

## تقنيات صحافة الذكاء الإصطناعي وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات: أزمة كوفيد ١٩ والصين نموذجا

د. سحر محمد حسيب \*

### ملخص الدراسة:

يكشف "النموذج الصيني" في التعامل مع جائحة فيروس كورونا المستجد، آلية دعاية واضحة للحزب الشيوعي الحاكم، الذي يسعى لرسم صورة قوة عالمية صاعدة، تعتمد النجاعة والفعالية وآخر صيحات التكنولوجيا في مواجهة الفيروس القاتل. وهكذا دشنت الصين حملة علاقات عامة غير مسبوقة، أظهرت فيها سخاء كبيرا بتقديم مساعدات إلى دول تواجه مشكلة التصدي للفيروس المستجد في ضوء ذلك

تهدف هذه الدراسة إلى رصد استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في مكافحة جائحة كورونا وكيفية تحليل صورة الصين من وجه نظر القيادة الصينية والمنطق التعبوي من جانب، و صورتهم في الغرب من جانب آخر في ظل وجود حملات معادية وتحديد الإجراءات باعتبار أن الصين نجحت في إمتصاص الضغوط والإتهامات وتجاوزت الأزمة. وتهدف الدراسة أيضا إلى وضع إطار عمل لكيفية تعامل المؤسسات الصحفية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في ضوء الخبرات الدولية وتم تفسير نتائج البحث في ضوء نظرية تحليل الإطار الإعلامي لجوفمان وقد وظفت الباحثة أوجه إفادتها من تناولها لنظرية التأطير كبناء نظري للدراسة وفقاً لمستوى الدراسة التحليلية، حيث تم التعرف على طبيعة الأطر التي تعالج من خلالها الصحف الصينية والغربية (الحكومي والخاص) لأزمة فيروس كوفيد ١٩.

الكلمات المفتاحية: صحافة الذكاء الإصطناعي – المؤسسات والحكومات – كوفيد ١٩.

\* باحثة بمؤسسة صحافة الذكاء الإصطناعي للبحث والإستشراف بكلية آداب- جامعة المنيا

## **AI journalism techniques and improved stereotype of institutions and governments: Covid-19 crisis and China model**

### **Abstract:**

The 'Chinese model' in dealing with the emerging corona virus pandemic reveals a clear propaganda mechanism for the ruling Communist Party, which seeks to paint the image of a rising global power, relying on efficacy, effectiveness and the latest technology in the face of the deadly virus. Thus, China launched an unprecedented public relations campaign, in which it showed great generosity in providing aid to countries facing the problem of dealing with the emerging virus in light of this. This study aims to monitor the use of artificial intelligence journalism techniques in combating the Corona pandemic and how to analyze the image of China from the point of view of the Chinese leadership and the operational logic on the one hand, and their image in the West on the other side in light of the presence of hostile campaigns considering that China has succeeded in absorbing pressure and accusations and overcoming the crisis. The study also aims to develop a strategy for how journalistic institutions deal with AI techniques in light of international experiences. The results of the research have been interpreted in the light of Goffman's media framework analysis theory. The researcher used the aspects of her use of framing theory as a theoretical construct of the study according to the level of the analytical study, where the nature of the frameworks through which Chinese and Western newspapers (government and private) deal with the Covid 19 virus crisis.

**Keywords:** Artificial Intelligence Journalism - Institutions and Governments - Covid 19.

## مقدمة:

شهدت صناعة الإعلام وبخاصة مجال العمل الصحفي تطورات كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية، مستفيدة من التقدم التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، واتجاه العديد من المؤسسات الصحفية والإعلامية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence وغرف الأخبار المدمجة، وظهور ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي. Artificial Intelligence Journalism.

وتعتمد صحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مثل البرمجيات أو الخوارزميات) لإنشاء قصص إخبارية تلقائياً دون أي تدخلات من البشر، باستثناء المبرمجين الذين طوروا هذه الخوارزميات للاستفادة منها في مجال الصحافة، إضافة إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية أو الإدارية أو التخطيط المتعلقة بالعمل الصحفي. وفي ضوء ما سبق تم تقسيم البحث إلى محورين أساسيين:

١ - مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي.

٢ - كيف يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة اليوم.

### أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي وصحافة الذكاء الاصطناعي:

تقدم وثيقة سنغافورة تعريفاً عملياً للذكاء الاصطناعي AI يصفه بأنه مجموعة من التكنولوجيات التي تحاول محاكاة الصفات الإنسانية مثل المعرفة - المنطق - حل المشكلات - الإدراك - التعلم والتخطيط وتعتمد هذه التكنولوجيات على خوارزميات Algorithms لتوليد نماذج مختلفة أو بديلة، ويتم إختيار أفضل نموذج مناسب منها لتطبيقه في نظام إنتاجي أو خدمي في الواقع العملي<sup>(١)</sup>

وتشير الموسوعة البريطانية (Britannica) إلى الذكاء الاصطناعي على أنه قدرة الحاسوب أو الروبوت على أداء المهام المرتبطة عادة بالكائنات الذكية.

وهناك اتجاهات تعتمد على توصيف الذكاء الاصطناعي وفقاً لمجال قدراته (الضيق - العام - الخارق)<sup>(٢)</sup>

و يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي أيضاً على أنه محاكاة لذكاء الإنسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج الحاسب الآلي مما يجعلها قادرة على محاكاة السلوك الإنساني<sup>(٣)</sup>

### يمكن تصنيف الذكاء الاصطناعي وفقاً لطريقتين:

➡ الطريقة الأولى: وفقاً لتشابهها أو اختلافها مع العقل البشري وقدرتها على التفكير أو الشعور مثل البشر

➡ الطريقة الثانية: وفقاً لمستوى ودرجة تطور التكنولوجيا وكفاءتها في محاكاة الوظائف البشرية ومن وجهة نظر إجتماعية يفهم الذكاء الاصطناعي على أنه "نظام تقني اجتماعي"، مما يعني أن الجوانب التقنية للذكاء الاصطناعي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً وجوانبها الاجتماعية.

تشكل القيم والافتراضات الاجتماعية كيفية إدراكنا للذكاء الاصطناعي وتصميمه واستخدامه، وكذلك تصوراتنا وآمالنا ومخاوفنا من هذه التقنيات.

يصف مصطلح "AI" مجالاً من البحث يركز على تطوير الآلات التي يمكنها محاكاة الذكاء<sup>(٤)</sup> واليوم، يعد الذكاء الاصطناعي مجالاً متعدد الأوجه طور آلات قادرة على تقليد المهام المعرفية المختلفة.

تقدم الحكومة الأسترالية التعريف التالي، حيث الذكاء الاصطناعي هو<sup>(٥)</sup> مجموعة من التقنيات المترابطة المستخدمة لحل المشكلات بشكل مستقل وأداء المهام لتحقيق أهداف محددة دون توجيه صريح من الإنسان.

هذا تعريف واسع يغطي مجموعة من التقنيات. وهو يشمل الذكاء الاصطناعي الذي تم تطويره باستخدام الشبكات العصبية والتعلم العميق، وتقنيات أقل تعقيداً مثل أنظمة القرار الآلي عبر أسواق الاتصالات والإعلام.<sup>(٦)</sup>

### مفاهيم صحافة الذكاء الاصطناعي:

الصحافة هي جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها من خلال مدونات الوسائط المطبوعة والإلكترونية والرقمية والبث عبر الإنترنت والبودكاست ومواقع الشبكات الاجتماعية ( Encyclopædia Britannica)<sup>(٧)</sup> ومع ذلك، فقد مرت عملية الصحافة بتغييرات كثيرة مع مرور الوقت واعتماد تقنيات جديدة. الصحافة مجال ديناميكي. تتمتع وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية بمساحتها الخاصة في إنتاج وتوزيع واستهلاك الأخبار. ومع ذلك، يرى بعض العلماء أن هيمنة وسائل الإعلام المطبوعة أخذت في الانخفاض في الدول المتقدمة.

أصبحت الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي، والمدونات، و WhatsApp، وغيرها من أشكال الوسائط الرقمية علامة بارزة في الصحافة. في هذا السياق، ترى الباحثة أن الفيسبوك هو وسيط رقمي لنشر الأخبار. تم الترويج لهذه الوسيلة على أنها منصة رقمية محتملة يمكنها إشراك الجمهور في الرسائل المتعلقة بالصحة واللياقة البدنية في الهند على سبيل المثال. إلى جانب ذلك، يؤكد بولاتوفا وآخرون.<sup>(٨)</sup> أن وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة إعلامية بديلة أصبحت أداة للاحتجاج على القمع. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منصة شائعة لاستهلاك الأخبار على الرغم من قضايا صحة المحتوى والقيم الإخبارية الأخرى. يبدو أن تبني التكنولوجيا المنتظم في غرف الأخبار أصبح ممارسة مهنية لإضافة قيمة لنشر المعلومات إلى الجماهير. على نطاق واسع، أحدثت عملية الرقمنة تغييرات كبيرة في استهلاك الأخبار سنوياً<sup>(٩)</sup>.

أما صحافة الذكاء الاصطناعي ( الصحافة الآلية أو المعروفة أيضاً باسم الصحافة الخوارزمية أو الصحافة الروبوتية)، يتم إنشاء المقالات الإخبارية بواسطة برامج الكمبيوتر.

من خلال (AI) يتم إنتاج القصص تلقائياً بواسطة أجهزة الكمبيوتر بدلاً من المراسلين البشريين<sup>(١٠)</sup>. تقوم هذه البرامج بتفسير البيانات وتنظيمها وتقديمها بطرق يسهل على الإنسان

قراءتها. عادةً ما تتضمن العملية خوارزمية تقوم بمسح كميات كبيرة من البيانات المقدمة، وتختار من مجموعة متنوعة من هياكل المقالات المبرمجة مسبقاً،

وترتيب النقاط الرئيسية، ويدخل التفاصيل مثل الأسماء والأماكن والمبالغ والترتيب والإحصاءات والأرقام الأخرى. يمكن أيضاً تخصيص الإخراج ليلائم صوتاً أو نغمة أو نمطاً معيناً. تعمل شركات علوم البيانات والذكاء الاصطناعي مثل Automated Insights و Narrative Science و United Robots و Yseop على تطوير هذه الخوارزميات وتوفيرها لمنافذ الأخبار. اعتباراً من عام ٢٠١٦، استخدم عدد قليل فقط من المؤسسات الإعلامية الصحافة الآلية. من بين أوائل المتبنين للأخبار مقدمي الأخبار مثل Associated Press و Forbes و ProPublica و Los Angeles Times. تم استخدام التطبيقات المبكرة بشكل أساسي للقصص المستندة إلى الإحصائيات والأرقام العديدة. تشمل الموضوعات الشائعة الملخصات الرياضية، والطقس، والتقارير المالية، وتحليل العقارات، ومراجعات الأرباح. StatSheet، منصة على الإنترنت تغطي كرة السلة الجامعية، تعمل بالكامل على برنامج آلي. بدأت وكالة Associated Press في استخدام الأتمتة لتغطية ١٠٠٠٠ لعبة دوري بيسبول صغيرة سنوياً، باستخدام برنامج من Automated Insights والإحصائيات من MLB Advanced Media.

خارج الرياضة، تستخدم وكالة أسوشيتد برس أيضاً الأتمتة لإنتاج قصص عن أرباح الشركات. في عام ٢٠٠٦، أعلنت Thomson Reuters عن تحولها إلى الأتمتة لإنشاء قصص إخبارية مالية على منصتها الإخبارية على الإنترنت. الأكثر شهرة، قامت خوارزمية تسمى Quakebot بنشر قصة عن زلزال كاليفورنيا ٢٠١٤ على موقع The Los Angeles Times في غضون ثلاث دقائق بعد توقف الاهتزاز.

وتعرف الباحثة صحافة الذكاء الاصطناعي بأنها: حقبة جديدة من الإعلام تتضافر مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، وتخلق أدوات إعلامية جديدة، وتصيغ محتوى إعلامياً أكثر تأثيراً، وتحافظ على تنوع الجمهور وتلبي طموحاته، وتصنع قنوات لتبادل الآراء وردود الأفعال بصورة تفاعلية مستمرة على مدار اليوم.

