الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة زيان عاشور - الجلفة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال

فرقة البحث: التسارع الرقمي وإعادة تشكل القيم الإخبارية في الشبكات الاجتماعية
بالتعاون مع مخبر الدراسات التاريخية والإنسانية

شهادة مشاركة

• تُمنح هذه الشهادة لـ :

د. خولة شادي

جامعة المسيلة

نظير مشاركتها بمداخلة بعنوان: «تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال: "الاستخدامات الراهنة والتحديات المستقبلية المتوقعة»
ضمن فعاليات الملتقى الدولي الموسوم بـ :
«مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي»
المنعقد بجامعة زيان عاشور - الجلفة - بتاريخ 22 أكتوبر 2024

رئيسة الملتقى

عميد الكلية

رئيس مخبر الدراسات التاريخية والإنسانية

ملتقى دولي حول :
مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الإصطناعي
رئيس الملتقى: أ.د/بن ورقلة نادية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة زيان عاشور - الجلفة
كليّة العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال

فرقة بحث:
التسارع الرقمي وإعادة تشكل القيم الإخبارية في الشّبكات الاجتماعية
بالتعاون مع مخبر الدراسات التاريخية والإنسانية

برنامج الملتقى الدولي "حضوري و عن بعد":

مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي

22 أكتوبر 2024

قاعة المحاضرات الكبرى سايحي محمد

الجلسة الافتتاحية - 10:00

تلاوة آيات بينات من القرآن الكريم

النشيد الوطني الجزائري

مداخلة رئيسة الملتقى أ.د. نادية بن ورقلة:

الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي: كيف يعيد التحوّل الرقميّ تشكيل مستقبل الصّحافة؟

كلمة عميد الكلية: د. حلباوي لخضر

كلمة مدير الجامعة: أ.د. عيلام الحاج

والإعلان عن الافتتاح الرسمي للملتقى

المداخلة الافتتاحية: أ.د. نصر الدين لعياضي

محاولة تفكيك الخطاب عن الذكاء الاصطناعي في الصحافة

الجلسة الأولى

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيس الجلسة: أ.د. حمام محمد

أ.د. طالب كيحول - د. نبيل ماضي/جامعة خميس مليانة

مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ظل التحولات الرقمية الجديدة من خلال الدراسات الإعلامية

د. حميدو كمال/ جامعة قطر

الذكاء الاصطناعي كمنعرج حتمي للصحافة و المهن الإعلامية: مجالات الاستخدام والفوائد من تجارب كبريات المؤسسات العالمية

أ.د. حمام محمد/ جامعة الجلفة

مظاهر تأثير "برمجيات الذكاء الاصطناعي" على حسن تسيير تنشيط الحصص الخاصة في القنوات الرقمية

Pr. Matouk Fethia/Université d'Alger3 - Dr. Djaballah Aicha/Université de Djelfa

Le rôle de l'intelligence artificielle dans la rédaction des actualités: une étude sur l'impact des algorithmes et l'orientation de l'opinion publique

أ.د. العيشي سعد/ جامعة الجلفة

التشيؤ والأتمتة في الممارسة الإعلامية باستخدام الذكاء الاصطناعي

د. الخامسة رمضان - ط.د. عمر بن جداه/ جامعة بسكرة

التاريخ الاتصالي للذكاء الاصطناعي: "الأسس الإبستمولوجية"

د. سعيد عبد الرزاق - د. المكي فتحي/ جامعة خميس مليانة

الإعلام الرقمي وتأثيراته على المحتوى الإعلامي في ظل الذكاء الاصطناعي

د. مروة خلة - د. سارة خلة / جامعة قسنطينة

صحافة الروبوت : دراسة نظرية

ط.د. أمال مداحي/ جامعة تيارت

تكامل الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام البيني: التحديات والفرص

د. راضية رحماني/ جامعة سكيكدة

نماذج الاتصال في صحافة الذكاء الاصطناعي "قراءة في نموذج محمد عبد الظاهر".

د. جهاد صحراوي/ جامعة المدية - د. وليد شايب الدراع/ جامعة جيجل

خوارزميات التخصيص وزيادة التفاعلية مع المحتويات الإعلامية عبر الفضاء الرقمي

د. فاطمة الزهرة بوعزة - ط.د. الزهرة ناصري/ جامعة تيارت

استخدام التكنولوجيا الرقمية للذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي

د. صابي فاطمة/ جامعة برج بوعريريج- د. مهداوي نصر الدين/ جامعة قسنطينة

توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي "الأدوار والتهديدات "

د. زكريا طفياني - د. فريدة صغير عباس/ جامعة خميس مليانة

التزييف العميق في الممارسة الإعلامية بالذكاء الاصطناعي "طرح نظري وإسقاط ميداني"

د. عفيفة حمزة/ جامعة مستغانم

دور الذكاء الاصطناعي في جمع وتحليل البيانات الإعلامية: الفرص والتحديات

الجلسة الثانية

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيسة الجلسة: د. قرش سعدية

د. فايزة بن نواعي/ جامعة المدية

قراءة لواقع الممارسة الإعلامية بالمنطقة العربية في ظل الذكاء الاصطناعي

د. محمود عياد/ جامعة المدية - ط.د. فايزة شرقي/ جامعة بسكرة

تطبيقات الذكاء الإصطناعي في صناعة الإعلام الرقمي وتحدياته

د. سعيدة حيمر - ط.د. مروة خلفي - جامعة المسيلة

الذكاء الاصطناعي بين المفهوم والاستخدام في العمل الإعلامي

د. عبد الله الهمامي/ جامعة جندوبة تونس

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي

د. قرش السعدية/ جامعة الجلفة

تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأثرها على التحرير الصحفي

د. بن عودة موسى/ جامعة تيارت

الممارسة الإعلامية والذكاء الاصطناعي: علاقة امتداد وإضافة أم تقابل وتحدي

د. داود مسعود/ جامعة الجزائر2

التطبيقات اللغوية للذكاء الاصطناعي كأداة للتحول الرقمي في الإعلام الحديث

د. العباس بومامي/ جامعة المسيلة

الاستخدامات الضارة لبرامج وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

د. محمد الطيب بلعيش/ جامعة تبسة

دور الذكاء الإصطناعي في تحويل صناعة الإعلام

ط.د. الأخضر ريقوبة / جامعة البليدة 2

آليات استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام

ط.د. خالد بن دراج/ جامعة الأغواط

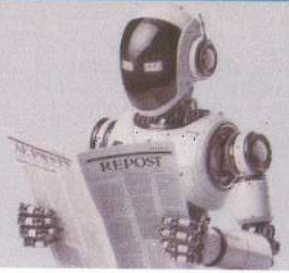
الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات

د. البكري أسماء/ جامعة عنابة

تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في العمل الإعلامي

د. نجيمي مسعود/ جامعة الجلفة

طرق استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي



د. رفاد حليمة/ جامعة مستغانم

صناعة الخبر في زمن الذكاء الاصطناعي "قراءة في التحولات والتحديات"

طد. زيتوني خليل/ جامعة المسيلة

استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي

الجلسة الثالثة

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيسة الجلسة: د. بوخينة نعيمة

د. كريمة الدهاق/الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام - القاهرة

استخدامات الذكاء الاصطناعي في تحسين نوعية المادة الإعلامية لـ"منصة مصر الرقمية"

أ.د. بلقيس مطوع- طد. دحماني خليل/ جامعة المسيلة

توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الصورة الصحفية: الرهانات والتحديات

د. عبد الرزاق زيتوني/ جامعة الجلفة

الذكاء الاصطناعي في الفنون التشكيلية بين الصورة الجمالية والإعلامية

د. نصيرة جغري زوطة/ جامعة الجزائر2

الممارسة الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوت: دراسة وصفية تحليلية للواقع وتحديات الاستخدام

د. بوخينة نعيمة/ جامعة الجلفة

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام -دراسة في الاستخدامات والانعكاسات-

طد. أحمد بوطالة/ جامعة وهران 2

دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المجال الإعلامي

د. حسناوي مهدية - طد. جروعة أسامة/ جامعة قالمة

الابتكار الإعلامي: استخدامات الذكاء الاصطناعي في إعادة تعريف صناعة الإعلام وإنتاج المحتوى

د. المبروك بن يطو/جامعة الأغواط - د. شريفي كهينة/جامعة تيزي وزو

دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي

د. رضا منفوده - طد. منى مايسة نذير/ جامعة الجزائر 3

صحافة البيانات الضخمة في زمن الذكاء الإصطناعي

طد. بوخالفة أسماء/ جامعة تيزي وزو

الممارسة الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي (صحافة الموبايل أنموذجا)

أ.د. حمادي عامر/جامعة الجلفة - طد. حكاوي شرين/جامعة الأغواط

مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات الإعلامية في ظل التحول الرقمي واستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي: التكامل والتحديات

د. مجبري حسان/جامعة الجزائر2 - د. عشوني لخضر/جامعة إيسمسيلت

دور وأهمية الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام وحدود الاستخدام

طد. هلال فتحي/ جامعة المسيلة

استخدامات الذكاء الاصطناعي في صحافة البيانات

طد.الحاج عيسى بن صفي الدين - طد. حسين شويب/جامعة الأغواط

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى الإعلاميين ودورها في هندسة عالم ما بعد الحقيقة

الجلسة الرابعة

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيسة الجلسة: د. نورة خيري

أ.د. بوبكر الصديق بن شويخ/ جامعة المسيلة

مراجعة تحليلية ونقدية لتحديات العمل الإعلامي بالجزائر في عصر الذكاء الاصطناعي

د. نصير بوعلي/جامعة الشارقة - الإمارات العربية المتحدة

متغيرات الذكاء الاصطناعي في الكتابة الإعلامية بين السالب و الموجب

Dr. Salima Benouargla /University of Djelfa

The Impact of AI on the Future of Media and Communication

أ.د. آيت قاسي ذهبية/ جامعة الأغواط

تطبيقات الذكاء الاصطناعي: وهاجس نهاية "الإعلام" و "الحقيقة" قراءة في (الاستخدامات وإستراتيجيات التزييف والتضليل)

د. قرطي أحمد/جامعة بجاية - د. بلعباس تقي الدين/جامعة باتنة 1

الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي بين التكيف والتحديات

طد. زغبي أحلام/ جامعة الجزائر 3

تزايد استخدام التقنيات الذكية في الممارسة الإعلامية "التأثيرات والتحديات"

د. نجاة بن صالح - د. منال رداوي /جامعة البليدة 2

المجال الإعلامي وتحديات الذكاء الاصطناعي

طد. صالح بوراس/جامعة أم البواقي- طد. إيمان مهري/جامعة سكيكدة

تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام

د. هالة دغمان/ جامعة سكيكدة - د. نورة خيري/ جامعة الجلفة

إدماج مذيع الروبوت في غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية: الامتيازات والتحديات

