمي والتقني لتطوير بيئة رقمية صحفية أكثر أمانًا وانفتاحًا.

رابعا: كويل

تعد منصة كويل من احد ابرز المنصات المختصة في توليد اللغات الطبيعية وتم تطوير هاته المنصة من قبل شركة ناتورال سيونس وتختص المنصة في تحويل البيانات الرقمية المعقدة الى قصص إخبارية مفهومة وبسيطة وجاهزة للنشر في ثوان معدودة ، وتتيح المنصة للصحفيين ادراج الجداول والرسوم البيانية ليقوم النظام تلقائيا بترجمتها الى نصوص ومواد إعلامية متكاملة الى جانب ذلك توفر المنصة الوقت والجهد كما تدمج البيانات كجزء من السرد الصحفي ويصبح المحتوى أكثر وضوح ودقة كما تتيح المنصة اكتشاف الأفكار المشتقة من البيانات الاصلية وتفتح زوايا أخرى للمعالجة الإعلامية.

خامسا: محرك اكتشاف القصص الخبرية:

يعد هذا المحرك احد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي وهو برنامج طورته الباحثة ثرو ساردب من جامعة تيمبل وهي أستاذة صحافة البيانات يهدف هذا المحرك الى مساعدة المحررين الصحفيين على توليد الأفكار المناسبة للانطلاق في اجراء التحقيقات الصحفية خاصة في المجالات العامة كالصحة ، التعليم والمواصلات. ويقوم هذا المحرك بإنتاج الرسوم المعلوماتية والجداول التوضيحية التي تشكل منطلق في التحقيقات المتعددة المرتبطة بمجالات معرفية متنوعة وقد اطلق النموذج الاولي للمحرك على شبكة الانترنت ضمن مشروع بحثي يتكون من جزأين

وهكذا تعد غرف التحرير الذكية نموذج متطور يجمع بين الكفاءة البشرية و الذكاء الاصطناعي مما يعزز من فعالية المؤسسات الإعلامية في عصر الثورة الرقمية (كنعان، 2014، صفحة 177)

2-3 إيجابيات وامكانيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي:

يعتبر الذكاء الاصطناعي من أبرز المحركات واهمها لتطوير الممارسة الإعلامية والتسويقية وتظهر اسهاماته في عدة جوانب رئيسية هي:

1- تعزيز مشاركة الجمهور: يمنح الذكاء الاصطناعي فهم أعمق للجمهور من خلال تحليل ما يفضل وتحليل سلوكه بدقة ما يساهم في صناعة المحتوى الإعلامي أكثر استهداف وفاعلية.
2- رفع الكفاءة وتقليل الأعباء الروتينية: يتم ذلك عن طريق اتمتة المهام المتكررة مع توفير الوقت والجهد للعاملين كما تشير بعض المعطيات الى ان هاته التقنيات الذكية قادرة على زيادة إمكانية الإنتاج بنسبة كبيرة جدا.

3- إضفاء الطابع الذكي على المحتوى الإعلامي: حيث يمكن للذكاء الاصطناعي تخصيص الرسائل الإعلامية وفقا لخصوصية كل فئة مستهدفة وهو ما يعزز من دقة الاستهداف الزمني والمضمون للجمهور.

4- تحسين جودة المحتوى: من خلال تتبع سلوك مختلف الجماهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع تحليل ما يفضل وعليه يمكن تقديم محتوى اعلامي أكثر ملائمة مما يؤدي الى خفض تكاليف الحملات الإعلامية والتسويقية بشكل كبير جدا.

5- إتمام المهام كثيفة العمالة: يمكن الذكاء الاصطناعي من اتمتة المهام المعقدة كليا او جزئيا وهو الامر الذي يساعد الصحفيين و العاملين في التسويق والعاملين في الاعلام الرقمي على زيادة الإيرادات مع تخفيض التكاليف (طه، 2025)
ثانيا: إمكانيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي: وتتجلى من خلال مجموعة من الابعاد التي تسهم في تغيير الممارسة الإعلامية وإعادة تشكيلها ويمكن تحديدها في:

أ- اتمتة المهام الروتينية: حيث ينجز الاعمال الصحفية المتكررة مما يتيح للصحفيين إمكانية التركيز على اعداد المواد الإعلامية الأكثر نوعية وتعقيد.

أداة لإعداد التقارير: تمكّن من تحليل البيانات وتوليد أفكار أولية لتحقيقات صحفية.

نظام عرض القصص: يوفر للمستخدم مجموعة من القصص الاستقصائية المكتوبة مسبقًا والمبنية على هذه

البيانات" (موسى، 2021، صفحة 13)

إضافة الى كل ما سبق فقد برز في السنوات الأخيرة برنامج شات جي بي تي الذي يعد نموذج بارز على النماذج اللغوية المتقدمة التي تعتمد بشكل تام على الذكاء الاصطناعي ويستخدم لإنتاج إجابات تفصيلية وردود دقيقة على الاستفسارات المعقدة، وقد بدأت المؤسسات الإعلامية بالاستعانة به في كتابة المواد الإعلامية وترجمة المحتويات في ظرف ثواني معدودة ويتفوق حاليا على المترجمات التقليدية.