ولا شك أن تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته والتطورات التي يشهدها العالم في هذا القطاع ستقود إلى ثورة تقنية في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة الجمهور وتشكيل الرأي العام، مما يتطلب من مختلف وسائل الإعلام العربية، الاستعداد مبكراً لهذا الأمر، الذي سيضعف من التنافسية والسباق المحموم للريادة إعلامياً على مستوى الشرق الأوسط والعالم. لأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي ستوفر لوسائل الإعلام أدوات أكثر ذكاءً وتقدماً وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي وتفاعل الأشخاص مع ذلك.

وقد بدا واضحاً في السنوات الأخيرة أن الأتمتة اخترقت بقوة المؤسسات الإخبارية العالمية ونجحت في إنتاج آلاف القصص الإخبارية دون تدخل بشري بدءاً من جمع المعلومات وتصنيفها ومن ثم تحريرها ونشرها، خاصة في المجالات الرياضية والمالية بالإضافة إلى أحوال الطقس، ومن المتوقع أن تتوسع لتشمل مجالات التغطية الإخبارية كافة.

## وتستخلص الباحثة مما سبق أن استخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، حسب التجارب العالمية القائمة، يشمل خمس مهمات أساسية:

- إنتاج الأخبار القصيرة بشكل آلي في الموضوعات المعتمدة على البيانات الإحصائية.
- تتبع الأخبار العاجلة وتنبيه الصحفيين بالمعلومات الجديدة ذات الصلة بموضوع ما.
- إجراء بحث بشكل أسرع وأدق، وربط المعلومات بسرعة وكفاءة، وتحويلها إلى أشكال بيانية.
- التصحيح الإملائي والنحوي والأسلوبي للغة بشكل تلقائي.
- فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، واكتشاف الأخبار الزائفة، مثل الخوارزميات التي بدأ فيسبوك باستعمالها من أجل التخلص من الأخبار الزائفة.

وبرغم من مخاوف البعض من قيام المؤسسات الصحفية بالتخلي عن العنصر البشري لصالح الروبوت، إلا أن عديداً من الدراسات أكدت أن التوجه نحو استخدام البرمجيات في العمل الصحفي، لا يستهدف الاستغناء عن الصحفيين، ولكنه فرصة لتحريرهم من عمليات إنتاج التقارير الروتينية، مما يوفر لهم مزيداً من الوقت للقيام بالمهام المعقدة والتصدي للقضايا المهمة، والتي تحتاج إلى مزيد من التركيز والاستقصاء والتحليل.

### الذكاء الاصطناعي في قطاع الاتصالات والإعلام

حددت هيئة الاتصالات والإعلام الإستراتيجية نموذج مفاهيمي يوضح اتساع نطاق تطبيقات الذكاء الاصطناعي عبر قطاعي الاتصالات والإعلام. وتم تطويره بواسطة ACMA<sup>(١١)</sup>، والذي يصف قطاعي الاتصالات والإعلام على أنهما يشتملان على مجموعة من أربع طبقات من الخدمات والأنشطة. يعكس هذا النموذج المجالات التي قد يتم فيها استهداف التنظيم لتحقيق أهداف السياسة العامة.

الطبقات الأربع هي<sup>(١٢)</sup>

➤ طبقة التطبيقات / المحتوى - تتضمن المحتوى المقدم عند الاشتراك والتلفزيون الرقمي المجاني أو التطبيقات (مثل Netflix و iView). تتضمن هذه الطبقة أيضاً تطبيقات البرامج أو الأنظمة الأساسية التي تدعم وظائف إضافية، مثل القدرة على إجراء مكالمات صوتية ومرئية (على سبيل المثال، Skype أو Facebook Messenger).

➤ طبقة الأجهزة التي تتيح الوصول إلى شبكات الاتصالات. تشمل الأمثلة أجهزة التلفزيون والراديو والهاتف المحمول والأجهزة اللوحية. طبقة النقل - توفر هذه الطبقة المعلومات اللازمة لدعم التطبيقات والوظائف عبر الشبكة. تتيح المعايير الفنية أيضاً إمكانية التشغيل البيئي والاتصال من أي إلى أي بين الشبكات المختلفة.

➤ طبقة البنية التحتية - تشمل البنية التحتية المادية للشبكة، مثل الأسلاك والأبراج، بالإضافة إلى الموجات الكهرومغناطيسية التي تسمح بنقل البيانات لاسلكياً.

## الدراسات السابقة: -

يستعرض هذا البحث جملة من الدراسات التي تم الإستفادة منها مع الإشارة إلي أبرز ملامحها. مع تقديم تعليقاً عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية. وتود الباحثة أن تشير إلي أن الدراسات التي سوف يم استعراضها جاءت في الفترة الزمنية بين ٢٠١٧، ٢٠١٨، ٢٠٢٠، ٢٠١٩، ٢٠٢٠، وشملت جملة من الأقطار والبلدان مما يشير إلي تنوعها الزمني والجغرافي.

هذا وقد تم تصنيف هذه الدراسات حسب المتغيرات الرئيسية للدراسة وحسب كونها دراسات عربية أو أجنبية إلي ثلاث محاور تناول المحور الأول: دراسات داعمة للمؤسسات والحكومة الصينية أثناء الجائحة أما المحور الثاني: - دراسات معادية لموقف الصين من البداية

وأخيرا المحور الثالث: دراسات تركز على دور الذكاء الإصطناعي في صناعة الإعلام وفيما يلي نقدم عرضاً لهذه الدراسات، ثم نبين جوانب الإختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، وأخيراً جوانب الإستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية.

## المحور الأول: دراسات داعمة للمؤسسات والحكومة الصينية أثناء الجائحة:

عرضت دراسة مولتر، ديريزيتا (٢٠٢٠) (١٣) الأوبئة و الدعاية كيف تنشئ وسائل الإعلام الحكومية الصينية وتنتشر روايات فيروس كورونا نظرة ثاقبة حول كيفية تواصل وسائل الإعلام الحكومية الصينية حول جائحة فيروس كورونا إلى العالم الخارجي، وتمثلت عينتها مجموعة من المنشورات باللغة الإنجليزية على Facebook. وتساءلت عن كيف تستخدم الصين البنية التحتية لوسائل الإعلام الحكومية باللغة الإنجليزية على Facebook للتواصل مع العالم الناطق باللغة الإنجليزية بشأن فيروس كورونا؟ • كيف استهدفت تغطية وسائل الإعلام الحكومية الصينية لفيروس كورونا الجمهور الناطق باللغة الإنجليزية؟ وأستخدمت أداة التحليل الألى للنص وفق للمنهج المتبع في الدراسة وكان من أبرز نتائجها،

على الرغم من أن التحيز ليس مقصوراً على الجهات الحكومية، إلا أن الحملات الإعلانية المدفوعة للترويج لصفحات وسائل الإعلام الحكومية التي تديرها الحكومة والتي تحتوي على معلومات مضللة ومؤامرات تمثل مشكلة تشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى أن المنصات يجب أن تنفذ إفصاحاً أوضح عن الاتصالات التي ترعاها الدولة على الأقل، وأن تنتظر في رفض المشاركات المدفوعة من هذه الكيانات.

أما دراسة أليكس جينوي وآخرون (١٤) (٢٠٢٠) وعنوانها "إدارة الأزمات، السمات المميزة للأسلوب الصيني لاستجابة الصين لوباء Covid-19"

منذ تفشي وباء فيروس كورونا الجديد (كوفيد -١٩) في ووهان، ظلت الصين تحت الأضواء الدولية. على الرغم من المشاعر العدائية تجاه البلاد التي لا تزال سائدة في أجزاء كثيرة من العالم ما الذي يفسر هذا "النجاح"؟ ما هي الخبرات والدروس التي يمكن أن يتعلمها المجتمع الدولي وممارسي السياسات؟ تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن أسلوب الصين المميز للغاية في إدارة الأزمات وراء نتيجة احتواء الوباء منذ فبراير ٢٠٢٠.

حللت الدراسة كيف تمكنت الحكومة الصينية من تعبئة جهاز الدولة بأكمله وجميع الموارد الممكنة في هذه المعركة. وتم التركيز على السمات المميزة على المستويات المؤسسية والاستراتيجية والتشغيلية وتوضيح أسلوب البلد في إدارة الأزمات مع رسم المحاذير اللازمة.

وأكدت دراسة السديري ٢٠٢٠ (١٥) "دور الرسائل الإعلامية في تشكيل الرواية العالمية لتفشي فيروس كورونا" أن المنصات الإعلامية الصينية الصادرة باللغة العربية لعبت دورًا رئيسيًا في نشر سرديّة الحزب الشيوعي المفضلة حول الوباء إلى الجماهير الخليجية والعربية على نطاق واسع.

حللت هذه الدراسة الرسائل الإعلامية الصادرة من عدة جهات عربية وخليجية بالإضافة إلى مواقع التواصل الإجتماعي والسرديات المتعلقة بفيروس كورونا واستخدمت هذه الدراسة تحليل محتوى المنصات الإعلامية الصينية باللغة العربية الصادرة من عدة جهات عربية وخليجية بالإضافة إلى مواقع التواصل الإجتماعي والسرديات المتعلقة بفيروس كورونا.

وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن هذا الوباء عبارة عن عملية سريعة لتفكيك الارتباط بين الإقتصادات الكبرى بالإضافة إلى تسييسه وإقحامه في السرديات التي تحركها أجنداث العديد من الأطراف الفاعلة المتصارعة. إن دراسة هذه الروايات تقدم نظرة ثاقبة عن الاهتمامات الاستراتيجية والأطر الأيديولوجية لتلك الأطراف.

وهدفت دراسة شو تانج وآخرون ٢٠٢٠ (١٦) "محتوى وتوقعات الصورة النمطية للحكومة في الصين" إلى اقتراح محتوى الصورة النمطية الحكومية في الصين، واستكشاف تنبؤاتها. بناءً على نتائج دراسة سابقة للاستجابة الحرة في عام ٢٠١٣ اعتمدت طريقة القائمة المرجعية وتقنية تفاضل القوالب النمطية في هذا البحث في عام ٢٠١٥، ووجد أن محتوى الصورة النمطية الحكومية يحتوي على "بعيداً"، "غير دافئ"، "غير مخصص"، "ليس فقط" و "غير نظيف". كشف تحليل الانحدار أن وسائل الحصول على المعلومات يمكن أن تتنبأ بالصورة النمطية للحكومة. على وجه التحديد، الأشخاص الذين يركزون غالباً على التلفزيون، وصحف الحزب الشيوعي الصيني (الحزب الشيوعي الصيني) والمجلات والمواقع الحكومية والمواقع الإخبارية الرئيسية مثل Xinhua و People.com.cn لديها صورة نمطية أكثر إيجابية تجاه الحكومة. بالإضافة إلى ذلك، أثر الرضا عن الحياة وإدراك العدالة الاجتماعية بشكل كبير في الصورة النمطية للحكومة. تمت مناقشة آثار البحث على الإدارة العامة.

وكانت العينة ٨٠ من سكان بكين في عام ٢٠١٥، مع بقاء ٧٩ بيانات صالحة. وتراوحت أعمارهم بين ١٨ و ٧٠ عامًا.

وحددت دراسة داكسو ٢٠٢٠ (١٧) "النظام البيئي للذكاء الاصطناعي في الصين" أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يتم تطويرها في الصين ويسلط الضوء على أمثلة على تبني الذكاء الاصطناعي في العديد من الصناعات تلقي الضوء على الإمكانيات غير المحدودة التي يمكن للشركات الاستفادة منها. في الساحة العالمية للذكاء الاصطناعي، تتمتع الصين بميزة في البيانات والاعتماد، مما يجعل الصين مكاناً مثاليًا لشركة من أي صناعة تتفرع إلى



مساعي جديدة ذات تقنية عالية سيلعب الذكاء الاصطناعي دورًا رئيسيًا في التنمية الاقتصادية المستقبلية لجميع الدول على حد سواء. أولاً، تم تقسيم هذه الدراسة حول حالة الذكاء الاصطناعي إلى ثلاثة أقسام ماكرو. يتعلق القسم الأول بالنظرة العامة وحجم السوق للذكاء الاصطناعي في الصين. في هذا الجزء، تم عرض البيانات المتعلقة بالاستخدامات المختلفة لتقنية الذكاء الاصطناعي عبر الصناعات في الرسوم البيانية التي تسلط الضوء على الاتجاهات الواعدة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الصين. علاوة على ذلك، ووضحت كيف تقوم بعض الشركات بتطوير أنظمة بيئية للذكاء الاصطناعي تشمل النقل الذكي والتعليم والروبوتات والتكنولوجيا الحيوية والأمن والمزيد. يذهب القسم الثاني إلى أبعد من ذلك في اعتماد الذكاء الاصطناعي في العديد من الصناعات. الموضوعات التي يتم تناولها هي الذكاء الاصطناعي في صناعة التجميل، وقطاع التجزئة الجديد، وقطاع التصنيع، وصناعة النقل، وقطاع الرعاية الصحية، وصناعة الضيافة.