د. بولعراس منير/جامعة مسيلة 2 - طد. مناصرية زهرة/ جامعة باتنة 1

الوسائط الاجتماعية الإعلامية وارتباطها بالذكاء الاصطناعي

د. رياض خنفر/ جامعة الجلفة

تحديات مهنة الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي "تقنية التزييف العميق للفيديو" - Deep Fake نموذجا

Dr. Samia Tebri /Setif 2 University

The implications of using artificial intelligence in the field of media and the challenges posed
AI-Supported Journalism as a Model

طد. ساعد بشرى/ جامعة مستغانم

صحافة الروبوت : هل هي فرصة للابتكار أم تهديد لوظائف الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي

د. صادقي فوزية/ جامعة قسنطينة 3

إعلام الروبوت والممارسة المهنية (البدائل والتحديات)

طد. ضيف عبد القادر/ جامعة الجزائر 3

تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة: تحولات عميقة وفرص جديدة

الجلسة الخامسة

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيس الجلسة: د. منصور سعيدي

د. هنادي دويكات/ الجامعة العربية الأمريكية - رام الله فلسطين

التأثيرات الاقتصادية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام

Dr. Bekkar Amina - Dr. Bounouni Mahdi /Setif 2 University

Artificial intelligence Driven News Protection: A case study of Aljazeera

أ.د. ناكي محمد/ جامعة الجلفة

عولمة الصحافة والإعلام بمقاربة الذكاء الإصطناعي

د. مريم بالطة/جامعة سكيكدة - طد. محمد رضا العيفة/جامعة الوادي

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي "آفاق وتحديات"

طد. محمد بوغمبوز/ جامعة ورقلة

تحديات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام المرئي

طد. أحمد حاج محمد - طد. وليد سالم/ جامعة أم البواقي

الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتوجيه الرأي العام "قراءة في الأدوار و الأهمية"

د. شمام منير/ جامعة مسكر

الطبيعة القانونية للذكاء الاصطناعي في مواجهة فعل التشهير على مواقع التواصل الاجتماعي

د. نبيل لحمر- طد. أميرة عطية / جامعة بسكرة

الممارسة الإعلامية في عصر التزييف العميق والتلاعب بالحقائق: قراءة في التحديات وسبل المواجهة

د. فائزة بوزيد/ جامعة تبسة

الروبوتات الإعلامية بديلا للممارسين الإعلاميين حين يتحول البديل إلى فاعل أساسي "البطالة التكنولوجية للإعلاميين الأكاديميين"

طد. خالد فارة/ جامعة الأغواط

الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات

طد. ساغي مريم/ جامعة الشلف

الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا المراقبة الرقمية

د. لعراجي لطيفة/ المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام

الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي "الفرص والتحديات"

د. طليمة غمورة/ جامعة الجزائر 3

ثورة الذكاء الاصطناعي ودورها في إعادة تشكيل المشهد الإخباري "دراسة في تطور أساليب السرد البصري في القنوات التلفزيونية"

د. سميرة بن يحي - د. سهام بن يحي/ جامعة جيجل

تأثيرات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي "دراسة سوسيو اتصالية"

د. نورية عيسى عبدي/ جامعة مستغانم

رهانات تغيير الممارسة الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي

الجلسة السادسة

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيس الجلسة: د. محمد رقاب

د. شهرزاد سوفي - د. غالية غضبان/ جامعة غرداية

صحافة الذكاء الاصطناعي بين الحتمية التقنية والتحديات المهنية

أ.د. مداس أحمد/جامعة الجلفة - أ.د. رئيمي الفضيل/جامعة البليدة2

سوسيولوجيا العالم الافتراضي

أ.د. يوب أمال/ جامعة سكيكدة

دور التكنولوجيا في التفعيل الإعلامي لأدوار الجامعة " الأساليب والتحديات"

ط.د. محمد عبد القادر - ط.د. قراشة عز الدين محمد/ جامعة المدية

النظام الخوارزمي لفايسبوك بين توزيع المحتوى الإخباري والتأثير على السلوك التفاعلي للمستخدمين "دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين"

د. ليلى بن برغوث/ جامعة سطيف 2

التزييف العميق (Deep fake) وتأثيره على الإعلام والمجتمع: دراسة في كيفية تأثير تقنية التزييف العميق على مصداقية الأخبار والمحتوى الإعلامي (دراسة وصفية تحليلية)

د. طليدة ولد مويل/ جامعة البويرة

الذكاء الاصطناعي في الإعلام من منظور سوسيولوجيا الانحراف والجريمة

د. أحمد شريف بسام/ جامعة المدية

صحافة الذكاء الاصطناعي: الواقع والتحديات

د. بورقبة مصطفى/ جامعة الجلفة

الذكاء الاصطناعي والإعلام: دراسة في التأثيرات الاجتماعية والثقافية

د. رقاب محمد - د. حامدي أحمد/ جامعة الجلفة

حوكمة الذكاء الاصطناعي في ظل أتمتة المحتوى الإعلامي - قراءة في مستويات الأتمتة ببلدان الاتحاد الأوروبي -

أ.عبد السلام سليمة/جامعة المسيلة - د.زنوني صبيرة/المركز الجامعي تيبازة

دور الذكاء الاصطناعي في تحسين إنتاج المحتوى الإعلامي: الابتكار والتحديات

د. فطيمة أعراب/جامعة البويرة - ط.د. نحال مروة وسام/جامعة سطيف 2

انعكاسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي: الواقع والتحديات المستقبلية

ط.د. زبوش زبوش/ جامعة بسكرة

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية: واقع وآفاق

ط.د. فنكوس ريمة/ جامعة مستغانم

تحولات الممارسة الإعلامية في ظل هيمنة الذكاء بالاصطناعي: قراءة في آليات الاستخدام والتحديات

د. قابوش صفية - ط.د. حمادوي هاجر/ جامعة تبسة

وسائل الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من خلال الإعلام الجديد: الممارسة والواقع والتطلعات المستقبلية .

د. فارق سعيد/ جامعة عنابة - د. خليفية عمار/ جامعة الطارف

تحديات الصحافة الإلكترونية في ظل الذكاء الاصطناعي

أ.د. رشيد فريح/ جامعة الجزائر 3

مجالات الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في مهنة الاعلام

د. بلعداني سعد - ط.د. بن يحي فاطمة الزهراء/ جامعة الأغواط

المسؤولية الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي
قراءة في النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

الجلسة السابعة

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيس الجلسة: د. نصر الدين مزاري

د. نصر الدين مزاري/ جامعة الجلفة - ط.د. بن سالم سهام/جامعة غرداية

مصير مهنة الصحافة في ظل ظهور أشكال جديدة أفرزها الذكاء الاصطناعي: قراءة في الفرص والتحديات

Dr. Fardjaoui Boualem /Université de Lille - France

LES ENJEUX DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LES GUERRES DE L'INFORMATION

د. طاهر لقواس علي/ جامعة الشلف

أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي

د. رندة بوسعيد/ جامعة الأغواط - ط.د. باكرية عيسى/ جامعة الجزائر 3

اقتصاديات الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي (دراسة استشرافية)

د. بوذراع جمال/ جامعة سكيكدة - د. عيادي منير/ جامعة سطيف 2

مستقبل الصحافة الرقمية في ظل الذكاء الاصطناعي: بين تحديات الأتمتة وأخلقة الاستخدام

د. نزيهة وهابي - د. شفيعة شيبن/ جامعة البليدة 2

التحديات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير الإلكتروني

أ.د. بوسكرة عمر - د. ديلمي راوية/ جامعة المسيلة

الأخلاقيات الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي: التحديات والمسؤوليات

د. أسيا بريفت - د. بضياف سوهيلة/ جامعة سكيكدة

الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي

د. خالد منصر - د. جمال قواس/ جامعة غرداية

استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي "التخوفات الحالية والتوقعات المستقبلية"

د. لطفي علي قشي - د. حمزة طلحي/ جامعة قسنطينة 3

البعد الأخلاقي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الحديث

د. سعاد ولد جاب الله - ط.د. هنية رزيق/ جامعة المسيلة

المبادئ التوجيهية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام بين القانون والأخلاق والمسؤولية الاجتماعية

أ.د. علي سردوك - د. عبد القادر عثامنية/ جامعة قالمة

الذكاء الاصطناعي يغزو المؤسسات الإعلامية :تجارب واستشراف

ط.د. بن عطالله مسعود/ جامعة المسيلة

الذكاء الاصطناعي: الضوابط بين الحتمية وحدود الاستعمال

ط.د. إسلام سيف الدين بومعقل/ جامعة مستغانم

مستقبل صحافة البيانات

د. فرحات محي الدين/جامعة سكيكدة - ط.د. سمير مباركية/جامعة المسيلة

التحديات التقنية والتشريعية لمكافحة الأخبار المزيفة المدعومة بالذكاء الاصطناعي: "دور المؤسسات الإعلامية في تعزيز الشفافية وبناء الثقة"

د. نبيلة كوداش/ جامعة الجلفة

أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في الممارسة الإعلامية

د. بورحلة سليمان/ جامعة البويرة

تطبيقات الذكاء الاصطناعي والاعلام... نحو تشكيل فهم وممارسة إعلامية جديدة

الجلسة الثامنة

حضورية وعن بعد - قاعة المحاضرات الكبرى محمد سايحي - 11:00
رئيسة الجلسة: د.قليفي سهام

د.هلال الرشيدي/جامعة السلطان قابوس سلطنة عمان - د.باهي إيمان - جامعة البليدة2

أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي: رهان الاستخدام والتأثير على المجتمع

د. سهام قليفي/ جامعة الجلفة - د. نجاة علمي/ جامعة بسكرة

استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي: نحو وضع أخلاقيات تنظم الميدان

د. بن دالي فلة/ جامعة خميس مليانة

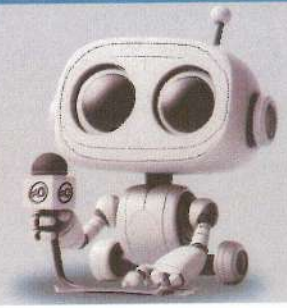
الذكاء الاصطناعي وحرية الصحافة: نحو إطار أخلاقي لتنظيم الإعلام في العصر الرقمي