ثالثا - الذكاء الاصطناعي في غرف التحرير:

1-3 الذكاء في غرف الاخبار:

أ- ذكاء العنصر البشري: المقصود به هنا هو قدرة الصحفيين والعاملين على التعامل المثالي وبكفاءة جد عالية مع متطلبات العمل الصحفي ويتم ذلك عن طريق توظيف مهاراتهم في استخدام التكنولوجيا الحديثة والمناسبة لإنجاز الاعمال والمهام بدقة عالية.

ب- الذكاء الاصطناعي: وتتمثل في قدرة الأنظمة الذكية على فهم الأوامر وإنجاز مختلف الاعمال بشكل سريع ودقيق والي وفعال بالاعتماد على الخوارزميات والروبوتات والبرامج الحديثة ويتحقق هذا المبدأ وفق ثلاث اشكال هي:

1- صحافة الروبوت : وتستخدم في جمع البيانات والاخبار وتحليلها واعداد مختلف المواد الإعلامية بشكل آلي . (عرقوب، 2019، صفحة 12)

2- صحافة الخوارزميات: التي تعتمد على استغلال الخوارزميات الذكية في رصد المعلومات والمواضيع الأكثر تداول " التراند " عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك.

3- الصحافة المؤتمتة: وتتمثل في استخدام مختلف البرمجيات الحديثة من اجل تنظيم أكثر لغرف التحرير الإخبارية من خلال اعتماد أدوات تساعد على إدارة تفاعل الجماهير عبر منصات التواصل الاجتماعي كما تسهل في عمليات تحرير ونشر المحتوى الإعلامي.

ب- تعزيز التعاون والتواصل بين الصحفيين: حيث تسهم أدوات الذكاء الاصطناعي في عملية تبادل المعلومات والبيانات، النصوص، الصور ومقاطع الفيديو بين فرق العمل الصحفية مما يؤدي الى الرفع من كفاءة العمل التشاركي داخل غرف التحرير.

ج- التدقيق من البيانات الضخمة: يوفر الذكاء الاصطناعي قدرات عالية لمعالجة وتحليل كميات الصحفي. قدرات عالية لمعالجة وتحليل كميات الصحفي.

د- التفاعل مع الجمهور وتعزيزه: حيث تساعد أدوات الذكاء الاصطناعي الصحفيين من فهم اهتمامات الجمهور وتوجهاته والتواصل معه بطرق شخصية وأكثر فاعلية.

و- انتاج أنماط صحفية جديدة: حيث يتيح الذكاء الاصطناعي ابتكار اشكال صحفية جديدة كلياً تقوم على التفاعلية والتخصيص بما ينسجم مع طبيعة الصحافة الرقمية المعاصرة. (، و ابراهيم سقر، 2021)

3-3 التحديات الراهنة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الممارسة الإعلامية:

رغم الإمكانيات الضخمة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي الإعلامي الا ان توظيفه يواجه جملة من التحديات البنوية والتقنية والأخلاقية يمكن تحديدها في:

1- ضعف الوعي الذاتي للذكاء: حيث تفتقر أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي الى القدرة على تبرير قراراتها او تفسير مخرجاتها ما يقلل من الشفافية ويعقد من إمكانية الرقابة البشرية.

2- محدودية توفر البيانات: يعتمد التعلم الآلي على كميات ضخمة من البيانات المنظمة والكافية لتدريب النماذج وتحسين أدائها وفي حال غياب هاته البيانات او ضعف جودتها تصبح استجابات النظام محدودة وغير دقيقة.

3- التحقق من صحة المعلومات: بحيث ان أدوات الذكاء الاصطناعي لا تملك القدرة على التمييز بين البيانات الحقيقية والمغلوبة فاذا استند الى معلومات وبيانات مغلوبة فحتماً مخرجاته ستكون سلبية مما يهدد موثوقية المحتوى الإعلامي.

4- عدم التكافؤ بين المؤسسات الإعلامية: ان تبني كبرى المؤسسات الإعلامية لأدوات الذكاء الاصطناعي في غرف تحريرها يعزز من قوتها ويؤدي حتماً الى اتساع الفجوة الإعلامية والرقمية مع المؤسسات الإعلامية الصغيرة التي تعجز عن مجاراة المؤسسات الكبرى بسبب ارتفاع التكلفة ونقص الخبرة التكوينية.

5- غياب المسائلة القانونية: بما ان الذكاء الاصطناعي وادواته لا يمكن مسائلته قانونياً يصبح من الضروري ترسيخ مبدأ المسؤولية البشرية في اعداد وإنتاج وتحرير مختلف المواد الإعلامية.

6- صعوبة التعامل مع البيانات غير المنظمة: تعد النصوص الحرة، مقاطع الفيديو، الصور تحدياً لأدوات الذكاء الاصطناعي حيث تصعب معالجتها بكفاءة عالية بالمقارنة مع البيانات المنظمة.