إلى جانب دراسة حالة ل ١١ قطاعات حيوية أهمها الصحة، والذكاء الاصطناعي في مواجهة كوفيد ١٩، الذكاء الاصطناعي في النقل، والمؤسسات العامة، الاعلانات، والمستشفيات.

تقدم الدراسة تحليلات متعمقة لجميع القطاعات المذكورة أعلاه للاقتصاد الصيني والتنمية الاقتصادية المتوقعة للبلاد على مدى السنوات القليلة المقبلة أخيراً، يوفر القسم الثالث والقاطع من البحث معلومات حول انتشارات داكسو وكيف يمكن للشركات الاتصال للحصول على أبحاث مصممة خصيصاً لتلبية الاحتياجات المحددة، سواء كانت جديدة في الصين أو تم إنشاؤها بالفعل في الصين.

أثناء التحقيق في العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وفيروس كورونا في الصين، وجدت تطورات تقنية غير مسبوقه في البيانات الضخمة أو الذكاء الاصطناعي في محاولة لاحتواء تفشي المرض. في الواقع، وفقاً لتقرير منظمة الصحة العالمية الذي يسرد النتائج التي توصل إليها فريق تحقيق من الخبراء تم إرساله إلى الصين بين ١٦ و ٢٤ فبراير ٢٠٢٠، تم دعم تنفيذ [إجراءات الاحتواء] وتمكينه من خلال الإجراءات المبتكرة والفعالة.

إن تنفيذ تدابير الاحتواء قد تم دعمه وتمكينه من خلال الاستخدام المبتكر والقوي لأحدث التقنيات.

**وركزت دراسة روبيرتس وآخرون (٢٠٢٠) (١٨) "النهج الصيني للذكاء الاصطناعي: تحليل للسياسة والأخلاق واللوائح" على الخلفية الاجتماعية والسياسية والمناقشات السياسية التي تشكل استراتيجية الذكاء الاصطناعي في الصين. على وجه الخصوص، قامت الدراسة بتحليل المجالات الاستراتيجية الرئيسية التي تستثمر فيها الصين في الذكاء الاصطناعي والمناقشات الأخلاقية المتزامنة التي تحدد استخدامها. من خلال التركيز على خلفية السياسة، وسعت إلى توفير فهم أكثر شمولاً ونقداً لسياسة الذكاء الاصطناعي في الصين من خلال الجمع بين المناقشات والتحليلات لمجموعة واسعة من وثائق السياسة.**

قامت الدراسة بتحليل طبيعة سياسة الذكاء الاصطناعي داخل الصين والسياق الذي ظهرت فيه، من خلال رسم خرائط لمبادرات السياسة الرئيسية على المستوى الوطني التي تعبر عن نية استخدام الذكاء الاصطناعي. من خلال ثلاثة مجالات ذات أهمية خاصة، التنافسية

الدولية، والنمو الاقتصادي، والحوكمة الاجتماعية (البناء). إن تطوير ونشر الذكاء الاصطناعي في كل مجال من هذه المجالات له آثار على الصين والمجتمع الدولي.

### ثانياً: دراسات معادية لموقف الصين أثناء الجائحة:

وأظهر استطلاع معهد "بيو" للأبحاث السياسية والرأي العام، (١٩) (٢٠٢٠) ومقره العاصمة الأميركية واشنطن. والذي أكد أن حطمت النظرة السلبية تجاه الصين في العديد من البلدان أرقاماً غير مسبقة، وسط جائحة كورونا التي يتهم كثيرون بكين بالتقاعس في مواجهتها في البداية مما أدى لتفشي الوباء حول العالم. وذكر المعهد أن النظرة كانت سلبية للغاية وغير مسبقة في ٩ دول هي: أستراليا والمملكة المتحدة وألمانيا وهولندا والسويد والولايات المتحدة وكوريا الجنوبية وإسبانيا وكندا وكانت النظرة فيها سلبية جداً. أما الدول الأخرى التي كانت فيها النظرة أقل سلبية فهي: بلجيكا والدنمارك وفرنسا وإيطاليا واليابان. وشمل الاستطلاع أكثر من ١٤ ألف شخص وأجريت في الفترة بين ١٠ يونيو و٣ أغسطس.

وكانت المشاعر السلبية ازدادت بشدة أكثر في أستراليا، إذ بلغت ٨١ بالمئة من إجمالي المستطلعين هناك، بزيادة قدرها ٢٤ نقطة عن العام الماضي. وذكر المعهد الأميركي أن ٦١ بالمئة من المشاركين في الاستطلاع أشاروا إلى أن الصين قامت بعمل سيئ في التعامل مع جائحة فيروس كورونا. وأوضح أن الارتفاع الكبير في النظرة السلبية تجاه الصين يأتي على خلفية تعاملها مع جائحة كورونا. وأشار إلى أن الذين يعتقدون أن بكين قامت بعمل سيء، هم الأكثر ميلاً لتبني وجهة نظر سلبية تجاه "بلاد التنين".

كما هدفت دراسة (Yi Zheng, others) (٢٠٢٠) (٢٠)، "آثار التقارير الإعلامية المضللة حول COVID-19 على الصحة العقلية للسائحين الصينيين" التعرف على تأثير التقارير الإعلامية المضللة المتعلقة بفيروس كوفيد ١٩ على الصحة النفسية للسياح الصينيين، وتوصلت الدراسة إلى أن بعض وسائل الإعلام استخدمت تسميات مضللة مثل "الفضى الصينية الفيروسية"، "أطفال الصين يجب أن يبقوا في منازلهم" والتي تربط بطبيعتها بالعرق، وأشارت أن مثل هذه التعبيرات يمكن أن تؤدي إلى تفاقم خطر COVID-19 التمييز العنصري ضد الأفراد من أصل صيني، وأوضحت الدراسة أنه يمكن لهذه اللغة أن تجلب بسهولة آثاراً سلبية على المجتمع الصيني من خلال النبذ والعزلة الاجتماعية والمعاملة غير المتساوية؛ حيث يعتقد بعض أفراد الجمهور أنه يجب تجنب الصينيين خلال (وربما بعد) تفشي فيروس كوفيد ١٩.

أما دراسة ستيفين كروشير وآخرون ٢٠٢٠ (٢١) تسائلت خلال جائحة Covid-19 في الولايات المتحدة، إلى أي مدى يتوقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي التحيز تجاه الأمريكيين الصينيين؟ للإجابة على سؤال البحث، قام البحث بجمع البيانات في الولايات المتحدة من خلال استطلاع عبر الإنترنت بمساعدة Qualtrics، وهي شركة أبحاث. شمل المشاركون في هذه الدراسة ٢٨٨ مشاركاً. تمت إزالة المشاركين الذين لم يولدوا في الولايات المتحدة من العينة للتحليل النهائي، وترك عينة نهائية من ٢٧٤ مشاركاً. تمت إزالة المشاركين الذين لم يولدوا في

الولايات المتحدة بحيث اشتملت العينة فقط على الأفراد المولودين محليًا لإزالة دولة الميلاد كنقطة إضافية للمقارنة. كان جميع المشاركين قوقازيين (أبيض).

### **ثالثًا: دراسات دور الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام:**

دراسة **دى شى وفانج وى ٢٠١٩ (٢٢)** "تأثير استخدام وسائل الإعلام على التصورات العامة للذكاء الاصطناعي في الصين" بناءً على مسح وطني عبر الإنترنت (N¼738) استكشفت هذه الدراسة التجريبية الروابط بين استخدام الوسائط وإدراك الأشخاص للمخاطر، وإدراك الفوائد، ودعم سياسة الذكاء الاصطناعي

أظهرت النتائج أن المستجيبين يرون أن الذكاء الاصطناعي أكثر فائدة من المخاطرة. ارتبط استخدام الصحف سلبيًا بإدراك الفوائد ودعم السياسات، في حين توقع استخدام التلفزيون و WeChat بشكل إيجابي كليهما أظهرت تحليلات تأثيرات التفاعل أن الأهمية الشخصية يمكن أن تخفف جزئيًا من تأثير استخدام الوسائط.

حصلت هذه الدراسة على بيانات من استطلاع عبر الإنترنت تم إجراؤه من خلال منصة بحث عبر الإنترنت ([www. sojump.com](http://www.sojump.com)) تقدم خدمات أخذ العينات وجمع البيانات. Sojump هي خدمة أخذ العينات عبر الإنترنت الأكثر شهرة في الصين القارية المنصة لديها تعاون مكثف مع معاهد البحوث المختلفة.

استخدمت هذه الدراسة SPSS 20.0 للتحليلات الإحصائية. أجريت أولاً تحليلات العوامل الاستكشافية لتحديد البنية الكامنة للعوامل المعرفية والعاطفية والأبعاد الأساسية للتصورات العامة للذكاء الاصطناعي.

تم إجراء الانحدارات المتعددة الهرمية (OLS) لاختبار تأثير الإدراك والعواطف واستخدام الوسائط على التصورات العامة للذكاء الاصطناعي

في تحليلات الانحدار، دخلت الإدراك والعواطف النماذج في كتلة واحدة لأن هذه المتغيرات كانت جميعها عوامل نفسية على المستوى الفردي.

أضافت الدراسة الوسائط التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل منفصل للتحقيق في التأثيرات المحددة لأنواع الوسائط المختلفة على التصورات العامة للذكاء الاصطناعي.

على الرغم من أن الذكاء الاصطناعي كان مجالًا بارزًا للابتكار في السنوات الأخيرة، إلا أن القليل من الدراسات فحصته من منظور التواصل العلمي. استكشفت هذه الدراسة التجريبية كيفية ارتباط تصورات الناس للذكاء الاصطناعي بالعوامل الفردية بناءً على دراسة استقصائية وطنية في الصين. بشكل عام، فإن درجات تصور الفوائد لدى المستجيبين أعلى من إدراك المخاطر. دعم السياسة مرتفع أيضًا. على غرار النتائج الحالية، تشير هذه الدراسة إلى أن الجمهور الصيني يدعم تقنية الذكاء الاصطناعي ويرى أن لها فوائد أكثر من المخاطر.

أما دراسة **مارك هنسين وآخرون (٢٣) (٢٠١٧)** "ممارسة الذكاء الاصطناعي وانعكاساته على الصحافة" توصلت إلى عدة نتائج منها يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي أن تساعد الصحفيين على سرد أنواع جديدة من القصص التي كانت في السابق غير عملية من حيث الموارد أو بعيدة المنال تقنيًا. في حين أن الذكاء الاصطناعي قد يحول مهنة الصحافة، إلا أنه سيعزز عمل الصحفيين بدلاً من استبداله. في الواقع، لكي يتم استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح، من الضروري أن يبقى البشر في الحلقة.

وفي دراسة **بيكيت ٢٠١٩ (٢٤)** مسح عالمي للصحافة والذكاء الاصطناعي صلاحيات جديدة، ومسؤوليات جديدة. تمتع الذكاء الاصطناعي بالقدرة على تحسين الصحافة لكل من العاملين في غرفة الأخبار وأكشاك الصحف. كشفت مؤسسة Polaris الفكرية في تقرير الصحافة لعام ٢٠١٩ أن الدافع الرئيسي لغرف الأخبار لاستخدام الذكاء الاصطناعي هو مساعدة الجمهور على التعامل مع عالم مليء بالأخبار الزائدة والمعلومات الخاطئة وربطهم بطريقة ملائمة بالمحتوى الموثوق به والمفيد والمحفز لحياتهم.