د. محمد الصديق قادري - ط.د. نورة بنين/ جامعة الوادي

الضوابط الأخلاقية للممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي

أ.د. بومالة محمد - د. عصري شهرزاد/ جامعة الجلفة

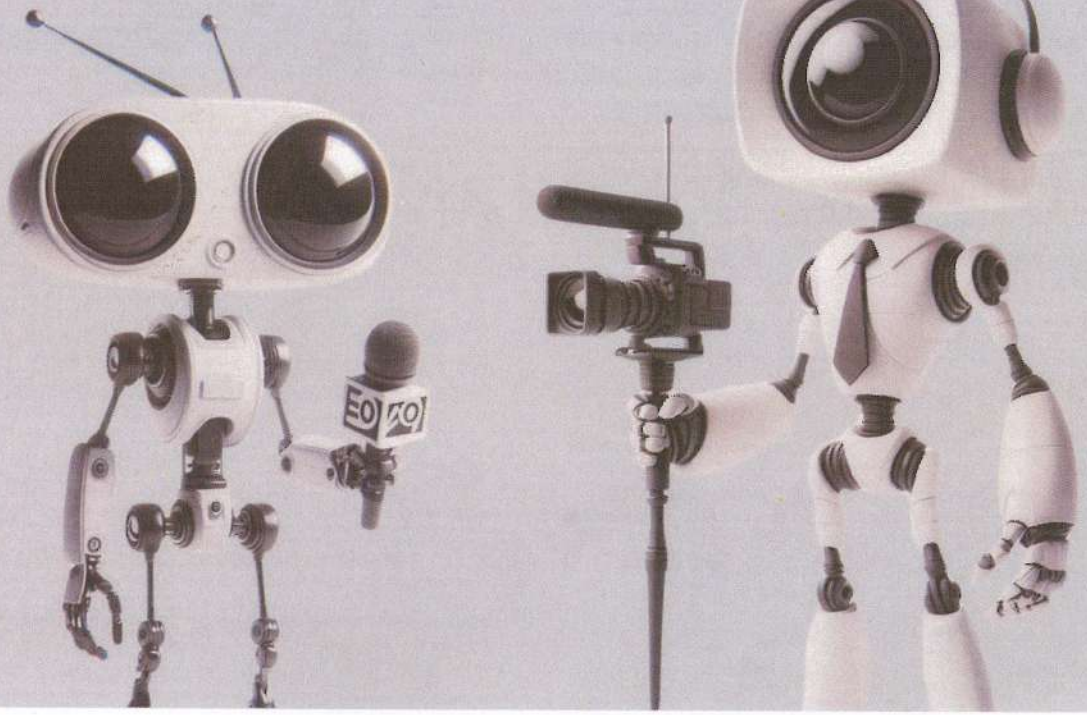
الأخلاق الإعلامية في ظلّ ثورة الذكاء الاصطناعي



ملتقى دولي حول :
مستقبل الممارسة الإعلامية
في عصر الذكاء الإصطناعي

رئيس الملتقى :أ.د/بن ورقلة نادية

يمكنكم الاطلاع على البرنامج
من خلال QR code :



أ.د قاسيمي أمال/جامعة الجزائر 3- د. رضوان بن صاري/جامعة المدية

توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملية التحرير الإعلامي بين الضرورة الأخلاقية والحتمية التكنولوجية

Dr.Khaoula Zidane/setif 2 University-Dr.Issam Rezzag Lebza/Constantine 3 University

The Ethical Framework for the Use of Artificial Intelligence in Digital Media -A Reading into the Nature of the Multiple Problems and Challenges -

د. فوزية عبو/ جامعة سعيدة

الإعلام والذكاء الاصطناعي: "الواقع والتطورات المستقبلية"

د. نورة خويدر/ جامعة الجزائر3

الذكاء الاصطناعي ومستقبل التوظيف في المجال الإعلامي

د. محمدي البشير/ جامعة الجلفة - د. مأمون إسلام/ جامعة ورقلة

معايير وأخلاقيات الممارسة الصحفية في الجزائر في عصر الذكاء الاصطناعي (الواقع والتفاق)

د. خولة شادي - ط.د. حنان قاروش/ جامعة المسيلة

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال: "الاستخدامات الراهنة والتحديات المستقبلية المتوقعة .

د. هاجر بولصنام / جامعة المدية

الضوابط الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الصحافة الإلكترونية بالجزائر "دراسة استطلاعية على عينة من محرري المواقع الإخبارية الإلكترونية في الجزائر ".

د العقاب خليل/جامعة الجلفة - ط.د ضيف صلاح الدين/المركز الجامعي البيض

الملكية الفكرية والإبداع الإعلامي في عصر الذكاء الاصطناعي

د. أمال بوقرة - ط.د. سعيد خديجة سناء / جامعة الجزائر 3

الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي "رؤية مستقبلية للإعلام الإلكتروني"

د. سلمى بن مليط/ جامعة سكيكدة

تعزيز المسؤولية الاجتماعية للإعلام الرقمي الهادف في ظل حوكمة الذكاء الاصطناعي

د. مجادي حسيبة/ المدرسة العليا للأساتذة - بشار

استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الالكترونية بالجزائر

د. رزين محمد/ جامعة سيدي بلعباس

استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والتصال بالجماهير: إشكاليات وأخلاقيات

ط.د. نعامة بولرباح/ جامعة بسكرة

التحديات الأخلاقية في عصر صحافة الذكاء الإصطناعي: التعامل مع تقاطع التكنولوجيا والمسؤولية

Title of the intervention: Applications of artificial intelligence in the field of media and communication: current uses and expected future challenges.

عنوان المداخلة: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال: الاستخدامات الراهنة والتحديات المستقبلية المتوقعة

المحور الأول: استخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

الملتقى الدولي: مستقبل الممارسة الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي.

[1]حنان قاروش، طالبة دكتوراه[1]

[1] جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، hanane.karouche@univ-msila.dz

[1] مخبر بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، رقم الهاتف: 0776804153.

[2]خولة شادي، أستاذ محاضر-أ-

[2] جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر،khawla.chadi@univ-msila.dz ، رقم الهاتف: 0697613956.

طبيعة المشاركة: عن بعد.

الملخص بالعربية:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال وكذا التحديات المختلفة المرتبطة باستخدام هذه التقنيات في المجال الإعلامي الاتصالي، حيث أحدثت التحولات التكنولوجية المتسارعة الراهنة والمتواصلة ممثلة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي تغييرات جذرية فيما يتعلق بالممارسة الإعلامية الاتصالية على مستوى المؤسسات الإعلامية الكبرى وكذا مختلف المنظمات، إذ يعتبر الحقل الإعلامي الاتصالي من بين أكثر المجالات التي تعرف اندماجا واسعا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فيها، الأمر الذي ساعد من جهة في توفير الكثير من الجهد والوقت وتحسين الأداء الإعلامي الاتصالي، ومن جهة أخرى فهذه التقنيات تطرح الكثير من التحديات المهنية والأخلاقية والمخاطر المرتبطة باستخدامها في الوقت الراهن وكذا مستقبلا.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، تطبيقات الذكاء الاصطناعي، الذكاء الاصطناعي الإعلامي، النشاط الإعلامي، الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال، غرف الأخبار الذكية، الميتافيرس.

Abstract in English :

This research paper aims to shed light on the most important applications of artificial intelligence in the field of media and communication, as well as the various challenges associated with the use of these technologies in the field of media and communication, as the current and ongoing rapid technological transformations represented in the

applications of artificial intelligence have brought about radical changes in relation to the practice of media communication at the level of major media institutions as well as various organizations, as the field of media communication is considered one of the fields that most widely integrate artificial intelligence applications in it, which has helped, on the one hand, in saving a lot of effort and time and improving media communication performance, and on the other hand, these technologies pose many professional and ethical challenges and risks associated with their use at the present time and in the future.

Keywords: Artificial Intelligence, Artificial Intelligence Applications, Media Artificial Intelligence, Media Activity, Artificial Intelligence in Media and Communication, Smart Newsrooms, Metaverse.

المقدمة:

أحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحولات عميقة في مختلف مجالات الحياة الإنسانية كالصحة والمال والاقتصاد والإعلام...، ويعتبر حقل الإعلام والاتصال من بين أكثر المجالات تأثرا بهذه التطبيقات، حيث عرف هذا الحقل تغيرات كبيرة مست المفاهيم الأساسية المتعلقة بالعمل الإعلامي، إضافة إلى تحولات جذرية على مستوى طبيعة الممارسة الإعلامية الاتصالية في مختلف المؤسسات الإعلامية الكبرى وكذا المنظمات المتعددة، حيث ساهم توظيف مثل هذه التقنيات في مجال الإعلام والاتصال في توفير الكثير من الجهد والوقت واستخدام أدوات رقمية أكثر تطورا وسرعة في مخاطبة المتلقي من خلال الاعتماد على صحافة الروبوتات، والروبوت المصور وتحرير المحتوى الإعلامي الاتصالي من خلال الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى استخدامها في مجال الترجمة ومعالجة البيانات الضخمة، توظيف تقنية الواقع المعزز والميتافيرس في المجال الإعلاني، وكذا الاستفادة من الخوارزميات في مجال العلاقات العامة.

وبالرغم من الكثير من المزايا والتسهيلات التي يقدمها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال من حيث ربح الوقت والجهد وتدعيم دقة وجودة المحتوى الإعلامي الاتصالي، إلا أن استخدام هذه التقنيات يطرح الكثير من التحديات الراهنة والمستقبلية والتي ترتبط أساسا بالمجال الأخلاقي حيث نتج عن توظيفها الاستغناء عن الكثير من الكفاءات البشرية في مجال الإعلام وتعويضها بالروبوتات الآلية المساعدة، والمقدمين الصحفيين الرقميين، إضافة إلى طرح الكثير من التساؤلات والاستفهامات المرتبطة بالجانب التشريعي فيما يتعلق بالشخصية القانونية لهذه الروبوتات، وغيرها من التحديات الأخرى المطروحة.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

فيم تتمثل أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

2-فيم تتمثل أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام؟

3-ما هي أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال؟

4-كيف يسهم الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة؟

5-ما هي أبرز التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي والتساؤلات الأخرى المتفرعة عنه تم اعتماد المحاور التالية:

أولا: مطارحة نظرية.

ثانيا: الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال: الاستخدامات الراهنة.

ثالثا: دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الشائعات والتزييف العميق.

رابعا: التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال.