7- إشكالية حقوق النشر: في الكثير من المرات تثير أدوات الذكاء الاصطناعي قضايا قانونية تتعلق بحقوق النشر خاصة عند استعمال مواد محمية من اجل انتاج محتوى اعلامي جديد. (، و ابراهيم سقر، 2021، صفحة 385)

الخاتمة:

خلصت ورقتنا البحثية الى ان الذكاء الاصطناعي و تطبيقاته أصبحت المحرك الرئيسي لإعادة تشكيل الممارسة الإعلامية حيث قدم أدوات متنوعة سهلت و سرعت من جمع الاخبار ومعالجتها ونشرها وفتح المجال امام اشكال صحفية جديدة مثل صحافة الروبوت ، وصحافة الخوارزميات ، غير ان هذا التطور يحمل في طياته الكثير من التحديات ابرزها نقص البيانات ومحدوديتها إضافة الى ضعف الشفافية و حدوث فجوة بين المؤسسات الإعلامية الكبرى و المؤسسات الإعلامية الصغرى وتحديات أخرى أخلاقية مرتبطة بالأساس بالتحيز الخوارزمي وفقدان المصداقية وعليه فان مستقبل الصحافة و ممارستها مرهون بقدرة المؤسسات على استثمار هذه الأدوات والتقنيات بشكل متوازن مع الحفاظ على الدور الإنساني للصحفي باعتباره الضامن الأساسي لمصداقية الرسالة الإعلامية .

الاستنتاجات والاقتراحات:

الاقتراحات:

1- انشاء وحدات للبحث بداخل المؤسسات الإعلامية مهمتها تطوير الحلول القائمة على الذكاء الاصطناعي خاصة فيما يخص البحث عن الاخبار ومعالجتها وتحريرها.

2- دمج مقاييس تعنى بالذكاء الاصطناعي في كليات واقسام الاعلام والاتصال لتأهيل صحفيين قادرين على التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي.

4- مجهول، دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى إدارة الازمات الإعلامية، مركز القرار.

5-محمد موسى، دراسة إعلامية حول مستقبل الصحافة الالكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، 2021.

المجلات:

1- غادة موسى إبراهيم سقر، تأثير البيئة الرقمية والذكاء

الاصطناعي على الصحافة الالكترونية في مصر، در م، 2021.

المقالات:

1- عمر أبو عرقوب، نموذج غرف الاخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة معد الجزيرة للإعلام، 2019.

الرسائل الجامعية:

حيدة حياة. كادي سليمة، استخدام تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في تحسين عملية اتخاذ القرار في المؤسسة

الاقتصادية. جامعة ادرار، قسم التسيير، 2020.

المواقع الالكترونية:

1- خالد طه، غرف الاخبار الذكية، معهد الجزيرة للإعلام،

2016، سبتمبر 2025، 20:30

3- تطوير برامج وأدوات للذكاء الاصطناعي تكون عربية بإمكانها فهم مختلف اللهجات العربية وتحليل النصوص باللغة العربية بدقة.

4- تطوير منصات إعلامية هجينة بين الاعلام التقليدي

والاعلام الجديد لتعزيز التفاعل مع الجمهور.

5- اجراء دراسات مقارنة بين تجارب غرف التحرير العالمية

والعربية في توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي.

ثانيا الاقترحات:

بناءً على ما سبق، يتأكد أن دمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام

يفتح آفاقاً واسعة للإبداع والابتكار، لكنه يفرض في الوقت

ذاته مسؤوليات جديدة. ولعلّ الطريق الأمثل يتمثل في

الاستثمار في البحث العلمي، تدريب الكفاءات الإعلامية،

وتطوير تطبيقات عربية قادرة على استيعاب خصوصيات لغتنا

وثقافتنا، حتى يكون الذكاء الاصطناعي رافعة للتطور لا أداة

للهيمنة.

إن مستقبل الإعلام في ظل الذكاء الاصطناعي مرهون بقدرة

المؤسسات الإعلامية على التكيف السريع مع هذه الثورة

التقنية. فالمطلوب ليس فقط استيعاب الأدوات الحديثة، بل

أيضاً إعادة تشكيل البنية المهنية وتطوير قدرات الصحفيين

بما يسمح لهم بممارسة دورهم الأساسي كحراس للمصداقية

في عالم مليء بالزيف والمعلومات المضللة.

يتضح في النهاية أن الذكاء الاصطناعي لم يعد خياراً ترفيماً

للمؤسسات الإعلامية، بل أصبح ضرورة استراتيجية تفرض

نفسها. ومع ذلك يبقى التحدي الأكبر في كيفية استثماره دون

التفريط في القيم المهنية والإنسانية التي تمنح الإعلام معناه

الحقيقي.

قائمة المصادر والمراجع:

1- أبو بكر خالدة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث

لتعزيز تنافسية المنظمات الاعمال، المركز الديمقراطي العربي

للدراستات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المانيا،

2019.

2- عادل عبد النور بن عبد النور، مدخل الى علم الذكاء

الاصطناعي، 2005.

3- علي عبدالفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة

التكنولوجية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1،

عمان، 2014.