وأكدت دراسة **هيل (٢٥) ٢٠١٨** أن من خلال الأتمتة، يمكن الآن إنتاج قدر لا يُصدق من التغطية الإخبارية بسرعة لم تكن متخيلة في السابق. بدأت شركة Associated Press، رائدة الذكاء الاصطناعي في صناعة الصحافة بدأ استخدام برنامج Wordsmith Automated Insights في عام ٢٠١٤ لإنشاء تقارير أرباح الشركات تلقائيًا، مما زاد من تغطيتها من ٣٠٠ إلى ٤٠٠٠ شركة فقط في عام واحد فقط.

وحاولت دراسة **سعد، طلعت (٢٦) (٢٠٢٠)** تكامل أو استبدال الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوت. التعامل مع تأثيرات التقنيات الجديدة على الصحافة بشكل عام وخاصة الروبوتات وتقنية الذكاء الاصطناعي، وتساءلت عن المؤسسات الإعلامية التي تستخدم هذه التقنيات وكيف؟ تحاول الإجابة على السؤال هل الذكاء الاصطناعي (AI) سيحل محل البشر في صناعة الإعلام؟ أم أنها ستساعدهم على تحسين حياتهم المهنية؟ واستخدامه للقيام بعملهم بسرعة ودقة وكفاءة أكبر؟ وهدفت إلى الكشف عن تأثير التكنولوجيا على العملية الصحفية، وكيفية استخدام الصحافة لأجهزة الكمبيوتر، خاصة في عملية التحرير. كما يتناول نشوء تقنية الذكاء الاصطناعي ومفهوم الصحافة الروبوتية وتأثيرها على بيئة الصحافة واستخدامات الذكاء الاصطناعي في الصحافة حيث تشير الإحصائيات إلى أنه من المتوقع إنفاق ١٢٧ مليار دولار على استثمارات الذكاء الاصطناعي في الصحافة وحاولت الإجابة على سؤال بسيط: هل استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة سيحل محل الصحفيين البشريين أم سيعزز عملهم؟

استخدم الباحثان طرقًا نوعية مثل الملاحظة، وتحليل الوثائق، والمراجعة المنهجية للأدبيات، وتم جمع البيانات من الكتب، والمقالات الإخبارية، والمواقع الإلكترونية، والدراسات المنشورة وغير المنشورة.

وهدفت دراسة **وليد، حسون (٢٧) (٢٠١٩)** الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية التحديات المعاصرة والفرص الجديدة إلى وصف الوضع الراهن للتكنولوجيا ودورها في تجديد

الصحافة وتحديثها، إعطاء رؤى حول تأثير الذكاء الاصطناعي في تغيير ممارسة الصحافة، تحديد الآثار المحتملة للذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحفيين، و استقرار التحديات الأخلاقية والمهنية التي قد تزعج ممارسات مهنة الصحافة. الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بشكل غير مسبوق يبرز أهمية دراسة هذه الظاهرة بعمق. في هذا الصدد، يستند هذا البحث على مراجعة منهجية للأدبيات الذي يختلف عن المراجعة السردية. بينما توفر المراجعة السردية نظرة عامة على المحتوى المتاح حول موضوع معين، فإن المراجعة المنهجية تكون أكثر تركيزاً وتسعى إلى تجميع الدقة أو تقييمها بشكل نقدي أو تقييمها وتوليفها. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها نشر الذكاء الاصطناعي بسرعة مذهلة في عدد متزايد من الشركات الإعلامية. على هذا النحو، كان هناك تحول كبير في طريقة تفاعل هذه الشركات مع مستخدميها. ومن ثم، الذكاء الاصطناعي هو فرصة للمستخدمين لإنشاء أجندة إخبارية مخصصة لهم، فضلاً عن إمكانية إنتاج الأخبار بلغات متعددة وبالتالي الوصول إلى جمهور أوسع وأسواق جديدة.

واستندت دراسة ليندين (٢٠١٧) (٢٨) "خوارزميات من أجل الصحافة و مستقبل العمل الإخباري"، لإستكشاف التطور الأخير في أخبار الصحافة الحاسوبية التي تم إنشاؤها بواسطة البرامج حيث تتم كتابة عشرات الآلاف من القصص المتشابهة تلقائياً بناءً على مجموعات بيانات كبيرة. تعتمد الدراسة على البيانات النوعية، وتنوع الآراء المعبر عنها في ٢٤ مقابلة استكشافية للخبراء. الهدف هو إضافة مجموعة محدودة من الأبحاث حول تأثير الخوارزميات على إنتاج المحتوى الإعلامي وكذلك كيف يتم عرضه. والهدف من ذلك هو إضافة مجموعة محدودة من الأبحاث حول تأثير الخوارزميات على إنتاج المحتوى الإعلامي وكيف يؤدي ذلك إلى تعطيل ممارسة الصحافة والأساس المعياري للصحافة.

قدمت هذه الدراسة أمثلة عملية لجميع الخطابات الثلاثة في الصحافة الحاسوبية المتقدمة. هذه الحالات لا يمكن مقارنتها فيما بينها ولا تحتوي على أي روايات كبرى عن الطبيعة المتغيرة للصحافة لكنهم يجسدون السمات الثلاث المختلفة التي تم وضعها.

وتساءلت- هل يمكن الوعد بأن الأتمتة ستحرر الصحفيين من المهام الروتينية المتكررة إلى أشكال أكثر جودة من الصحافة يمكن الوثوق بها - جزئياً يمكن الإجابة عليه استناداً إلى مقابلات الخبراء.

في AP يبدو أن هذا هو الحال بالتأكيد، في حين أنه ليس من الواضح ما إذا كان هذا صحيحاً مع Local Labs.، لذلك أنتقلت إلى الأدبيات البحثية للحصول على إرشادات إضافية وركز على بعض التوقعات الإيجابية للصحافة الحاسوبية تطوير أشكال هجينة للتفاعل بين الإنسان والآلة بشكل كبير

أظهرت هذه الدراسة ضمن الإطار المؤسسي للإنتاج الإعلامي في المقام الأول كيف يتم تمكين عمل الصحفيين وتكميله، ولكن أيضاً استبداله بالآلات ذكية. أظهرت الحالات الثلاث لأتمتة الأخبار التي تمت دراستها (١) زيادة الكفاءة والرضا الوظيفي مع أتمتة المهام الروتينية الرتيبة والمعرضة للخطأ (أسوشيتد برس)، (٢) أتمتة المهام الروتينية للصحافة مما

أدى إلى فقدان وظائف الصحفيين (المختبرات المحلية)، (٣) أشكال العمل الجديدة التي تتطلب التفكير الحسابي (ProPublica).

تتمثل إحدى النتائج الرئيسية في أن الإرشادات المستندة إلى القواعد تعمل بمعنى محدود في الأخبار التي يتم إنشاؤها بواسطة البرامج، ويرجع ذلك أساساً إلى نقص البيانات الهيكلية، ولكنها قد لا تكون قابلة للتطبيق على جميع أشكال الصحافة.

وتظهر النتائج أن هناك بالتأكيد اعتبارات أخلاقية ومعنوية وتشغيلية تأتي مع ظهور الأخبار الناتجة عن البرامج، حيث أن الجوانب الصحفية ليست سوى جزء من الصورة. الناشر والمعلنون ومنتجي البيانات والحكومات والمستخدمون لديهم جميعاً وجميع المستخدمين لديهم أجنداتهم الخاصة في الاقتصاد السياسي لأنظمة الخوارزميات. وبالإضافة إلى ذلك أن الذكاء الاصطناعي يميل إلى تركيز القوة في أيدي أقل، كما لوحظ بالفعل في Google و Facebook و Twitter.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

● **الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية:**

- ١- من خلال استعراض أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة نشير أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيسي وبعض أهدافها الفرعية إلا أنها تختلف عنها في عدة جوانب تمثل الفجوة العلمية التي تعالجها هذه الدراسة وهي:
- ٢- تضمنت هذه الدراسة مدخلين بحثيين (المدخل الكيفي / المدخل الكمي) وذلك لتكوين فكرة دقيقة عن مشكلة الدراسة ولتحقيق كل هدف من أهداف الدراسة.
- ٣- لم تقتصر هذه الدراسة على عينة واحدة فقط وإنما تضمنت مجموعة من العينات لضمان تشخيص الواقع بدقة ورسم ملامح للمستقبل.
- ٤- تعددت أدوات هذه الدراسة حيث شملت دليل تحليل المضمون وأدوات التحليل الرباعي SWOT ومن العرض السابق يتضح أن هذه الدراسة عالجت فجوة علمية متعددة الجوانب بتطرقها لموضوع تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات في ظل جائحة كورونا وشمول عينتها لبعض الصحف الصينية والغربية من جهة ولصفحات هذه الصحف على موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك من جهة أخرى.

● **جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:**

مما لا شك فيه أن الدراسة الحالية استفادت كثيراً من الجهود للوصول إلى تشخيص دقيق للمشكلة ومعالجتها بشكل شمولي، ومن جوانب الاستفادة العلمية للدراسات السابقة مايلي:

- ١- استفادت الدراسة من جميع الدراسات السابقة في الوصول إلى صياغة المشكلة البحثية للدراسة الراهنة.
- ٢- استفادت الدراسة الحالية من الأدبيات في الوصول للمنهج الملائم لهذه الدراسة.

- ٣- وظفت الدراسة الحالية توصيات ومقترحات الدراسات السابقة في دعم مشكلة الدراسة وأهميتها خصوصاً دراسة شوتانج، زينج، إلى جانب دراسة ستيفن كروشير.
- ٤- استفادت الدراسة الحالية من دراسة مولتز ودراسة السديري في صياغة أدوات الدراسة.
- ٥- استفادت الدراسة الحالية من دراسة روبيرتيس ودراسة داكسو في إثراء الإطار النظري.
- ٦- استفادت الدراسة الحالية من دراسة ليندين ودراسة بيكيت في صياغة التصور المقترح.
- ٧- بشكل عام أفادت الباحثة من تلك الدراسات في صياغة وتحديد المشكلة البحثية وأهميتها، وتحديد وصياغة أهداف الدراسة، وتحديد أنسب المناهج والأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها، بما يحقق أهداف الدراسة ويجب عن تساؤلاتها، وكذلك الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات والبحوث السابقة، كما أفادت نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة نتائج الدراسات السابقة والتي ساهمت في إثراء الدراسة الراهنة بالمعلومات.

#### القضايا والإشكاليات البحثية

حظيت البحوث المتعلقة بالأوبئة باهتمام واضح في التراث الأجنبي، وقد تزايد الاهتمام البحثي بالمتغيرات المتلاحقة في هذا الصدد، وشهدت في الأونة الأخيرة الكثير من التطورات والمستجدات سواء في موضوعاتها أو اهتماماتها أو على مستوى الإشكالية والأطروحات المثارة.

- ندرة الأدبيات المصرية والعربية التي تناولت جائحة فيروس كورونا المستجد وعلاقته بالذكاء الإصطناعي؛ والتكنولوجيات الناشئة بوجه عام ومجال الصحافة بوجه خاص ويمكن تفسير ذلك بأن موضوع الدراسة حديث نسبياً.

#### • الأطر النظرية:

تحتاج بحوث الأوبئة كغيرها من البحوث إلى إطار نظري يحكمها، كما تحتاج إلى توظيف عناصر هذا الإطار لتحليل العلاقة بينهما وإعتمدت بعض دراسات التراث العلمي العربي على أطر نظرية محددة والبعض الآخر تجنب استخدام أى من الأطر النظرية وتزايد ذلك في الدراسات الأجنبية.

بحوث الذكاء الإصطناعي في مجال الصحافة تحتاج إلى مداخل وأطر نظرية جديدة تتوافق وثقافتنا العربية.

ومبرر استخدام البحث الراهن نظرية الأطر الإعلامية لأنها تتصف بالمرونة الكبيرة في تصميم وإجراء الأبحاث الإعلامية سواء على مستوى النص (المحتوى) أو الجمهور أو القائم بالإتصال أو الدمج بينهما.

نظرية تحليل الأطر الإعلامية مدخلاً مناسباً لدراسة التناول الإعلامي لهذه القضية (كوفيد١٩) على اختلاف طبيعتها مضمونها إذ يمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الإعلامي من خلال عناصره البنائية والتي تتكون من العناوين الرئيسية والفرعية، واستخدم

الصورة والتعليق عليها، والأدلة المقدمة، واختيار المصدر، والاقتباسات، والشعارات، والإحصاءات، والبيانات، والفقرات الختامية، حيث يمكن النفاذ من خلالها إلى المحتوى الضمني للنص ودلالته، الأمر الذي تتكامل معه الرؤية التحليلية تجاه القضايا باختلاف أنواعها ودرجة أهميتها •

#### • المناهج البحثية:

تنوعت المناهج التي تم استخدامها في الدراسات العربية والأجنبية ما بين العلاقات الارتباطية والمتبادلة ومنهج دراسة الحالة والمنهج الوصفي والمسحي.