أولا: مطارحة نظرية:

1-مفهوم الذكاء الاصطناعي:

"يتكون الذكاء الاصطناعي من كلمتين: **الذكاء والاصطناعي** ولكل منهما معنى، **فالذكاء يعرف بأنه:** مصطلح يشمل ويتضمن القدرات العقلية المتعلقة بالقدرة على التحليل، التخطيط، حل المشاكل وبناء الاستنتاجات، كما يشمل القدرة على التفكير المجرد، وجمع وتنسيق الأفكار، لاتخاذ القرارات والتعلم منها". **(مصطفى، 2020)**

"**والذكاء** أيضا حسب قاموس "**webster**" هو القدرة على فهم الظروف أو الحالات الجديدة والمتغيرة أي هو القدرة على إدراك وفهم وتعلم الحالات أو الظروف الجديدة، بمعنى أخر أن مفاتيح الذكاء هي الإدراك، الفهم والتعلم، **أما كلمة الصناعي أو الاصطناعي** فترتبط بالفعل يصنع أو يصطنع، وبالتالي تطلق الكلمة على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يتم من خلال اصطناع وتشكيل الأشياء تمييزا عن الأشياء الموجودة بالفعل والمولدة بصورة طبيعية دون تدخل الإنسان". **(عزيزي، 2023)**

أما اصطلاحا: فيمكن تعريف مصطلح الذكاء الاصطناعي بأنه:" قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على القيام بمهمة معينة تحاكي الذكاء البشري، كالقدرة على التفكير أو التعلم من التجارب السابقة أو غيها من العمليات الأخرى التي تتطلب عمليات ذهنية". **(بوعمامة، 2022)**

ويعرف كذلك بأنه:" علم معرفي حديث يعتبر فرعا من فروع علوم الحاسوب ينتمي إلى الجيل الحديث أي المجتمع الخامس من شأنه أن يقوم بمحاكاة العقل البشري أو العمليات التي تتم داخل عقل البشر، فيتمتع بقدرة حل المشاكل واتخاذ القرارات

بطريقة منطقية منظمة ومنتظمة مماثلة لأسلوب تفكير العقل البشري، وعلى هذا الأساس فإنه يعتمد نظام البيانات لاستخدامها في تمثيل المعرفة والمعلومات، خوارزميات بغرض رسم طريقة استخدام لهذه المعلومات ولغة البرمجة التي تستخدم لتمثيل كلا من المعلومات والخوارزميات". **(شريف، 2023)**

ويعرفه « Dan.W.Patterson » بأنه:" نوع من فروع علم الحاسبات الذي يهتم بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر بعض صيغ الذكاء، ولها القابلية على استنتاجات مفيدة جدا حول المشكلة الموضوعة كما تستطيع فهم اللغات الطبيعية أو فهم الإدراك الحي وغيرها من الإمكانيات التي تحتاج إلى ذكاء متى ما نفذت من قبل الإنسان". **(حرب، 2022)**

2-مفهوم الذكاء الاصطناعي الإعلامي:

يعرف بأنه:" احدى 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". **(حسن، 2022)**

وهو أيضا "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية والاخبارية من خلال الخصائص والمميزات المتعددة منها دعم المهمات الصحفية الروتينية، من خلال تقديم التنبيهات حول الأحداث، والجدولية الآلية للمحتوى، وتوليد القصص والمقالات الإخبارية (خوارزمية توليد اللغة الطبيعية GPT-3 ، تنفيذ أيضا إجراءات معقدة بناء على كميات هائلة من البيانات، وتوسيع التغطية الإعلامية في المناطق التي لا يستطيع الصحفي الوصول لها، كمناطق النزاع والحروب، والبيئات المناخية الخطيرة وغيرها بفضل تقنية آلات التصوير المتطورة ذاتية القيادة". **(الدين، 2023)**

3-مفهوم النشاط الإعلامي:

يعرف بأنه:" فئة واسعة النطاق من النشاط الذي يستخدم فيه مختلف وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال لتغطية الحركات السياسية والاجتماعية والثقافية والقضايا الدولية، وتشمل وسائط النشاط الإعلامي نشر الاخبار على مواقع الانترنيت، وإجراء لتحقيقات الصوت والصورة ونشر المعلومات حول الاحتياجات وتنظيم الحملات المتعلقة بسياسات الاعلام والاتصالات". **(الدين، 2023)**

ثانيا: الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال: الاستخدامات الراهنة

1-المصور الآلي:

أو ما يطلق عليه كاميرا الروبوت وهي الروبوتات أو الكاميرات القادرة على التصوير وإنتاج اللقطات الجيدة والتعامل الجيد مع زوايا الكاميرا، بحيث يرى بعض الباحثين بأنها من الممكن أن تصبح بديلا عن المصور التقليدي داخل الاستوديوهات التلفزيونية. **(عبيد، 2023)**

2-الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار:

تقوم غرف الأخبار الذكية على مبدأ الذكاء أو سرعة الفهم والإنجاز، والذي يهتبر مزيجا من عنصرين أساسيين، **أولا:** ذكاء العاملين داخل غرف الأخبار ومهاراتهم في التعامل مع متطلبات العمل واستخدام التكنولوجيا الحديثة والمناسبة لإنجاز المهام، **ثانيا:** الذكاء الاصطناعي القائم على فهم الأوامر وإنجازها بطريقة آلية ودقيقة، **ويتم ذلك من خلال ثلاثة أشكال رئيسية:**

- **صحافة الروبوت: (Robot Journalism)** أي الاعتماد على الروبوت والآلة في الإنتاج الإخباري، كإنتاج تقارير حول معدلات النتاج المحلي، فيعمل الروبوت على جمع وتحليل بيانات ضخمة وتقديم نتائجها، أو أن يقوم بمونتاج قصة إخبارية متلفزة بحيث يرتب لقطات الفيديو ويرفق معها النص والصوت المناسب، وهو مازال نادر الاستخدام حتى اليوم. **(عرقوب، 2019)**
- **صحافة الخوارزميات: (Algorothmic Journalism)** أي استخدام الأدوات التكنولوجية والذكية في عملية إنتاج الأخبار، كمعرفة الموضوع الأكثر تداولا **(trend)**على تويتر في بلد ما.
- **الصحافة المؤتمتة: (Automated Journalism)** أي استخدام برمجيات حديثة لتسهيل وتنظيم عمل غرفة الأخبار كإيجاد أدوات تساعد في إدارة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي. **(عرقوب، 2019)**

وفيما يتعلق بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار المتطورة فقد كان ظهور تكنولوجيا الاتصال وفي مجال الإعلام من أهم الدوافع التي أدت إلى تطوير غرف الأخبار من غرف تقليدية إلى أخرى رقمية، بحيث ساهمت بدورها في خلق ممارسات إعلامية جديدة تمثلت في خلق مضامين تفاعلية مبتكرة، وأنواع صحفية جديدة، تعتمد فيها على توظيف العديد من التقنيات، البرامج والأنظمة التي تسهل من عملية الإنتاج والتوزيع والعرض على المنصات الرقمية، كما فتحت المجال أمام العديد من التخصصات الحديثة كالجرافيك، التصميم، البرمجة وتطوير الواجهات وغيرها. **(خطاب، 2021)**

أدت هذه التكنولوجيا إلى جعل غرف الأخبار أكثر ديناميكية ساعدت المؤسسات الإعلامية على كسب مكانة ريادية في السوق لترتفع بذلك شدة التنافس بين المؤسسات الإعلامية على جيل جديد من مستهلكي الأخبار، عن طريق تبني استراتيجيات طويلة المدى لضمان بقائها واستمرارها في بيئة رقمية سريعة التغيير. **(خطاب، 2021)**

"خوارزميات الحاسب الآلي أصبحت الاعب الأساسي في غرف الأخبار الحديثة، وأضحت أمرا واقعا في العديد من المؤسسات الصحفية الأمريكية والأوروبية مثل: **أسوشيتد برس (AP) و فوربس ولوس أنجلوس تايمز و بروبابليكا**، على سبيل المثال لا الحصر تستخدم 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 الاعلام تقديم تغطيات وقصص إخبارية بأقل تكلفة« . **(الزهراني، 2022)**

من ناحية أخرى يتوقع البعض إلغاء بعض وظائف تحرير المحتوى والاعتماد على الروبوتات بشكل أكبر في بعض المهام التحريرية، وفي هذا السياق يشير **راي كير تسويل** أنه بحلول عام 2040 ستتفوق أجهزة الكمبيوتر على العقل البشري في مرحلة تعرف باسم **التفرد التكنولوجي**، ومع ذلك فإن الاعتراف بقيود الذكاء الاصطناعي والتكيف بشكل صحيح مع طبيعة العمل الصحفي البشري يمكن أن يقتصر 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. **(الزهراني، 2022)**

3-الذكاء الاصطناعي والتمشهد (الواقع المعزز):

في باب تطوير البث والعرض أصبحت أهم القنوات التلفزيونية تتنافس لجلب أكبر عدد من الجمهور ليس فقط من خلال المضمون المقترح وإنما أيضا من خلال الشكل المقدم به، فأصبحت الأستوديوهات الافتراضية هي السمة الغالبة على استوديوهات القنوات الإخبارية العالمية لتنقل لنا أحداث بشكل مباشر فأصبحت الحروب والزلزال والبراكين حاضرة في هذا الأستوديو المعزز بالذكاء الاصطناعي ولتجعل من المشاهد جزء من الحدث فيتم نقل المشهد كما هو في الواقع ليصبح لنا تمشهدا فعلي أي بناء لمشاهد الواقع في استوديو معزز افتراضيا. **(مليكة، 2023)**

ونذكر على سبيل المثال محاكاة لزلزال تركيا والذي قامت به العربية الإخبارية في تقرير دام 08 دقائق شعر المشاهد أنه عاش الزلزال، وفي الواقع كل هذا للوصول للإبهار البصري الذي تتنافس فيه كل القنوات، فلم يعد الإبداع وحده كاف لجلب الجمهور بل أصبح الاستعراض جزء من الصناعة الإخبارية والإعلامية بشكل عام، وينطبق ذلك الشيء على تقديم نشرات الأحوال الجوية التي يقدم فيها "مقدم النشرية" وهو يحمل مطارية في حالة تساقط الأمطار، ويتحرك شعر المقدمة في حالة هبوب الرياح. **(مليكة، 2023)**

" وأصبح مصطلح الواقع المعزز مرادفا لصناعة الأخبار أيضا فمصطلح الواقع المعزز يعني فرصة دمج المعلومات الافتراضية مع العالم الواقعي فعند قيام شخص ما باستعمال هذه التقانة للنظر في البيئة المحيطة من حوله فإن الأجسام في هذه البيئة تكون مزود بمعلومات تتحرك بينها وتتكامل مع الصورة التي ينظر إليها الشخص، وقد ساعد التطور التقني كثيرا في بروز هذه التقانة فأصبحنا نراها بين أيدينا وفي أدواتنا الشخصية مثل الحاسبات والهواتف النقالة ". **(مليكة، 2023)**

4-التوائم الرقمية كبديل عن المذيعين ومقدمي البرامج:

التوائم الرقمية هي تمثيلات افتراضية للأصول المادية أو الأنظمة أو العمليات التي تتيح المراقبة والتحليل والتحسين في الوقت الفعلي، يتضمن مفهوم التوائم الرقمية إنشاء نسخة رقمية متماثلة لكيان مادي، والتي يمكن استخدامها لأغراض المحاكاة والمراقبة واتخاذ القرار، التوائم الرقمية لديها القدرة على إحداث ثورة في الصناعات من خلال تقديم رؤى، وتحسين الأداء، وتمكين خلق القيمة المضافة، ومع ذلك لا يزال تعريف وتنفيذ التوائم الرقمية في طور التطور، ويجب معالجة عديد التحديات كتكامل البيانات، وقابلية التشغيل البيئي، والأمن، ستستغل وسائل الإعلام المرئية هذه التقنية لإيجاد نظائر رقمية للمذيعين البشريين، وهو الأمر الذي بدأ كتجارب أولية لدى بعض كبريات المؤسسات الإعلامية، في الوقت الذي لا يبدو المستقبل

واضحا جدا، فإن التطورات الثقافية المختلفة التي جلبتها المنصات الرقمية تجعل مسألة تقبل الفكرة غير مستبعدة بالمرة. **(عزايزية، 2023)**

5-الذكاء الاصطناعي وإنتاج المحتوى:

فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي النتاج عن الذكاء الاصطناعي يعرف من Partadiredja, Scerrano and Ljubenkov المحتوى الإعلامي المحرر بواسطة الذكاء الاصطناعي **AI-Generated Media Content** على أنه:" محتوى (مثل الصوت والفيديو والصورة والنص وغيرها) يتم إنتاجه بواسطة نظام مدعوم بالذكاء الاصطناعي، حيث تعمل خوارزميات ذكية عبر مجموعة من الأوامر التي يتم تزويدها به مسبقا بتحرير النصوص الإخبارية، والتقاط مقاطع الفيديو وتركيبها وقولبتها في فوالب صحفية حسب الطلب، **(خالد، 2023)** "فقد أصبحت الخوارزميات القائمة على الذكاء الاصطناعي قادرة بشكل متزايد على تولي مهام الكتابة، مثل إنتاج الأخبار للمؤسسات الإعلامية (على سبيل المثال، شركة **Associated Press** Forbes and)، أو تلخيص البيانات العلمية(على سبيل المثال **Open Research Knowledge Graphs**)، أو كتابة النصوص السردية مثل تقنية GPT-3، هذه الأنواع منا لخوارزميات نشأت من خلال تقنية توليد اللغة الطبيعية **Natural Language Generation (NIG)**، وهي لغة فرعية من لغويات الكمبيوتر، حيث تتيح طرق NLG إنتاج لغة مكتوبة بشكل كتابي مصطنع لم يعد من الممكن تمييزها عن النصوص التي يكتبها البشر". **(خالد، 2023)**

ولقد استطاع برنامج **Echo show** من أمازون، **Echo by a presentation**، العمل على تطوير عملية تمكين المشاهدين الاقتراب الأكثر من المحتوى، وتلخصت الفكرة المركزية لهذه الخطوة في جذب انتباه العميل المتلقي والسماح له بالحصول على محتويات جديدة، قال المدير التنفيذي لشركة Hearst "نعتقد أن المحتوى باستخدام الصوت بدل اليد سيكون أكثر ملاءمة في المستقبل"، وعبر "**ستيفرابوتشن**" نائب رئيس أمازون أليكسا عن ذلك" تمنح صناعة الإعلام قيمة كبيرة لتجربة العملاء ومشاركتهم، نحن الآن نساعد في تكاثر مهارات Alexa التي تسير في هذا الاتجاه". **(الدليمي، 2023)**

6-برامج الدردشة الآلية:

يتم استخدام روبوتات المحادثة في التسويق وخدمات العملاء والدعم الفني وازداد الاعتماد عليها مؤخرا مثل المساعدين الرقميين الشخصيين **Siri من Apple و Assistant من google**، حيث تتيح التفاعل مع المستخدمين وتجيب على أسئلتهم المختلفة وفقا للقواعد التي يتم تدريب تلك الروبوتات عليها. **(بوشقورة، 2023)**

7-استخدام الروبوتات في المراسلة الإخبارية:

من المؤمل استخدام الطائرات الصغيرة المسيرة من دون طيار مزودة بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتصوير الأحداث، وهذا ما يؤدي مستقبلا أن يكون هناك قدرة على تطوير روبوتات قادرة على التفاعل مع محيطها للتصوير وإرسال تقارير تصف واقع ما يحدث داخل بؤر الصراعات والحروب بحيادية ومهنية تامة، ما يسهم أيضا في الحد من الخسائر البشرية للمؤسسات الإعلامية. **(مصطفى، 2020)**

7-شبكات التواصل الاجتماعي:

تستخدم المنصات الاجتماعية التقنيات لاقتراح محتويات مناسبة والتوصية بإعلانات لتحسين تفاعل المستخدم، والتعرف على الوجوه والترجمة الآلية، والتحقق من صحة الصور والفيديوهات وتوليد النصوص بسرعة. **(بوشقورة، 2023)**

8-الإنتاج التلفزيوني:

يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى وتنظيمه بكفاءة، والذي كان تقليديا بمثابة مشكلة خطيرة تواجه العاملين في التلفزيون بسبب نقص البيانات الوصفية، كما تساعد الخوارزميات في نشر تحسين كفاءة شبكات التوصيل، وهي ميزة كبيرة لمشتغلي التلفزيون المدفوع الذين يرغبون في تحسين جودة البث، حيث يتنافس منتجو المحتوى على تقديم أعمال إبداعية تجذب الجمهور، ولتجنب ازدواجية المحتوى على المنتج أو المذيع وفهم تفضيلات الجمهور وسلوكهم من خلال التعلم الآلي والتنبؤ بالفيديوهات التي يحتمل أن يشاهدها الجمهور. **(الحميد، 2020)**

"وللذكاء الاصطناعي والخوارزميات تأثير كبير على شكل الرسالة الإعلامية من حيث جودتها وإمكانية معالجة الخلل الفني ومعالجة المشكلات البرامجية والتنبؤ بها قبل حدوثها، بحيث يمكن لتلك الخوارزميات معالجة وتحليل كم هائل من البيانات بسرعة وجودة عالية، وكذلك التنبؤ بالبيانات وبالتالي تقليل التكاليف الخاصة بإنتاج أي مضمون تلفزيوني، كما يساعد الذكاء الاصطناعي في استمرارية العمل التلفزيوني وتقليل تكاليف إنتاج المضامين والقدرة على الحفاظ وحماية المادة من الاختراق والتلف". **(عبيد، 2023)**

9-التعامل مع البيانات الضخمة:

يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي توفير الوقت والطاقة المهدرة على مراقبة على مراقبة النظام عن طريق أداء قواعد البيانات وتجربة المستخدم وبيانات السجل وضمها في نظام أساسي واحد للبيانات يعتمد على السحابة **clouds** والذي يعمل على مراقبة الحدود القصوى تلقائيا واكتشاف العيوب، وتكمن قوة الخوارزميات الذكية في قدرتها على معالجة المواقف المعقدة للغاية عن طريق مسح البيانات الضخمة من خلال خوادم متعددة المتغيرات بسرعات عالية جدا، ويمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي معالجة قواعد البيانات التي تكون غير محدودة الحجم، وتحديد العلاقات بين عناصر البيانات، أو حتى اقتراح أفكار جديدة بناء على النتائج التي توصلوا إليها. **(الحميد، 2020)**

10-توليد النصوص وكتابتها:

شهد القرن الماضي انتاج مواد تلقائيا ومكتوبة آليا تم نشرها من طرف مؤسسات صحفية اتسمت هذه المواد بالجودة العالية التي تضاهي الكتابة البشرية اعتمادا على معالجة اللغة الطبيعية. **(بوشقورة، 2023)**

11-المنصات الرقمية وتقنية تخصيص المحتوى:

تستخدم منصات البث الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي تقنيات متقدمة في بناء المنصات الرقمية بحيث يتم تغيير المحتوى بتغير سلوك المستهلك وطريقة بحثه وعرضه وتاريخ بياناته واهتماماته أيضا، وعلى سبيل المثال تركز شركة **نتفليكس**

Netflix على عرض محتوى مناسب لمشاهديها بناء "توصيات" بناء على السلوك البحثي على منصتها الرقمية، وتشير **Netflix** أنها توفر ما يقارب من مليار دولار أمريكي سنويا بفضل قدرة تقنية الذكاء الاصطناعي على آلية تدفقات المحتوى وتفاعل مع العملاء، يمكن تحويل بيانات الجمهور إلى حملات فعالة للاحتفاظ بالعملاء وتخصيص المحتوى لإنشاء علاقة شخصية أكثر مع المشاهدين. **(الحميد، 2020)**

"وكذلك تستخدم مواقع عرض الفيديوهات يوتيوب وفيمو وغيرها وشركة أمازون للتسوق الالكتروني تقترح منتجات ومحتوى مناسب لسلوك كل عميل على حدا بناء على ما يبحث عنه، فالمحتوى المكتوب على رز الشراء يتغير أيضا بشكل ديناميكي والأسعار أيضا تتغير بتغير زائر المنصة الرقمية، كما تستخدم شبكة CNN الإخبارية نظام الدردشة الآلية Chat bot لإرسال تقرير يومي لحسابات المستخدمين في فيس بوك مسنجر عن أهم الأحداث التي تهم الأشخاص بناء على اهتماماتهم المسبقة التي تسجل تلقائيا". **(الحميد، 2020)**

12-الإشهار عبر الميتافيرس:

فالإعلان في الميتافيرس حاصل لا محالة فمثل ما حدث التحول من الإعلانات التلفزيونية والإذاعية واللافتات إلى الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث وغيرها، فإننا نتحول الآن من الإعلان الرقمي إلى التسويق عبر الميتافيرس، حيث تستخدم الشركات في الإعلانات المصورة التي يمكننا تحديد موقعها على غوغل أو محركات البحث الأخرى باستخدام الكلمات والرسومات الداعمة، ومع ذلك تصبح هذه الرسومات ثلاثية الأبعاد مع تحول الصناعة مما يجعل العمل صعبا بعض الشيء، بالإضافة إلى ذلك سيكون الواقع الافتراضي والواقع المعزز من الأساليب السائدة، وسيتطلبان عملا إبداعيا أكثر من اليوم، ومع ذلك فإن هذا سيمنح المسوقين الرقميين مزيدا من الحرية في كيفية الإعلان عن المنتجات وبيعها، وهذا ما يضعنا في الحقيقة في طريق **الإعلان غبر الميتافيرس** الذي بدأ يتشكل في بعض المؤسسات في شكله الأولي. **(بورحلة، 2022)**

13-الذكاء الاصطناعي والإبداع في السينما الرقمية:

استعانت الصناعة السينمائية بالذكاء الاصطناعي في تطوير المنتجات عالية الجودة والتي تقترحها أهم المؤسسات العالمية التي كانت السباقة في الاستفادة من التقنيات الذكية لاسيما في أفلام الخيال العلمي التي تحتاج لمناظر خيالية ومساحات شاسعة جعلت من الذكاء الاصطناعي مرافقا لأكبر مخرجي هذه الصناعة لا سيما في الولايات المتحدة الأمريكية، ويذكر على سبيل المثال " **فيلم أفتار**" **2009** والذي استعان فيه المخرج **جيمس كاميرون** بأحدث التقنيات في المونتاج الذي دام حوالي 12 عاما ليخرج بشكله المبهر الذي رأيناه وهو واحد من عشرات الأفلام التي تنتجها هوليوود بالاستعانة بالتقنيات ثلاثية الأبعاد ورباعية الأبعاد. **(مليكة، 2023)**