أظهرت العديد من الدراسات الأجنبية تصميمات منهجية تمزج بين المنهجين الكمي والكيفي، بينما استمرت إشكالية التصميم الكمي مقابل الكيفي حاضرة بوضوح في التراث العربي.

#### • الأدوات والأساليب البحثية:

اهتمت الدراسات والبحوث الأجنبية بالتعرف على طبيعة الإفادة من أدوات الإعلام الجديد وتطبيقات الهواتف الذكية عند تغطية ودراسة فيروس كورونا، حيث حرصت أغلب الدراسات على رصد مظاهر الإفادة من التكنولوجيا في الأداء الإعلامي أو على الجمهور.

اعتمدت أغلب الدراسات المصرية والعربية على أداة الاستبانة والمقابلة وتحليل المضمون، بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بمجموعات المناقشة والملاحظة وتحليل المضمون ودراسة الحالة.

• **مشكلة الدراسة:** يتضح من خلال مسح الدراسات السابقة أن هناك جدل غير محسوم "للمنموذج الصيني" في التعامل مع جائحة كورونا، وهناك آلية دعائية واضحة للحزب الشيوعي الحاكم، الذي يسعى لرسم صورة قوة عالمية صاعدة، تعتمد النجاعة والفعالية وآخر صيحات التكنولوجيا في جائحة كورونا وهكذا دشنت الصين حملة علاقات عامة غير مسبوق، أظهرت فيها سخاء كبيرا بتقديم مساعدات إلى دول تواجه مشكلة التصدي للفيروس المستجد.

على الجانب الآخر أولا احتلت الصين مجالا كبيرا في كل ما نشر في الإعلام الغربي حول الجائحة الراهنة. ثانيا، تتباين الآراء والمواقف الغربية تجاه الصين بين الإعجاب والتعاطف، والترقب والحياد، والانتقاد والشماتة، ويبدو أن التحليل الموضوعي يمثل سيد الموقف في معظم وسائل الإعلام المنشورة. ثالثا، علت نبرة الانتقاد للصين وتصاعدت بشكل غير مسبوق، بل وصلت في بعض وسائل الإعلام إلى حد التوبيخ والإدانة. رابعا، من الواضح أن كثيرا من المحتوى المنشور عبر السوشيال ميديا تأثرت بدرجات مختلفة بوجهات نظر غربية، وخاصة الأمريكية، مما يدل على قوة تأثير الخطاب الغربي الأمريكي وضعف الخطاب الصيني في الإعلام، لأسباب تتعلق باللغة والخبرة والمهنية وغيرها. خامسا، إسهام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بفاعلية في إنجاح الجهود التي بذلتها العديد من الدول مثل الصين لمواجهة الوباء بدرجة كبيرة.



وعليه تستخلص الباحثة مشكلة البحث في السؤال التالي: إلى أى مدى ساهمت تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في تحسين الصورة النمطية أثناء وبعد جائحة كورونا؟

#### • أهمية الدراسة:

- ١ - الأهمية الكبرى التي تحظى بها تقنيات الذكاء الاصطناعي باعتبارها تمثل ذروة التطور التكنولوجي في العمل الإعلامي بشكل عام والصحفي بشكل خاص.
- ٢ - اتجاه عدد من المؤسسات الصحفية في العالم لتطبيق التقنيات الحديثة في خدمة وتطوير العمل الصحفي.

#### • أهداف الدراسة:

- ١ - التعرف على اتجاهات الصحف الصينية والغربية للصين في مواجهة جائحة كورونا.
- ٢ - تحليل وتفسير أهم و أبرز الفرص والتحديات لإستخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية باعتبارها بيئة داعمة لتحسين الصورة.
- ٣ - إقتراح إطار إستراتيجي يمكن المؤسسات الصحفية من إستخدام هذه التقنيات في ضوء الخبرات العالمية.

#### • تساؤلات الدراسة:-.

- ١ - كيف تتناول الصحف الصينية والغربية لدور الصين في مواجهة أزمة كورونا محليا وعالميا؟
- ٢ - ما هي فرص وتحديات إستخدام المؤسسات الإعلامية والصحفية لتقنيات الذكاء الاصطناعي؟.
- ٣ - ما هو الإطار الإستراتيجي المقترح لتبني المؤسسات الصحفية تقنيات الذكاء الاصطناعي؟.

#### • الإجراءات المنهجية للدراسة:

**نوع الدراسة:** تنتمي الدراسة الراهنة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بدراسة الواقع الحالي للظاهرة موضوع الدراسة "تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي ودورها في تحسين الصورة أثناء وبعد جائحة كورونا" بهدف رصدها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة عنها، إذ اهتمت الدراسة برصد وتحليل اتجاهات وسائل الإعلام الصينية والغربية على موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك.

**المنهج:** في إطار أهدافها وحدودها تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكيفي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال رصد وتحليل صفحات وسائل الإعلام الصينية والغربية، وذلك خلال الفترة الزمنية المحددة، كما توظف الدراسة أدوات التحليل الرباعي بهدف التعرف على الفرص والتحديات لإستخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية حيث وجود هذه التقنيات تساعد في تحسين الصورة.

**أدوات جمع البيانات:** دليل تحليل المضمون وتم تحكيمه من قبل متخصصين في مجال الصحافة والعلاقات العامة وذلك لإختبار صدقها.

تعتمد الدراسة على أداة تحليل المضمون، وقد أعدت الباحثة استمارة تحليل تغطي الجوانب المختلفة المتعلقة بتقنيات صحافة الذكاء الإصطناعي في صفحات وسائل الإعلام الصينية والغربية على الفيسبوك موضع البحث من حيث الشكل والمضمون، واختارت الباحثة المادة الصحفية لمنشورات الفيسبوك وحدة للتحليل، وهي الوحدة الطبيعية لتقديم المحتوى للقراء سواء اللفظي أو البصري أو المسموع المرئي.

وقسمت الباحثة وحدة التحليل إلى أربع مجموعات كالاتي (مجموعة بيانات محتوى وسائل الإعلام الأمريكية وبعض الصحف الأوروبية وعددهم ٧ - مجموعة بيانات محتوى وسائل الإعلام الممولة من الحكومة الأمريكية والبريطانية وعددهم ٧- مجموعة بيانات محتوى وسائل الإعلام الحكومية الصينية وعددهم ٨- مجموعة بيانات محتوى إعلانات وسائل الإعلام الحكومية الصينية وعددهم ٦) وبالتالي نصل إلى حجم العينة إجمالاً ليصل إلى ٢٨ مفردة. ووضعت الباحثة ستة معايير للتحليل وهي (عدد صفحات الفيسبوك - الحد الأدنى - الحد الأقصى (المتوسط) لايكات الصفحة- صفحات الفيسبوك - محتويات- النطاق الزمني للمشاركات - إجمالي عدد المشاركات).

بالإضافة إلى أداة التحليل الرباعي SWOT لرصد فرص وتحديات استخدام المؤسسات الإعلامية لتقنيات الذكاء الإصطناعي. وأداة Rival IQ لتحليل مدى التواجد والتفاعل الرقمي لصفحات وسائل الإعلام الصينية والغربية على الفيسبوك.

**العينة ومبررات إختيارها ونوعها:** صفحات وسائل الإعلام الصينية والغربية على الفيسبوك وتبرر الباحثة أن الفيسبوك يتمتع بشعبية كبيرة مقارنة بوسائل التواصل الإجتماعي الأخرى إلى جانب الكم الهائل من البيانات والتي يمكن الحصول عليها من خلاله وذلك يسهل عملية رصد الصورة النمطية في كلا الإتجاهين (الصيني والغربي). أما نوع العينة فهي عينة قصدية.

واستخدمت الباحثة أداة Rival IQ لتحليل التواجد الرقمي والتفاعل على صفحات الفيسبوك لوسائل الإعلام عينة الدراسة وهذه الأداة تعتبر من أدوات الذكاء الإصطناعي وتم توضيح ذلك تفصيلاً في الجدول (١).

وتتمثل عينة البحث بالتفصيل في المواقع والصحف الصينية مثل صحيفة "الصين اليوم" مع عينة من الصحف الغربية.

**عينة الدوائر والمؤسسات الإعلامية الصينية:** صحيفة الشعب اليومية "رنمين ري باو"، الصين توداي، صحيفة قوانمينغ ري باو "النور" صحيفة "شينخوا ديلي تلجراف"، و"فرانس نيوز الشهرية".

**عينة الصحف والمواقع الغربية التي تهتم بالشأن الصيني:** الجارديان وصنداى تايمز، فاينانشيال تايمز - نيويورك تايمز - واشنطن بوست. وبعض المواقع مثل موقع البي بي سي، الدوتش فيله.

**الفترة الزمنية لعينة الدراسة:-** قسمت الباحثة النطاق الزمني للدراسة كالتالي:-

**الفترة الأولى:** نهاية ديسمبر ٢٠١٩ وهي فترة الإنتشار المبكر للفيروس.

**الفترة الثانية:** الأشهر الثلاثة الأولى لعام ٢٠٢٠ وهي ذروة إنتشار الفيروس (كوفيد١٩) وإنتشاره من الصين إلى بقية دول العالم.

**الفترة الثالثة:** أواخر ٢٠٢٠ حتى فبراير ٢٠٢١ وهي فترة الإنحسار التدريجي للفيروس وتكثيف الجهود لإحتواء الجائحة وظهور اللقاحات.

• **الإطار الإجرائي للدراسة:**

لاكتساب نظرة ثاقبة حول اتجاهات تناول الصحف الصينية والغربية لدور الصين في مواجهة أزمة كورونا محليا وعالميا، قامت الدراسة بتحليل مجموعة من المواقع والصحف الصينية مثل صحيفة "الصين اليوم" مع عينة من الصحف الغربية.

عينة الدوائر والمؤسسات الإعلامية الصينية: صحيفة الشعب اليومية "رنمين ري باو"، الصين توداي، صحيفة قوانمينغ ري باو "النور" صحيفة "شينخوا ديلي تلجراف"، و"فرانس نيوز الشهرية"، في الوقت نفسه، قامت الدراسة بفحص مجموعة من مواقع وسائل الإعلام الأمريكية الرئيسية التي تغطي الجائحة، وكذلك المنافذ التي ترعاها الولايات المتحدة، لتقييم التغطية الإعلامية من خلال عدسة مقارنة وتمثل هذا في:-

عينة الصحف والمواقع الغربية التي تهتم بالشأن الصيني: الجارديان وصنداي تايمز، فاينانشيال تايمز - نيويورك تايمز - واشنطن بوست. وبعض المواقع الأوروبية مثل موقع البي بي سي، الدوتش فيله.

**الجدول ١. مجموعات البيانات الستة المستخدمة في التحليل:**

وتبرير ذلك أن المجموعات الستة المستخدمة في التحليل قد يكون لها دور في الصورة النمطية للمؤسسات من جهة والحكومة من جهة أخرى.