"وكذا الاستعانة بالذكاء الاصطناعي في مراحل ما قبل الإنتاج واختيار النصوص وكتابتها والسيناريوهات ومدى ملاءمة الممثلين للأدوار وغيرها، ولعل أهمها هي إعادة إحياء الممثلين الذين ماتوا وإعادتهم للشاشة الفضية بفضل الأرشيف والبيانات التي يعالجها الذكاء الاصطناعي من خلال الأفلام السابقة، فيمكن استخدام التكنولوجيا لإضافة ممثلين في الأفلام رقميا

ويمكن تغذية الخوارزمية بأطنان من البيانات التي تصف ملامح وجه الممثلين في عواطف مختلفة"، **(مليكة، 2023)** ويمكن أن تكون البيانات مفيدة بعد ذلك في عمل رسم لوجه رقمي للممثل على جسد مزدوج مع الحفاظ على تعبيرات الممثل الأصلية وأثبتت هذه التقنية أنها مفيدة في تصوير مشاهد الممثلين بعد وفاتهم، ويمكن أيضا الاستفادة من التكنولوجيا لإنشاء شخصيات رقمية أو لتعريف الممثلين الذين عملوا منذ فترة طويلة من الزمن وبالتالي ستضع تلك التطبيقات نهاية لمسألة اختيار الممثلين المتعددين لأداء دور نفس الشخصية في مراحل عمرية مختلفة، علاوة على أنه يحتفظ بأصالة الشخصية حيث يلعب الممثل نفس الدور في مراحله العمرية. **(مليكة، 2023)**

"أيضا استعانت السينما بالذكاء الاصطناعي فيما يعرف بالسينما الرقمية فقد كانت أفلام الخيال العلمي بالسينما الرقمية سباقة لعرض مثل هذه الأفكار التي كانت تبدو لنا في زمن ليس بعيد ضربا من الخيال إلى أن صارت حقائق ملموسة لا يمكن فصلها عن الواقع، كما رأينا سابقا تخيل السينما للهاتف المحمول في **سلسلة أفلام ستارك سنة 1966** والهاتف ذو الشاشة القابلة للطي في فيلم لوبر 2012"، **(مليكة، 2023)** فعلى ما يبدو العالم الافتراضي لا يفصل بينه وبين الواقع سوى خط رفيع وها هو خيال اليوم قد يصبح حقيقة الغد فالإبداع الذي كنا ننظر إليه كونه صفة يتفرد بها العقل البشري لوحده دون سواه من المخلوقات ولا يمكن للآلة أن تبدع من تلقاء نفسها أو أن تمتلك القدرة على التفكير الذاتي يوما ما، ففي فيلم الخيال العلمي **روبوت** أثار **المخرج ألكس برياس** قضية فلسفية بالغة التعقيد حيث صور روبوتا خرج عن نمط التفكير المعتاد للذكاء الاصطناعي المعتمد على الخوارزميات ولغة الحسابات التقليدية للواقع وإنما من خلال الحلم والانفعالات مثلها مثل البشر وفي الواقع عالج هذا الفيلم ما يمكن أن تول إليه الحياة البشرية في حالة ما أصبح العالم خاضعا للآلة. **(مليكة، 2023)**

14-الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة الرقمية:

ويوفر الذكاء الاصطناعي فرصا كبيرة للقائمين بالاتصال مثل الإعلاميين ومحترفي العلاقات العامة والتسويق الرقمي من خلال الطرق التالية:

14-1-استهداف الصحفيين والمؤثرين:

الطريقة التي يتواصل بها حاليا محترفي العلاقات العامة والتسويق مع المؤثرين ووسائل الإعلام الاجتماعية غير فعال، فليس هناك وقت كاف لتنظيم قوائم ذات صلة أو تخصيص رسائل معينة لكل مؤثر مباشر، وباستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي يمكن تحليل رسائل المؤثرين لمعرفة نفوذهم، كما يمكن تحليل المشاركات السابقة التي كتبوها، وكيف يتعامل المنافسين مع المؤثرين في إطلاق حملات المنتجات، كما يمكن تصنيف أصحاب النفوذ الذين لديهم معدلات أعلى للردود والتأثير. **(ساعد، 2020)**

14-2-إنتاج المحتوى بشكل احترافي:

صناعة المحتوى هي المنطقة الأكثر أهمية التي يمكن للذكاء الاصطناعي خلق تأثير كبير فيها حيث يمكن مواءمة استراتيجية تسويق المحتوى مع الذكاء الاصطناعي استنادا إلى البيانات التي تم جمعها مثل عمليات البحث عن العملاء، وسلوك الشراء والاهتمامات **Chatbots**، هي مثال آخر لدور الذكاء الاصطناعي في تعزيز تجربة المستخدم، حيث يمكن

برمجة **Chatbots** للتفاعل مع العملاء على أساس البيانات التي يتلقاها، كما يمكن الاستفادة من تقنية الواقع المعزز **Augmented Reality** وهي جانب آخر من عناصر الذكاء الاصطناعي لتوفير خيارات أفضل للمستهلكين لرؤية المنتج قبل الشراء، مما يجعل عملية صنع القرار سهلة للعملاء لإدراك المنتج حتى قبل الشراء مما يسرع من استجابة العملاء وبالتالي زيادة الإيرادات. **(ساعد، 2020)**

14-3-معلومات أدق عن الجمهور وسلوكهم:

لفهم إدراك العلامة التجارية من المهم معرفة مشاعر الجمهور اتجاهها، ويتيح الذكاء الاصطناعي تحليل المشاعر، والذي يعد جزء مهما لوسائل الإعلام الاجتماعي لقياس مدى شعور العملاء بالمنتج أو الخدمة أو العلامة التجارية، ويمكن الذكاء الاصطناعي محترفي العلاقات العامة والتسويق من اتخاذ قرارات مستندة إلى البيانات عن الجمهور وسلوكه، وأداء الحملات، والاستماع الاجتماعي. **(ساعد، 2020)**

14-4-قياس أداء الحملات:

سيكون العائد على الاستثمار أفضل مع استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي للتعرف على صور المستهلكين، وهي ميزة رائعة تجعل عمليات الدفع أسرع مما هي عليه الآن، كما يمكن للذكاء الاصطناعي حل المشكلات الأمنية المتعلقة بالمعاملات عبر الأنترنيت، ويساعد التعلم الآلي أحد أدوات الذكاء الاصطناعي على جمع البيانات الكافية عن سلوكيات المستخدم، ويوفر قاعدة بيانات استنادا على اهتمام الجمهور، كما توفر الخوارزميات معلومات أدق لصنع القرار مما يجلب عائد استثمار كبير. **(ساعد، 2020)**

14-5-التنبؤ بالمبيعات:

يعتبر السوق مكانا متذبذبا ويمكن أن يتسبب التذبذب السلبي في حدوث تغييرات كثيرة جدا في الشركات، ويعتبر الركود العظيم لعام 2008 مثالا على ذلك، ومع الذكاء الاصطناعي يصبح من السهل التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية للسوق، وبالتاي يمكن تنفيذ اتجاهات التسويق الرقمي اللازمة مما يوفر قدرا كبيرا من الجهد والوقت.**(ساعد، 2020)**

14-6-الإعلان بشكل أفضل:

الإعلانات ضرورية لتعزيز العلامة التجارية، وفي كثير من الأحيان يصمم المعلنين إعلانات لا علاقة لها بأعمالهم، وبما أن الذكاء الاصطناعي يجمع ويحلل بيانات المستخدم ويتنبأ بسلوك المستخدم، يمكن للعلامات التجارية إنشاء إعلانات وفقا لتفضيل جمهورها، وسيشاهد المستخدمون الإعلانات التي تهمهم استنادا إلى اهتماماتهم.**(ساعد، 2020)**

ثالثا: دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الشائعات والتزييف العميق

1-مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على الأخبار الكاذبة:

يستخدم **فيس بوك** كلمات محددة للتنقيب وكشف الأخبار الكاذبة لكن الأمر ليس بهذه السهولة حيث يقوم الذكاء الاصطناعي بتصنيف المعلومات المغلوطة من المعلومات الصحيحة وهناك مواقع باتت تكشف تزييف واستنساخ المحتوى عبر البحث عن الكلمات المتطابقة، وأبرز المواقع الالكترونية في التعرف على الأخبار الكاذبة هو **سنوب** وهو موقع لتقصي الحقائق عبر الأنترنيت من خلال البحث عن **الهاشتاج** أو كلمات مفتاحية معينة بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي للكشف عن تزييف الكثير من الأخبار المتعلقة بالحملات الانتخابية في أوروبا وأمريكا، كذلك موقع **بوليتيفاكس** الذي يقارن الأخبار مع ما تنشره وكالات الأنباء والمواقع الموثوقة للصحف الكبرى ويقدم تحليلا للنص يكشف تزييف أشياء منه. **(الصويلح، 2023)**

2-الذكاء الاصطناعي في تحليل وتصنيف الأخبار الكاذبة:

تقوم أنظمة الذكاء الاصطناعي بالقيام بعدة مراحل داخل منظومة تحليل الشائعات وتصنيفها من خلال الكشف عن الشائعات وتتبعها وتصنيف موقف الشائعات وتصنيف صحة الشائعات بدراسة تعلم الآلة والتعلم العميق والبحث في الكلمات الدالة والخلايا العصبية تطبيقيا **وذلك على النحو التالي:**

أ-تعلم الآلة:

عبارة عن تغذية البرامج ببرامج الكلمات الدالة وهي عبارة عن أنظمة معلومات مخزن عليها الكلمات الدالة على الشائعات، الأخبار السيئة، الأخبار المضللة التي تمثل أخبارا كاذبة عن المجتمع والدول وهنا يقوم الذكاء الاصطناعي بعمل محاكاة لما يتم تجميعه وتصنيفه من الأخبار الكاذبة والتأكد من جدية المعلومات وترتيبها. **(الصويلح، 2023)**

ب-التعلم العميق:

هو مجموعة فرعية من التعلم الآلي ويجعل الكمبيوتر قادرا على التفكير مثل الإنسان، ويستخدم بشكل رئيسي النماذج الهرمية والشبكات العصبية. **(Sankar Desamsetti, 2023)**

ويقوم **(Model)** بإعداد نتائج فعلية عن درجة خطورة تلك الشائعات وعدد مشاهديها عبر الخلايا العصبية داخل شبكة الذكاء الاصطناعي بعد الانتهاء من مرحلة التعلم الآلي وعرض النتائج الصادرة من أنظمة المعالجة فائقة السرعة بعد الانتهاء من عمليات تجميع البيانات والمعلومات وتصنيف نتائجها إلى مرحلة التعلم العميق وهو القدرة على اتخاذ القرار والإدراك السريع للنتائج بعد التعرف على نوعها. **(الصويلح، 2023)**

رابعا: التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام والاتصال

1-التحديات الأخلاقية:

أظهرت نتائج دراسة أجريت عام 2020 أن أنظمة الكتابة بالذكاء الاصطناعي لا تزال بحاجة إلى البشر خاصة بالنسبة للإرشادات الأخلاقية المطلوبة في أي تفاعل، حيث يحتاج المحررون إلى فهم حدود التقنيات والحالات التي تتطلب تدخلا بشريا، لتلافي أي تجاوزات أخلاقية، وقد يصل تدخلهم إلى منع نشر بعض المواد، كما حدث مع وكالة رويترز عام 2016،

عندما أنشأ مطورون نحو 300 تغريدة بشكل آلي، وبعد تقييمها من قبل الصحفيين تبين أن 63 منها تستحق النشر. **(اسماعيل، 2022)**

"ويضاف إلى ذلك أنه غالبا في الكتابة الآلية يحدث ارتباكا حول تأليف لمن ينسب تأليف أو كتابة المحتوى، إذ ينسب بعض المختصين الكتابة إلى المبرمج، بينما آخرون ينسبونها إلى المؤسسة الصحفية، مؤكدين على الطبيعة التعاونية في العمل، ومن جهة أخرى يؤكد كثيرون أنه لا توجد طريقة للقارئ للتحقق مما إذا كانت المقالة قد تمت كتابتها بواسطة إنسان أو بشري، الأمر الذي يثير قضايا متعلقة بالشفافية". **(اسماعيل، 2022)**

2-تحديات ومخاطر الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

يتوقع الخبراء أن تشهد المرحلة المقبلة تزايدا في استخدام التكنولوجيا الذكية في العمل الصحفي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي للتفاعل بطريقة أكثر ذكاء مع الأشخاص، والمناطق المحيطة، ستعمل هذه التكنولوجيا بشكل شبه مستقل، أو مستقل كليا 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 تهديدا للصحافة والإعلام، لأن 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. **(بوخنفر، 2023)**

"وفي المقابل هناك من يرى أن تطورات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي ستوفر للصحفيين المبدعين، وقادة الصحافة والإعلام الرقمي فرضة لإعادة تنظيم ممارسة العمل الصحفي باستخدام هذه التقنيات الناشئة التي ستضيف كفاءات أكبر في غرف الأخبار، وتحسين 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". **(بوخنفر، 2023)**

ومع تنامي دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام ما زال هناك العديد من التحديات التي يواجهها هذا المجال أبرزها:

- ✓ محدودية بيانات هذه التقنية التي يمكن استخدامها في تحرير القضض والأخبار.
- ✓ افتقار الذكاء الاصطناعي إلى الإبداع والإثارة وصبغة الغموض البشري.
- ✓ تحيز البيانات فأحيانا البيانات المجمعة متحيزة إلى جهة ما، مما يفقد الإعلام المعتمد على الذكاء الاصطناعي مصداقيته لدى الجمهور.
- ✓ إن التفكير البشري مختلف تماما عن الآلات الذكية، فرغم أنه تجري المقاربة بين الدماغ والآلة إلا أن العصبية الحالية يمكن أن تكون تطورا في بناء الآلات الذكية لا تمثل سوى شيء بسيط جدا من أنسجة الدماغ البشري. **(نذير، 2023)**

3-تحدي الزملاء الجدد:

واجهت الصحافة الآلية بعض التحديات من النواحي المهنية والأخلاقية، وقد لأمكن اكتشاف هذه التحديات على مستويات متباينة من بينها مستوى البحث عن البيانات، فضلا عن أصالة الخوارزميات المستعملة وموضوعيتها ومستوى شفافيتها، وطرائق استعمال البيانات، ومدى إساءة الاستعمال، إضافة إلى مستوى القيم والمنطق التي تضمنتها تعليمات البرمجية، وأولى تلك التحديات تمثلت فيما يعلق بصحة المعلومات المدمجة في برمجيات الذكاء الاصطناعي والتي لا يمكن التحقق من صدقها أو زيفها إذا كانت المعطيات المزودة بها غير رقمية مما يؤدي إلى مخرجات خاطئة أحيانا، **(الشمري، 2021)** لذا فإن صحافة الروبوت من شأنها أن تخل بمبادئ حقوق النشر، خاصة أن برمجيات الذكاء الاصطناعي بإمكانها جلب بيانات من مساحات شاسعة في اختراق غير مقصود للحقوق الخاصة بمصادر هذه البيانات الأصلية، مما يحتم على الصحافي مواصلة فهم وكتابة مواد إخبارية بأسلوب إنساني ذي معنى عميق، وكذلك متابعة التحقق من صحة المواد التي أعدها الروبوتات، وتقديم تفسيرات منطقية لها وربطها في سياقها الصحيح. **(الشمري، 2021)**

فيما يشير فريق آخر إلى ضرورة دراسة المعايير الأخلاقية الصحافية التي لم تتغير منذ وقت طويل، ومحاولة ربطها ببرمجيات الذكاء الاصطناعي، لتكون الأخيرة متوافقة مع المعايير المنصوص عليها، خاصة أن بعض البيانات التي تصاغ من قبل البرمجيات يمكن أن تكون موبوءة بأفكار وتحيزات عرقية أو جنسية، بحسب المبرمج البشري الذي أدخل البيانات للعقل الاصطناعي سواء بقصد كانت أم دون قصد، فالمطلوب من الصحافيين ملاءمة معرفتهم ومهاراتهم مع الأوضاع والمفاهيم الصحافية الجديدة، ومن بينها صحافة الروبوتات من أجل الاستمرار. **(الشمري، 2021)**

4-المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الذكية:

من بين ملامح الاعتراف بالشخصية القانونية الخاصة للروبوت الذكي نذكر ما قامت به الولايات المتحدة الأمريكية من اعتراف ضمني للروبوتات الذكية بالشخصية القانونية من خلال إخضاعها لإجراء القيد في سجلات خاصة أي تخصيص ذمة مالية لها بهدف تأمين ما ينتج عنها من أضرار وهذا لدواعي التعويض المرفوعة ضدها عن تلك الأضرار وفي هذه الجزئية الخاصة بالجانب القانوني للذكاء الاصطناعي والضوابط التي تحكمه انقسم المشرعون إلى ثلاث فئات باختلاف الآراء **فالموقف الأول:** ينكر تماما الاعتراف بالشخصية القانونية للروبوتات الذكية، مبررا هذا الموقف بأنه لا يوجد في قاموس الفقه القانوني سوى الشخص الطبيعي والشخص المعني فقط وهما من يعتبران أصحاب الحق، وبالتالي فلا يمكن أن تكون الرابطة القانونية بين الأشخاص والأشياء، **(سعودي، 04 ديسمبر 2021)**

وفي موقف مخالف راح البعض للقول أنه من المبكر جدا الحديث عن منح الشخصية القانونية للروبوتات بحكم أنها لم تصل بعد لدرجة كافية من التطور الذي يضمن تحديد مصدر أعمالها بدقة، وبالتالي تحمل المسؤولية الكاملة للإنسان ومقاضاته في حال الخطأ لافتقاد هذه البرمجيات خاصية الإدراك والإرادة بالإضافة إلى أن الاعتراف بالشخصية القانونية للروبوتات من شأنه فتح الكثير من الأبواب من بينها ملفات التعاقد والإثبات والجزاء وبالتالي ثمة هناك خطورة للانتقال من العالم الافتراضي إلى كيانات قانونية غير مألوفة(الروبوتات)، **ويضيف الطرف الثالث** في هذا الموضوع بأنه من المستحسن الإبقاء على الروبوتات وصف الآلة حتى وإن قامت بأعمال تحاكي فيها البشر، فالروبوتات تبقى مجرد تجميع لأجزاء

ميكانيكية وأخرى الكترونية ولا يمكن منحها شخصية قانونية التي هي أصلا من تصميم الإنسان. **(سعودي، 04 ديسمبر 2021)**

5-صحافة الروبوتات وأبعادها المهنية والأخلاقية:

مع التطورات التكنولوجية والاجتماعية، تغيرت القيم والمسؤوليات المخصصة للصحافة والصحفيين وفقا لذلك، مع التقدم في تكنولوجيات توليد اللغة الطبيعية، أصبح من الممكن إنتاج أعداد كبيرة من النصوص تلقائيا من البيانات المنظمة رقميا، هذا المجال يشكل تحديات أخلاقية وهنية متنوعة.

"يتم اكتشاف هذه التحديات على مستويات مختلفة، بدءا من البحث عن البيانات المناسبة واستخدام الخوارزميات المناسبة، وصولا إلى مسألة الأصالة والموضوعية في استخدام البيانات، ومن بين التحديات الأخلاقية الهامة يأتي التحدي المتمثل في ضرورة التعامل مع البيانات بشكل أخلاقي وتجنب إساءة استخدامها، ويتعين أيضا عليها التفكير في المبادئ الأخلاقية والقيم المدمجة في التعليمات البرمجية المستخدمة في تطوير هذه التقنيات". **(روابحية، 2023)**

بالإضافة إلى ذلك هناك تحديات أخلاقية في مجال المساءلة الخوارزمية وتوليد التقارير الإخبارية، يتعين على الباحثين والمهنيين في هذا المجال أن يكونوا على دراية بتأثيرات الخوارزميات وكيفية تأثيرها على المجتمع والافراد، وضمان وجود آليات للمساءلة والشفافية.

بشكل عام فإن تقدم تكنولوجيا توليد اللغة الطبيعية يطرح تحديات أخلاقية ومهنية تتعلق بالبحث عن البيانات، وأصالة الخوارزميات، واستخدام البيانات، والقيم والمنطق المتضمنة في التعليمات البرمجية، والمساءلة الخوارزمية واعداد التقارير الإخبارية. **(روابحية، 2023)**

"يشير **Dorr Konstantin** و **Hollnbuchner Kathrina** الى دراسة البعد الأخلاقي لصحافة الروبوت يعتمد على تحليل النظريات الأخلاقية لعلم الاخلاق والنفعية، وأخلاقيات الفضيلة والتعاقدية من أجل البحث في البعد الأخلاقي للصحافة الخوارزمية، والعمل على التقاط مجموعة متكاملة من التحولات، والتحديات المحتملة التي تواجهها أخلاقيات الصحافة، ويؤكد الباحثان أن دراستهما كشفت عن تحديات أخلاقية جديدة، وتحولات في المسؤولية عن انتاج الاخبار في مجال الممارسة الصحفية، وكذلك في مجال بحوث الصحافة على مستوى الموضوعية والشفافية والسلطة الى جانب القيم الضمنية أو الصريحة". **(روابحية، 2023)**

6-مستقبل وسائل الإعلام في ظل صحافة الروبوت:

إن المجالات التي تغطيها صحافة الروبوت مازالت تقتصر على النشاطات الإخبارية المتعلقة بالشؤون الرياضية والاقتصادية، بالإضافة إلى أحوال الطقس، ومن المتوقع أن تتوسع لتشمل كافة مجالات التغطية الإخبارية كافة، إن التوجه نحو استخدام الخوارزميات في العمل الصحفي لا يستهدف الاستغناء عن الصحفيين بقدر ما يتيح لهم تقديم نشاط صحفي متميز من خلال توفير الوقت لهم للتصدي للقضايا المهمة، كما سيضاعف استخدام هذه الخوارزميات من التنافسية والسباق المحموم للريادة