١ - مجموعة بيانات محتوى وسائل الإعلام الأمريكية وبعض الصحف الأوروبية	٢ - مجموعة بيانات محتوى وسائل الإعلام الممولة من الحكومة الأمريكية والبريطانية	٣ - مجموعة بيانات محتوى وسائل الإعلام الحكومية الصينية	٤ - مجموعة بيانات محتوى إعلانات وسائل الإعلام الحكومية الصينية
٧	٧	٨	٦
٠,٧ - ٣٢,٣ مليون (٩,٠)	٠,٢ - ١١,٣ مليون (٢,٥ مليون)	١,٢ - ٩٧,٠ مليون (٥٨,٩ مليون)	لا يوجد
صفحات FB	صفحات FB	صفحات FB	صفحات FB
ABC News; AP; CBS News; CNBC; BBC , DW; CNN	Voice of America - VOA; Radio Free Asia	CCTV; CGTN; CGTN ;America	CCTV; CGTN; CGTN America
محتويات	محتويات	محتويات	محتويات
فوكس نيوز لوس أنجلوس تايمز، إم إس إن بي سي، إن بي سي نيوز، إن بي آر ؛ بوليتيكو المحيط الأطلسي؛ اوقات نيويورك؛ صحيفة وول ستريت جورنال. تايم؛ واشنطن بوست، نيويورك تايمز، فاينانشيال تايمز، صنداي تايمز، جارديان	VOA Asia; Africa 54; Radio Free Europe/Radio Liberty; VOA Studio 7; BBC , VOA StudentU DW	China.org.cn; China Daily; China Xinhua News; Global Times; People's Daily, China فرانس نيوز الصينية، قوانمينغ ري باو "النور"، شينجو ديلي تلجراف، الشعب اليوم	China.org.cn; China Daily; China Xinhua News

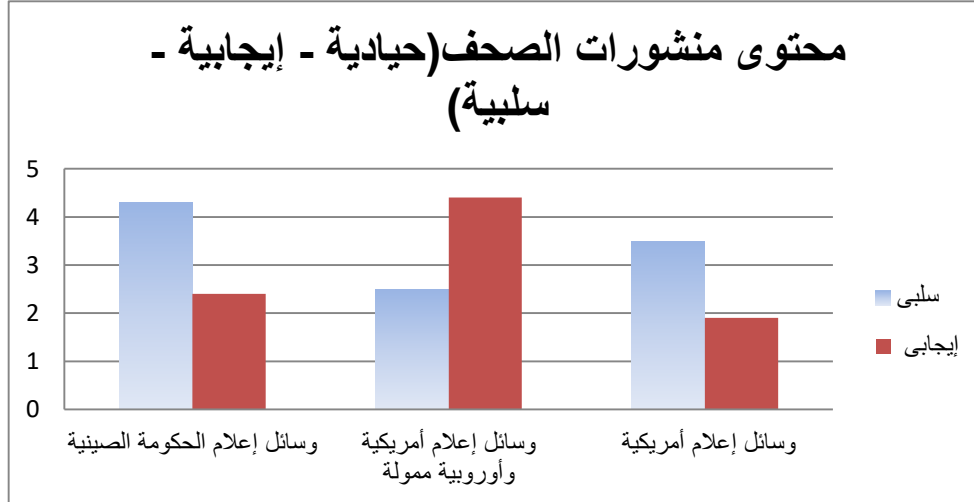
النطاق للمشاركة	الزمني	٣٠ ديسمبر/٢٠١٩/٢٠٢١	٣٠ ديسمبر/٢٠١٩/٢٠٢١	٣٠ ديسمبر/٢٠١٩/٢٠٢١	٣٠ ديسمبر/٢٠١٩/٢٠٢١
إجمالي عدد المشاركات		٧٤١٩٦	١٠٠٧٢٨	٥٥٩٤	٢٣٠١١
		١٠٠٧٢٨ (٢٠%)	١٠٠٧٢٨ (٢٠%)	١١٤٥	٧٦٢٩
		١٠٠٧٢٨ (٢٠%)	١٠٠٧٢٨ (٢٠%)	١١٤٥	٧٦٢٩

في تحليل أولي لمشاركات Facebook (من يناير إلى منتصف مارس ٢٠٢٠) في اندلاع COVID-19، وجدت الدراسة اتجاهاً إيجابياً في وسائل الإعلام الحكومية الصينية، التي أبلغت عن قصص إيجابية حول تقشي المرض بشكل متكرر أكثر من وسائل الإعلام الأمريكية بعد تجميع المنشورات، تم ترميز مجموعة فرعية تم اختيارها عبر جميع أنواع المنافذ الثلاثة لتقييم كيفية اختلاف المنافذ في تغطيتها. وجدت الدراسة أن المنافذ الصينية تشارك قصصاً أكثر إيجابية بكثير من نظيراتها الأمريكية.

**١- نتائج:** تركز المنافذ الصينية على حصة كبيرة من تغطيتها على القصص الإيجابية وأكدت على كفاءة الحزب الشيوعي الصيني عبر مجموعة من الروايات.

لتقييم الاختلافات في مدى التفاعل عبر وسائل الإعلام الصينية والأمريكية، قام البحث بترميز ٩٠ منشور على أنها إيجابية أو محايدة أو سلبية، في حين في وسائل الإعلام الحكومية الصينية، كان أحد عشر (٣٩%) إيجابياً، في حين أن منشوراً واحداً فقط (١٦%) في كل من وسائل الإعلام الأمريكية السائدة والممولة من الحكومة تضمنت محتوى إيجابياً (الشكل ١). تضمنت منشورات وسائل الإعلام الحكومية الصينية أيضاً عدداً أقل بكثير من المنشورات السلبية مقارنة بوسائل الإعلام الأمريكية، مع ستة منشورات في المجموعة الصينية (٢٠%) مقارنة بـ ١١ (٣٧%) للوسائط السائدة في الولايات المتحدة وسبعة (٢٣%) لوسائل الإعلام التي تمولها الحكومة الأمريكية.

ويوضح الشكل (١) أن وسائل الإعلام الحكومية الصينية لديها نسبة أعلى بكثير من المشاركات الإيجابية.



(الشكل ١) عدد المشاركات السلبية والإيجابية لكل من المنافذ الثلاثة لمحتوى ٩٠ منشور

لفهم هذا الإطار السردي بشكل أكبر، قام البحث بفحص استخدام كلمة "مريض" في جميع بيئات الوسائط الثلاث في جميع المشاركات التي شاركوها. ظهر "المريض" في ١٦% منشورًا من منشورات وسائل الإعلام الحكومية الصينية، ولكن ٣% و ٧% فقط في المنشور الرئيسي والحكومة في الولايات المتحدة.

تم استخدام المصطلحين "مصاب" و "فيروس كورونا" في أغلب الأحيان بالتتابع مع "المريض" في جميع وسائل الإعلام. فيما وراء هذين المصطلحين، كانت هناك اختلافات كبيرة. في حين ركزت وسائل الإعلام الأمريكية الرئيسية على الإبلاغ عن مرض المريض (باستخدام كلمات مثل "مريض" أو "انهيار")، ذكرت وسائل الإعلام الصينية بشكل متكرر المصطلحات المتعلقة بالعلاج والتعافي ("العلاج" و "الشفاء" و "الخروج").

على الرغم من ظهور كلمة "علاج" على أنها كبيرة في وسائل الإعلام التي تمولها الحكومة الأمريكية، فقد حدث أيضًا "تأثر" و "مات" و "تم تشخيصه". ركزت وسائل الإعلام الحكومية الصينية على التعافي بينما ركزت المقالات الأمريكية على شدة المرض والوفاة.

## ٢- نتائج: تشيد وسائل الإعلام الصينية باستجابة الحكومة الصينية، بينما تسلط وسائل الإعلام الأمريكية والغربية الضوء على الإخفاقات التي سببتها الجائحة.

هناك تباينًا كبيرًا آخر في التغطية المتعلقة باستجابة الحكومة الصينية للأزمة. تم تأطير استجابة الحكومة الصينية على أنها تتسم بالكفاءة والفعالية والشفافية، دون انحراف. في المقابل، أبرزت وسائل الإعلام الأمريكية إخفاقات الصين بشكل أكبر.

لتقييم روايات الإستجابة الحكومية، تم اختيار ٣٠ مشاركة (share) تشير إلى الكلمات الرئيسية المتعلقة بالحكومة الصينية ١٥ لكل من أنواع المنافذ الثلاثة لعينة إجمالية من ٩٠ منشورًا.

ثم بعد ذلك ترميز هذه المنشورات على أنها غير موثوقة أو محايدة أو موثوقة في تأطيرها لرد الحكومة الصينية. في عينة نشر وسائل الإعلام الحكومية الصينية، استخدمت ١٣ منشورًا (٤٣%) تأطيرًا إيجابيًا، في حين أن منشورًا واحدًا فقط (٣%) في الولايات المتحدة صاغت وسائل الإعلام السائدة واثنان (٧%) في المنافذ التي تمولها الحكومة الأمريكية استجابة الحكومة الصينية بشكل إيجابي. علاوة على ذلك، لم يكن هناك سوى منشور واحد (٣%) غير موثوق للحكومة في عينة وسائل الإعلام الحكومية الصينية، مقارنة بـ ١٢ (٤٠%) و ١١ (٣٧%) في وسائل الإعلام الأمريكية الرئيسية والمنافذ التي تمولها الحكومة الأمريكية، على التوالي. أشادت وسائل الإعلام الحكومية الصينية باستمرار بجهود الرئيس شي لمكافحة الوباء. في المقابل، الولايات المتحدة.

**٣- نتائج:** هناك علاقة إيجابية بين إحتواء الجائحة (إيقاف إنتشار العدوى) كإستراتيجيات لتحسين الصورة وبين مدى إعتقاد الصحف الصينية على تقنيات الذكاء الإصطناعي.

**جدول ٢ مدى كفاءة الصحف والمؤسسات الإعلامية فى توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي وإستراتيجيات تحسين الصورة أثناء وبعد الجائحة يوضحها الجدول التالى:**

استراتيجيات تحسين الصورة	كفاءة الصحف والمؤسسات الإعلامية فى توظيف تقنيات الذكاء الإصطناعي	الأطر الصينية فى مقابل الأطر الأمريكية والغربية
١ - إحتواء الجائحة (إيقاف إنتشار العدوى). ٢ - مراقبة الأمراض باستخدام التقنيات الحديثة للذكاء الإصطناعي. ٣ - دعم المرحلة الإنتقالية خاصة بعد جائحة كورونا والتخفيف من الآثار المستقبلية لها ٤ - تحقيق الأمن الغذائى وتوفير الخدمات الملحة. ٥ - حوكمة القطاعات الإستراتيجية. ٦ - ضمان توفر البيانات والتكامل بين الوزارات والشركاء المعنيين. ٧ - ضمان الحصول على اللقاحات.	١ - مدى الإعتقاد على تحليل البيانات. ٢ - سرعة تحليل البيانات الضخمة ٣ - مدى الإعتقاد على البلوك تشين كنموذج إيرادات مدفوع لتمويل تغطية الموضوعات التى تهم (القراء والصحفيين). ٤ - عدد مرات إستخدام تقنية Deep fake. ٥ - مدى إعتقاد المؤسسات الإعلامية على الحوسبة السحابية خاصة فى الحفاظ على المحتوى (الفيديو) من القرصنة وسرعة إكتشاف المخالفات. ٦ - مدى استخدام المؤسسة الإعلامية منصات إنترنت الأشياء	الصحف الصينية والأمريكية والأوروبية (عينة الدراسة)

**٤- نتائج هناك علاقة إيجابية بين المحتوى المتعلق (المدعوم بتقنيات الذكاء الإصطناعي وتحسين صورة الصين أثناء وبعد الجائحة).**

إتفقت نتائج الجدول السابق مع دراسة (Cui&wu2019) والتي أكدت أن الجمهور الصينى يدعم تقنيات AI ويرى أن لها فوائد أكثر من المخاطر.