إعلاميا، إلا أن قدرات صحافة الروبوت محدودة في المجال الإخباري، فقط دون مجالات التحليل والتحقيق الاستقصائي. **(عظيمي، 2023)**

سيكون للذكاء الاصطناعي تأثيرا هائلا على قطاع الإعلام، ولكن من الصعب التنبؤ بالضبط بالكيفية التي سيؤثر بها الذكاء الاصطناعي على هذا المجال لأن هناك العديد من الاحتمالات التي تنشأ من هذه التكنولوجيا، تعد بعض هذه الفرص بالنسبة للصحافة القائمة على الذكاء الاصطناعي مثيرة ومبتكرة، في حين قد تبدو بعض الفرص الأخرى أكثر إثارة، لكن التاريخ أثبت أنه كلما كان هناك جديد إلا ووسائل الإعلام تأقلمت وأنتجت ممارسات إعلامية جديدة وفقا للمبتكرات الحديثة. **(عظيمي، 2023)**

7-إشكالية الخطاب الإعلامي بتقنية الذكاء الاصطناعي:

تعكف المؤسسات الإعلامية في العالم وفي الوطن العربي على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام من خلال القائمين بالاتصال، وسط اتجاهات إشكالية كبيرة في تبني وإنتاج الخطاب الإعلامي من طرف العقل الالكتروني، لأن الخطاب الإعلامي مرتبط بتبادل الرموز التي يفترض أنها حكر على العقل البشري وهي طبيعة إنسانية، والذكاء الاصطناعي عاجز عن خلق الرموز الإنسانية بسبب متاهة اللغة في خوارزميات الحواسيب، فعلى الرغم من أهمية التقنيات إلا أن الخطاب الإعلامي عرضة لمنعرج اللغة التي قد تفقده خاصيته التأثيرية، باعتبار الخطاب هو: "النص والتفاعل معا". **(مصلوب، 2023)**

يرى الأستاذ خالد أبها من جامعة الملك خالد السعودية" أن فهم الآلة للغة البشرية يمثل مكونا من مكونات الذكاء الاصطناعي ويشكل تحديا كبيرا له"، فقد انشغلت مراكز الأبحاث حول إشكالية اللغة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي حول ما إذا يمكن أن يحاكي العمليات الذهنية المعقدة التي يمر بها الدماغ البشري، لتكوين اللغة وتفكيك رموزها وإمكانية الآلة أن تحاكي البشر(الجماهير) لغويا. **(مصلوب، 2023)**

"فالحاضر الرقمي وبناء المستقبل اللغوي يركزان على التكنولوجيا اللغوية بأنها دراسة علمية طبيعية من منظور حاسوبي يحاكي نظام عمل الدماغ البشري، حيث سعت التكنولوجيا اللغوية إلى محاولة تفسير كيفية اشتغال اللغة معرفة واكتسابا وتداولا من خلال الحاسوب بلغة صورية صناعية، غير أن البحوث في مجال الذكاء الاصطناعي توصلت إلى أن الوظيفة الأساسية للعقل البشري متفوقة في مقدرته على إنتاج الأنظمة الرمزية واستعمالها والفهم اللفظي وطلاقة الكلمات والطلاقة الارتباطية والاستدلال اللفظي والذاكرة اللفظية والقواعد والنحو...". **(مصلوب، 2023)**

"يحاول الذكاء الاصطناعي أن يؤدي هذه الوظائف من خلال الأنظمة الحاسوبية، غير أن الذكاء اللغوي الاصطناعي الكامل هدف بعيد جدا لأنه يشبه ذكاء البشر والآلة لا يمكن أن تساو الإنسان، وبالتالي فإن الخطاب الإعلامي بتقنية الذكاء الاصطناعي سيواجه إشكالية الأداء والمواقف والتعابير والعواطف والاتجاهات وهذه الخصائص لا تدركها الآلة ولا تفرق بينها على الأقل في الوقت الراهن". **(مصلوب، 2023)**

الخاتمة:

وفي الأخير يمكن القول بأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي اليوم أضحت واقعا مفروضا في حقل الإعلام والاتصال، فرضته التحولات التكنولوجية المتلاحقة السريعة، هذه التقنيات أحدثت ثورة جذرية وحقيقية في طبيعة الممارسات الإعلامية الاتصالية في مختلف المؤسسات الإعلامية الكبرى وكذا المنظمات المتعددة، حيث ساهم توظيف هذه التقنيات في تسهيل العمل الإعلامي والاتصالي من خلال سهولة مخاطبة الجماهير المتعددة، وكذا تحسين جودة المحتوى الإعلامي الاتصالي ودقته، الأمر الذي ساهم في تقليل تكاليف المؤسسات الإعلامية والمنظمات، من خلال الاستعانة بهذه التكنولوجيات، لكن في الوقت نفسه تبقى هذه التطبيقات تطرح الكثير من التحديات المرتبطة بالجانب المهني والأخلاقي وكذا إنتاج المحتوى الإعلامي الاتصالي.

قائمة المراجع:

1. Sankar Desamsetti, S. H. (2023). Artifitial Intelligence Based Fake News Detection Techniques. p. 376.

2. أحمد علي الزهراني. (جوان, 2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 5*(1)، صفحة ص 18.

3. أمل محمد خطاب. (جويلية-ديسمبر, 2021). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، دراسة لإتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*(22)، صفحة 112.

4. أمينة شريف. (جوان, 2023). خدمة الذكاء الاصطناعي للمجتمع الخامس"مجتمع ما بعد المعلومات". *مجلة الدراسات السياسية والقانونية، 09*(02)، الصفحات 114-115.

5. إيمان محمد أحمد حسن. (نوفمبر, 2022). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي. *6*(21)، صفحة 239.

6. بن بردي حنان و أسماء عزيزي. (2023). الذكاء الاصطناعي كمدخل لتدعيم التسويق الرقمي-دراسة حالة شركتي أمازون و علي بابا. *6*(1)، صفحة 392.

7. بوخاري مليكة. (جوان, 2023). استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام – روية نقدية لحدود الاستخدام وآفاق الصحافة -. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 3*(2)، صفحة 71.

8. بومخيلة خالد. (جوان, 2023). تكييف الصناعة الإعلامية مع تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام-الإمكانات وآفاق الاستخدام-. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، صفحة 41.

9. جواد راغب الدلو و يوسف يحي أبو حشيش و أحمد عبد الله اسماعيل. (13 ماي, 2022). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية-دراسة ميدانية-. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 07*(03)، صفحة 70.

10. حسام الدين مرزوقي و عواطف منال عزايزية. (جوان, 2023). الاتجاهات الجديدة للإعلام الرقمي -الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار الإعلامي- . *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، الصفحات 21-22.

11. خالد لرارة و منى مايسة نذير. (جوان, 2023). مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز اكاء الاصطناعي-هل ستستغني المؤسسات الإعلامية عن صحفييها؟-. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، الصفحات 60-61.

12. ساعد ساعد. (30 جوان, 2020). العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي: التحولات والاستخدامات. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 04*(02)، الصفحات 79-80.

13. سعاد بولقرون و زوليخة بوخنفر. (جوان, 2023). الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات...ثنائية الإنسان والآلة-قراءة نقدية في الممارسات الجديدة للإعلام الرقمي-. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، الصفحات 118-119.

14. سعد مفلح حمود الصويلح. (2023). دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في مكافحة الشائعات الإلكترونية. *المجلة العربية للدراسات الأمنية، 39*(1)، الصفحات 89-91.

15. سليمان بورحلة. (18 ديسمبر, 2022). إشكالية مفهوم الإشهار الالكتروني في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقات عالم الميتافيرس-دراسة نقدية استشرافية-. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 05*(02)، صفحة 34.

16. عبد الرزاق محمد الدليمي. (جوان, 2023). الذكاء الاصطناعي ومستقبل أحبار التلفزيون: بحث استشرافي تنظيري. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 12*(02)، صفحة 292.

17. عبد الغني زغنوف و أحمد عظيمي. (30 أفريل, 2023). مستقبل وسائل الإعلام في ظل صحافة الروبوت. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 08*(01)، الصفحات 957-958.

18. عقاد صورية و العربي بوعمامة. (01 جوان, 2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الإعلام المرئي أثناء الأزمات-أزمة جائحة كورونا أنموذجا-. *مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 08*(01)، صفحة 254.

19. علاء مكي الشمري. (جوان, 2021). الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية. *مجلة الآداب*(137)، صفحة 730.

20. عمر أبو عرقوب. (2019). نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاصتالية الحديثة فيها. *معهد الجزيرة للإعلام*، الصفحات 12-13.

21. عمرو محمد محمود عبد الحميد. (أكتوبر, 2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. *مجلة البحوث الإعلامية*(55)، الصفحات 2817-2818.

22. عواد صلاح الدين. (جوان, 2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي. *3*(2)، صفحة ص 97.

23. غسان ابراهيم أحمد حرب. (2022). رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. *المجلة الجزائرية للاتصال، 24*(01)، صفحة 15.

24. غيث مصطفى. (06 أكتوبر, 2020). توظيف الذكاء الاصطناعي في النظم الإعلامية-دراسة كيفية أعدت لمقرر البحوث المتخصصة في الإعلام الالكتروني في كلية الإعلام جامعة دمشق-. صفحة 07.

25. غيث مصطفى. (أكتوبر, 2020). توظيف الذكاء الاصطناعي في النظم الإعلامية-دراسة كيفية أعدت لمقرر البحوث المتخصصة في قسم الإعلام الالكتروني في كلية الإعلام جامعة دمشق-. صفحة 26.

26. ليلى مصلوب. (جوان, 2023). متاهة اللغة في الخطاب الإعلامي بتقنيات الذكاء الاصطناعي. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، الصفحات 124-125.

27. معمري مروة و سولاف بوشقورة. (جوان, 2023). تطبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي: فرص كبيرة وتحديات أكبر. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، صفحة 87.

28. مهدية حسناوي و أمال سعودي. (04 ديسمبر 2021). صحافة الجيل السابع (G7: مستقبل الصحافة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي). *الملتقى الوطني تحولات المشهد الإعلامي والاتصالي في البيئة الرقمية: الأشكال، الأدوات، الممارسات*، (الصفحات 08-09). تاريخ الاسترداد 05 جوان, 2024

29. مهند حميد عبيد. (2023). مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي-دراسة استشرافية-. *مجلة الباحث الإعلامي، 15*(60)، الصفحات 14-15.

30. نصيرة بدري و حكيمة روابحية. (جوان, 2023). التحديات المهنية والأخلاقية لصحافة الروبوت-دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين في الفترة الممتدة بين 1-14 ماي 2023. *مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 03*(02)، صفحة 152.