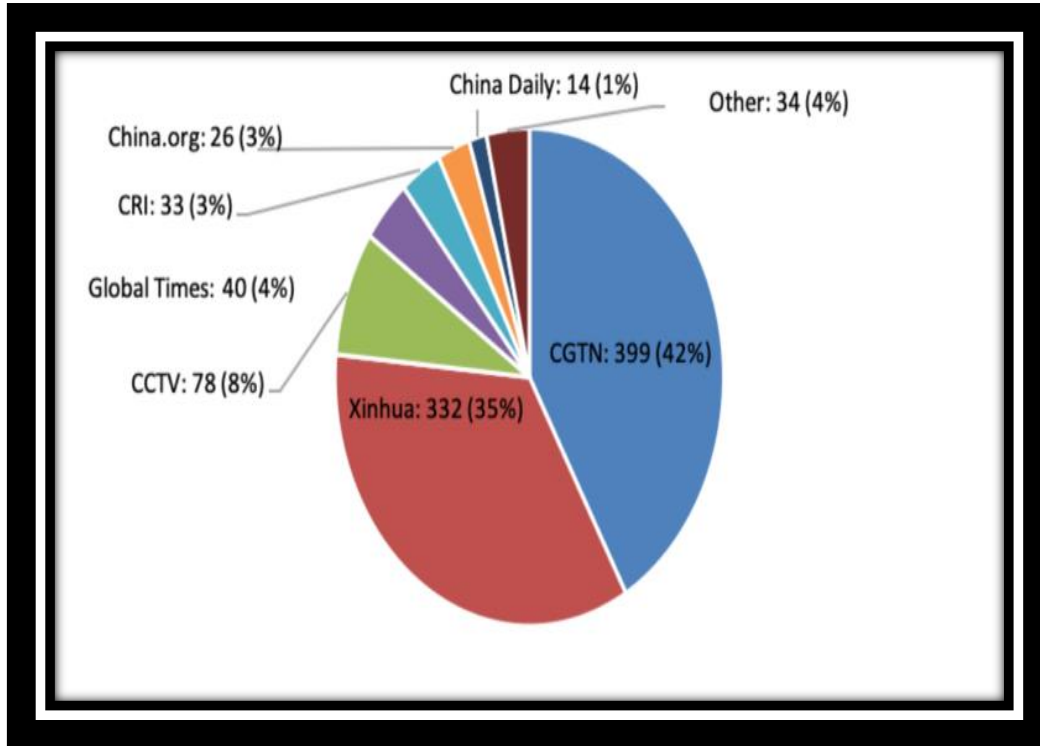
وأتفقت أيضا مع دراسة (داكسو ٢٠٢٠) والتي وجدت تطورات غير مسبوقه فى البيانات الضخمة و AI فى محاولة لإحتواء تفشى المرض. وترى الباحثة غلبة الاتجاه السلبي على الإطار(الصحف الصينية) فى حالة أطر "المسئولية أو المحاسبة، النمذجة، التحذير أو التخويف"، فى حين غلبة الاتجاه الإيجابي فى إطار الدعم أو المساندة، وغلبة الاتجاه المحايد فى حالة إطار النتائج الاقتصادية، إطار الاهتمامات الإنسانية.

**٥- نتائج: وسائل الإعلام الحكومية الصينية تدفع لتضخيم الروايات ذات الأولوية العالية** حيث استخدمت وسائل الإعلام الحكومية الصينية صفحات Facebook ذات الإعلانات المدفوعة - لزيادة المتابعين وزيادة جمهور محتواها. لكى تغير كل من حجم ونبرة الإعلانات عندما بدأ تفشى الفيروس.

٥-١ نتائج: تستهدف إعلانات وسائل الإعلام الحكومية الصينية الناطقين باللغة الإنجليزية فى جميع أنحاء العالم توفر إعلانات Facebook للحسابات طريقة لدفع المنشورات إلى

الأشخاص الذين لا يتابعونها بالفعل، ويمكن استهدافها للمشاهدين حسب البلد أو الإهتمام أو المعايير الديموغرافية الأخرى. يمكن أن تشير بيانات الإستهداف الإقليمي إلى تحديد أولويات الجمهور الجغرافي لمالك الصفحة، كما يوفر فحص محتوى الإعلانات رؤى حول الموضوعات ذات الأولوية.

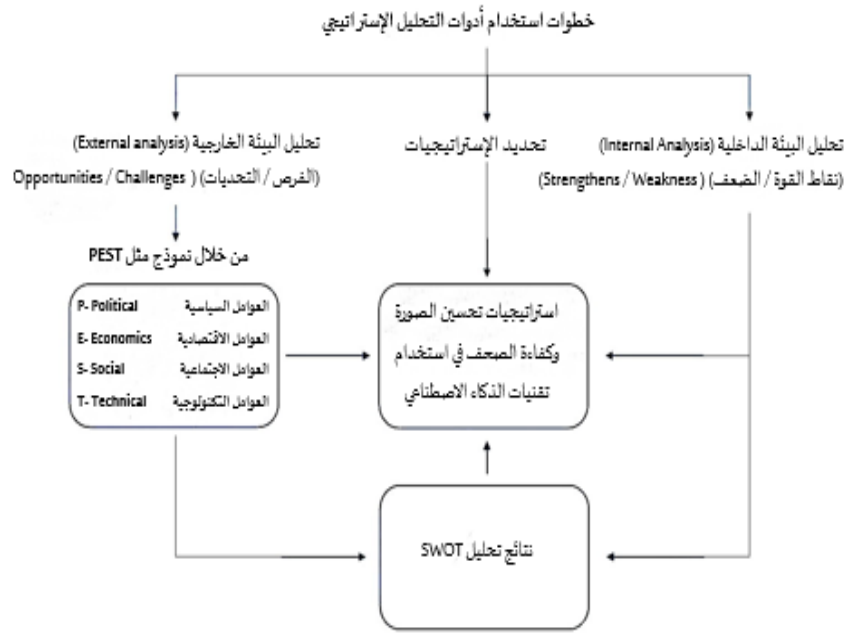
٢:٥ نتائج: وأظهرت النتائج أيضا أن الإعلانات التي تديرها صفحات وسائل الإعلام الحكومية الصينية المنشورة باللغة الإنجليزية في مجموعة البيانات من ٣٠ ديسمبر/٢٠١٩/فبراير ٢٠٢١. يبدو أن الإعلانات مستهدفة جغرافيا عبر مجموعة من المناطق داخل الصين. أعادت واجهة برمجة تطبيقات إعلانات Facebook قوائم بالمدن والمناطق التي تم فيها عرض المحتوى للمستخدمين. وبالتالي ؛ تشير العديد من المناطق إلى أن العروض الترويجية المدفوعة والمدعومة بالذكاء الاصطناعي تساعد في تنمية جمهور عالمي لوسائل الإعلام الحكومية الصينية وبالتالي أثرت في رسم صورة نمطية إيجابية للصين. والشكل (٣) يوضح ذلك



شكل (٣) عدد الإعلانات المنشورة في كل صفحة الخاصة بوسائل الإعلام الحكومية الصينية على الفيسبوك بداية من ٣٠ ديسمبر ٢٠١٩ حتى إبريل ٢٠٢٠.

وللإجابة على التساؤل الثاني للدراسة: ما هي فرص وتحديات استخدام المؤسسات الإعلامية والصحفية لتقنيات الذكاء الاصطناعي كبيئة داعمة لتحسين الصورة؟ وتحقيقاً للهدف الثاني للدراسة إستخدم البحث أدوات التحليل الرباعي (الفرص – التحديات – القوة – والضعف) والشكل (٤) يوضح ذلك بالتفصيل:

من خلال أدوات التحليل الرباعي وتحليل نتائج الدراسات السابقة والوضع الراهن توصل البحث الراهن إلى الآتي:



الفرص: شكل رقم (٤) المصدر: الباحثة

- تعزيز العمل الصحفي بدل من استبداله.
- سرعة إنتاج الأخبار لغات متعددة في وقت قصير

التحديات:

توصل الدراسة إلى ٦ تحديات رئيسية يجب معالجتها وهي:

وصنفها البحث الراهن إلى (تحديات تقنية – تحديات حوكمة) من خلال نموذج مثل PEST

**مدى توافر البيانات:** يعمل التعلم الآلي بشكل أفضل عندما تكون هناك بيانات كافية لالتقاط الأنماط والتعلم منها وتحسين النظام وفقاً لذلك. بينما يمكن للبشر مقارنة التجارب والاستجابات المثلثي من خلال عدد قليل من التجارب المماثلة، يتطلب الذكاء الاصطناعي



كميات كبيرة من البيانات لمعرفة ما يجب أن تكون عليه الاستجابة الصحيحة بدون توافر البيانات، تكون قدرة الذكاء الاصطناعي محدودة.

الإفتقار إلى الوعي الذاتي: لا يستطيع الذكاء الاصطناعي تفسير نتاجه لماذا كتب ما فعله، أو كيف وصل إلى هناك. لفهم كيفية ترجمة البيانات إلى قصة معينة، يجب التفكير بعناية في تصميم الذكاء الاصطناعي ليكون مسؤولاً أمام المستهلكين. عند تطبيقها على الأخبار، يجدر النظر فيما إذا كانت هناك حاجة إلى تطوير معايير صحفية جديدة حتى يعرف المستخدمون ما إذا كانت القصة من تأليف آلة أو بواسطة إنسان.

فهم البيانات غير المهيكلة يواجه الذكاء الاصطناعي أيضًا صعوبة في التعامل مع البيانات غير المهيكلة. يمكن ترجمة النتائج المجدولة للألعاب الرياضية أو بيانات الأرباح بسهولة إلى مقالات باستخدام قوالب موحدة ولكن إذا كان للذكاء الاصطناعي أن ينتشر على نطاق واسع في المؤسسات الصحفية، فسوف يحتاج إلى تسخير وتوليف البيانات غير المنظمة، والتي تشكل معظم البيانات المتاحة اليوم.

### تحديات حوكمة:

إعادة تعريف حق المؤلف والاستخدام العادل لطالما تحددت التقنيات الجديدة قوانين حقوق النشر في الصناعات الإبداعية. من المحتمل أن يشكل التعلم الآلي صراعًا جديدًا، لأن الذكاء الاصطناعي يعتبر من الأعمال "التعبيرية" التي ابتكرها الإنسان - مجموعة بيانات من المقالات أو اللوحات أو الموسيقى، على سبيل المثال، تميل إلى امتلاك حقوق - وتوليد مخرجاتها الخاصة.

**ضمان مساءلة الشركات:** بما أنه لا يمكن تحميل الذكاء الاصطناعي المسؤولية القانونية، فإن المساءلة البشرية يجب أن تكون جزءًا لا يتجزأ من جميع مراحل سلسلة قيمة المحتوى.

يملك موزعو المحتوى مثل Facebook و Google و Twitter قوة لا مثيل لها في إعلام وتشكيل الرأي العام، لأن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تُستخدم لتحديد القيمة النسبية للمحتوى الذي يظهر أمام المستخدمين وبالتالي، فإن المنصات بصفتها مالكي وسائل (إنتاج المحتوى) تتحمل مسؤولية منع نشر المعلومات الضارة والترويج لها من خلال الخوارزميات التي طوروها. في حين أن هناك حاجة إلى تدابير أفضل لضمان إيقاف المحتوى المضلل عمدًا من الأساس، قد يتساءل المرء عما إذا كانت الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة قائمة لأن الحوافز التجارية لزيادة المشاركة أكبر من أن تقاوم.

**تفاهم القوة غير المتكافئة:** تقوم أكبر غرف الأخبار ببناء الذكاء الاصطناعي الخاص بها، لكن المنافذ الصغيرة قد لا تمتلك القدرة المالية أو الخبرة التقنية وسيُضطر إلى ترخيص محتوى خاص. الخوف هو أن اختيار "الشراء" بدلاً من "البناء" يغذي "سباق تسلح للذكاء الاصطناعي" وينتج عن ذلك شركات ومؤسسات تمتلك ( تنتج ) هذه التقنيات ومؤسسات تستهلك هذه التقنيات.

### (عدم المساواة بين المؤسسات الصغيرة والكبيرة)

- كان ينظر إلى أدوار غرفة الأخبار على أنها تتغير بشكل أكبر من خلال زيادة الأدوار الحالية بدلاً من استبدال الوظائف. ستكون هناك مهام جديدة للأشخاص في الأدوار الحالية ومهام سير العمل الجديدة، ولكن هناك القليل من الأدوار الجديدة الخاصة بالذكاء الاصطناعي.
- الموارد المالية
- والمعرفة أو المهارات
- المقاومة الثقافية لهذه التقنيات.
- الخوف من فقدان الوظائف.

### التحديات:

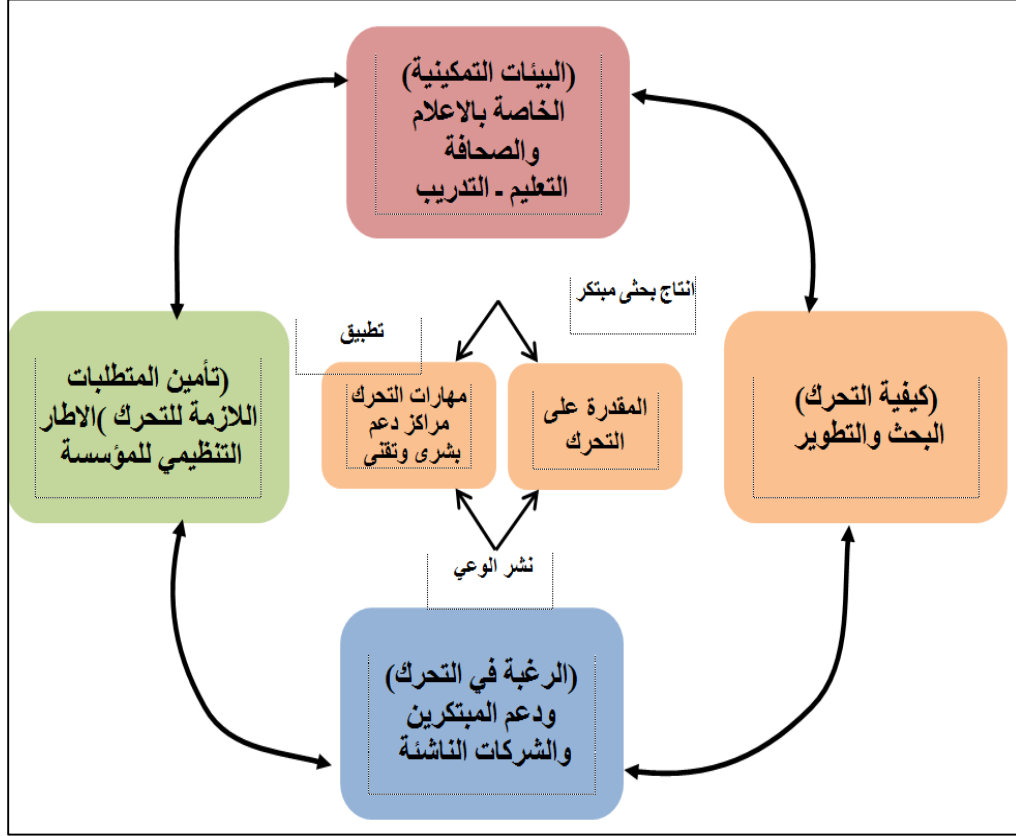
- عدم وجود إطار أخلاقي موحد لهذه التقنيات.
- التحيز الخوارزمي لأن الخوارزميات من صنع البشر.

### القوة:

- استخدام الروبوت المراسل لتغطية الأخبار في مناطق النزاعات والأكثر خطورة.
- إفساح الطريق للصحفيين لكتابة المقالات النوعية والنقدية.
- محاربة المحتوى الزائف.

إتفقت نتائج التحليل الرباعي مع دراسة كلا من (وليد،حسون ٢٠١٩) و هيل (٢٠١٨)، بيكيت (٢٠١٩)، سعد طلعت (٢٠٢٠) بالإضافة إلى مارك هنسين (٢٠١٧) والتي أكدت أن أدوات AI قدرة على مساعدة الصحفيين على سرد أنواع جديدة من القصص وتعزيز وتسريع العمل الصحفي.

## الإطار الإستراتيجي المقترح لإستخدام A1 في المؤسسات الصحفية والإعلامية



شكل (٥) المصدر الباحثة

- ١ – تحسين التعليم والتدريب (البيئات التمكينية الخاصة بالإعلام والصحافة)
- ٢ – تعزيز قاعدة البحث والتطوير المبني على هذا النوع من التكنولوجيا وحتمية التميز البحثي في هذا المجال. (كيفية التحرك)
- ٣ – تقوية وتعزيز الإطار التنظيمي في المؤسسات الصحفية. (تأمين المتطلبات اللازمة للتحرك)
- ٤ – تقديم الدعم اللازم للمبتكرين في مجال الذكاء الاصطناعي بشكل عام ومجال صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل خاص. (الرغبة في التحرك).
- ٥ – نشر الوعي اللازم بهذه التقنيات من بداية المجتمع الأكاديمي (البحثي) حتى الوسائط الرقمية (الناشر). (المقدرة على التحرك).
- ٦ – عمل مراكز دعم للذكاء الاصطناعي (AI support) داخل المؤسسات الصحفية. (مهارات التحرك)

### ملخص نتائج الدراسة:-

- ١- أكدت الدراسة أن هناك إتجاها إيجابيا فى وسائل الإعلام الحكومية الصينية حيث أن وسائل الإعلام الحكومية الصينية لديها نسبة أعلى من المشاركات الإيجابية بنسبة ٣٩%.
- ٢- هناك تباين فى التغطية المتعلقة باستجابة الحكومة الصينية للأزمة بينما تسلط وسائل الإعلام الأمريكية والغربية على إخفاقات الصين بشكل كبير.
- ٣- هناك علاقة إيجابية بين (إيقاف إنتشار العدوى) كاستراتيجية لتحسين الصورة (أثناء وبعد الجائحة) وبين مدى اعتماد وسائل الإعلام الصينية على تقنيات الذكاء الاصطناعى.
- ٤- توصلت الدراسة أن هناك سبعة إستراتيجيات لتحسين الصورة وهى:
  - إحتواء الجائحة (إيقاف إنتشار العدور).
  - مراقبة الأمراض باستخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعى.
  - دعم المرحلة الإنتقالية خاصة بعد جائحة كورونا والتخفيف من الآثار المستقبلية لها.
  - تحقيق الأمن الغذائى وتوفير الخدمات الملحة.
  - حوكمة القطاعات الإستراتيجية.
  - ضمان توفير البيانات.
  - ضمان الحصول على اللقاحات.
- ٥- هناك علاقة إيجابية بين محتوى الحكومة الصينية المدعوم بتقنيات الذكاء الاصطناعى وتحسين صورة الصين اثناء وبعد الجائحة والسبب فى ذلك نتيجة إستخدام الصين تقنية البلوك تشين " سلسلة الكتل " كنموذج إيرادات مدفوع لتمويل تغطية الموضوعات التى تهتم القراء والصحفيين ( الموضوعات ذات الأولوية " إلى جانب إستخدام وسائل الإعلام الصينية NLP معالجة اللغة الطبيعية للترويج للروايات الإيجابية للمحتوى الصينى.
- ٦- استخدمت وسائل الإعلام الحكومية الصينية صفحات الفيسبوك ذات الإعلانات المدفوعة لكى تغير كل من حجم ونبرة الإعلانات عندما بدأ تفشى الفيروس بالإضافة إلى أن العروض الترويجية المعززة بالذكاء الاصطناعى ساعدت فى حشد جمهور عالمى لوسائل الإعلام الصينية وبالتالي أثرت فى رسم صورة نمطية إيجابية للصين.

### التوصيات

- ١ – بناء نموذج جديد مستدام لتمويل الصحافة وهى عبارة عن فكرة لا مركزية للقراء والصحفيين (ذاتية الدعم ) كنموذج لإيرادات مدفوع لتمويل تغطية الموضوعات الملحة والتي لها أثر إستراتيجى.
- ٢ – وضع خطط تنفيذية داخل المؤسسات الإعلامية والصحفية المصرية والعربية تتوافق وإستراتيجية الذكاء الإصطناعى للدولة.
- ٣ – التكامل بين المؤسسات الصحفية والإعلامية من جهة وشركات تكنولوجيا المعلومات ومؤسسات الدولة من جهة أخرى على تمويل وتوطين تقنيات الذكاء الإصطناعى فى الصحافة والإعلام فى العالم العربى.
- ٤ – العمل على إصدار تشريعات منظمة لتوظيف هذه التقنيات بالكفاءة المطلوبة وفق للمعايير الدولية.
- ٥ – الإبتعاد عن الإتجاه الأحادى الجانب والإهتمام بوجهات النظر المتعددة خاصة فى وقت الأزمات.

## المراجع:

### أولا المراجع العربية

١. إيهاب خليفة: ملامح وتداعيات هيمنة الآلات الذكية على حياة البشر، مركز دراسات المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة- أبو ظبي مجلة اتجاهات الأحداث، العدد 27، 2018، ص ١١
٢. سعد سعد، طلعت عيسى (٢٠٢٠) تكامل أو استبدال الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوت، المجلة الدولية للإعلام والصحافة والاتصال الجماهيري (IJMJMC) المجلد ٦، العدد ٣، ٢٠٢٠، xell Roca- PP 01-13 ISSN 2454-9479
٣. محمد السديري (٢٠٢٠) دور الرسائل الإعلامية في تشكيل الرواية العالمية لتفشي فيروس كورونا- معهد دول الخليج العربية – واشنطن – مارس ٢٠٢٠
٤. وليد على، محمد حسون (٢٠١٩) الذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية التحديات المعاصرة والفرص الجديدة، المجلة الدولية للإعلام والصحافة والاتصال الجماهيري (IJMJMC) المجلد ٥، العدد ١، ٢٠١٩، PP 40-49.

### ثانيا: المراجع الأجنبية

1. Dawson D and Schleiger E, Horton J, McLaughlin J, Robinson C, Quezada G, Scowcroft J, and Hajkowitz S, Artificial Intelligence: Australia's Ethics Framework, Data61 CSIRO, 2019, p. 14.
2. Ghosh M (2019) Understanding the news seeking behavior online: a study of young audiences in India. Media Watch P:55&63
3. Jingwei He , Shi & Hongdou (2020) Crisis governance, Chinese style: distinctive features of China's response to the Covid-19 pandemic, Policy Design and practice
4. Kusuma KS (2018) Media, technology and protest: an Indian experience. Language in India, 18(7).
5. Mariya Yao, et al.(2018) Applied Artificial intelligence: A handbook for Business Leaders. USA. TOPBTS Inc. P: 7&15.
6. McCarthy J, Minsky M, Rochester N, Shannon C, A proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence, August 31 1955, AI Magazine, Vol 27 No.4: Winter 2006, Association for the Advancement of Artificial Intelligence, December 2006, p. 12.

7. **Pandemics & Propaganda: How Chinese State Media Creates and Propagates CCP Coronavirus Narratives (Molter & Dinezeta) The Harvard Kennedy School Misinformation Review 1 June 2020, Volume 1, Special Issue on Covid-19 and Misinformation Personal data Protection Commission – PDPC (2019), A proposed Model Artificial intelligence framework. Singapore: PDPC. P:4.**
8. **The 2016 Review of the Australian Communications and Media Authority identified eight ‘enduring policy concepts’, which are public policy objectives that are likely to remain relevant to the communications sector regardless of future changes in the market, society and technology and where regulation is likely to have an ongoing role. Department of Communications and the Arts, Review of the Australian Communications and Media Authority Final Report, 2016, p. 86.**
9. **Jie Zhou, Shu Tang, Qifan Jia 2020 The Content and Predictors of Government Stereotype in China: The Role of Medias and Social Attitudes, association for computing machinery.USA**
10. **Roberts, H., Cowls, J., Morley, J. et al. The Chinese approach to artificial intelligence: an analysis of policy, ethics, and regulation. AI & Soc (2020).020March 2020**
11. **Pew Research Center, 2020 , Washington, D.C.**
12. **Yi Zheng , Edmund Goh & Jun Wen, The effects of misleading media reports about OVID-19 on Chinese tourists’ mental health: a perspective article, An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Volume 31, Issue 2, 2020 ,pp. 337-340.**
13. **StPrejudice Toward Asian Americans in the Covid-19 Pandemic: The Effects of Social Media Use in the United States TLE=Prejudice Asia**
14. **Cui and Wu:2019 The influence of media use on public perceptions of artificial intelligence in China.0March 2020**
15. **Mark Hansen & others ,(2017) (Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism ,hBrown Institute for Media Innovation Tow Center for Digital Journalism. Columbia eritxell Roca-Sales March 2020**

16. Carl-Gustav Lindén (2017) Algorithms for journalism: The future of news work, *The Journal of Media Innovations* 4.1 (2017), 60-76., University of Helsinki.
17. Graefe, Andreas (January 7, 2016). Guide to Automated Journalism. New York City: Columbia Journalism Review. Get accessed in 11Jan 2021.
18. ritDeGeurin, M.Hall (2018, April 4). “A Startup Media Site Says AI Can Take Bias Out of News”. Vice. xell Roca-Sales March 2020
19. Beckett, C. (2019, November). New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence. The London School of Economics and Political science. Available at <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2019/11/18/new-powers-new-responsibilities/> itxell Roca
20. Daxue (2020) THE AI ECOSYSTEM IN CHINA ,March 2020 BEIJING | SHANGHAI | HONG KONG.2020 March 2020
21. Encyclopædia Britannica (2019) Journalism. Retrieved from July 10, 2019. <https://www.britannica.com/topic/journalism>