

اتجاه محرري غرف الأخبار التلفزيونية نحو أخلاقيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري

د. أمل نبيل بدر*

ملخص الدراسة:

تتبلور مشكلة البحث في "كيف تتشكل العلاقة بين الأدوار التي تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري واتجاهات محرري غرف الأخبار داخل قنوات القاهرة الإخبارية، وسكاي نيوز، والعربية، وبي بي سي عربية، نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيفها والاستفادة منها في صناعة الأخبار؟..

يقع البحث في إطار البحوث الوصفية، وباستخدام أداة الاستبيان، وعلى عينة متاحة قوامها (١٦٨ مفردة) من محرري غرف الأخبار داخل القنوات الأربع.

وقد خلص البحث إلى أن أغلب المحررين يميلون إلى الخيارات الأسهل على مستوى الاستفادة من التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الخبري، فهم يفضلون الخوارزميات "البرامج" على التكنولوجيا المعقدة "الأجهزة مثل الدرونز والروبوتس". وتظهر قنوات سكاي نيوز والعربية كأكثر القنوات الإخبارية اتجاهاً إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، مقارنة بقناتي بي بي سي عربية والقاهرة الإخبارية. ولا تهتم القنوات الإخبارية بتدريب محرري غرف الأخبار على الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بالقدر الكافي. وتعد قناة سكاي نيوز الأكثر اهتماماً بتدريب محرريها على "أساسيات الذكاء الصناعي". وكذلك ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري. وأيضاً بين اتجاه المحررين نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، طبقاً للنوع.

ويوصي البحث في الختام بضرورة التخطيط الدقيق للاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى داخل غرف الأخبار التلفزيونية، والتوازن ما بين الاستثمار في التقنيات والعنصر البشري العامل داخل هذه الغرف، وتخصيص ميزانيات كافية لتدريب الكوادر البشرية على الاستفادة من هذه التقنيات.

الكلمات الرئيسية: الذكاء الاصطناعي، غرف الأخبار، صناعة المحتوى الخبري، القنوات الإخبارية، الأكواد الأخلاقية، محررو الأخبار.

* أستاذ مشارك بكلية الإعلام - جامعة عجمان

Television newsroom editors' inclinations: Towards the ethics of employing artificial intelligence techniques in creating news content

Abstract:

This research paper explores how newsroom editors, in media outlets including Cairo News Channels, Sky News Al Arabiya and BBC Arabic perceive the considerations associated with the use of artificial intelligence (AI) technologies in news content creation.

Using a questionnaire-based approach this study collected data from 168 newsroom editors across these four channels. The findings indicate that a majority of editors prefer AI solutions over complex technologies such as drones and robots when producing news content. Particularly Sky News and Al Arabiya show an inclination towards embracing AI techniques compared to BBC Arabic and Cairo News. Additionally, the study highlights that there is an investment by news channels in training their editors to effectively utilize AI technologies. Sky News stands out for its interest in providing AI training for editors.

Furthermore, the research identifies differences in editors' attitudes, towards the roles of artificial intelligence in maintaining the integrity of informational and visual content.

Furthermore, it showcases the differing viewpoints of editors regarding the influence of AI, on the involvement of humans in newsrooms.

This study emphasizes the need for a planned approach to utilize intelligence in television newsrooms. It suggests a strategy that combines investment in technology while also nurturing the aspect of news production. It is considered vital to allocate budgets, for training newsroom staff to effectively utilize these technologies.

Keywords: artificial intelligence, ethical codes, news channels, news content creation, news editors, newsrooms.

مقدمة:

تعد تقنيات الذكاء الاصطناعي اليوم جزءاً لا يتجزأ من بيئة العمل الإعلامي داخل غرف الأخبار، نظراً لما تقدمه من أدوات تساهم في تطوير أساليب صناعة المحتوى الإخباري، وتتنوع هذه الأدوات ما بين روبوتات تساهم في التغطية الإخبارية وتقديم المحتوى ومعالجته وإدارته، وخوارزميات متنوعة بات تدخل في المراحل المختلفة لصناعة القصص الإخبارية، بما في ذلك كتابتها وتحريرها، وخوارزميات أخرى تساهم في تحليل البيانات الضخمة والاستخلاص منها، بالإضافة إلى مهام أخرى عديدة. "وينظر حالياً إلى روبوتات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي كأهم ثورة للصحافة في العصر الرقمي، حيث فرضت على العاملين في الإعلام إعادة تنظيم غرف الأخبار بشكل جديد يتناغم مع الإمكانيات الكبيرة التي توفرها الخوارزميات للمحررين بمعالجة حجم كبير من البيانات في فترة زمنية محدودة، وإنشاء قصص إخبارية من بيانات منظمة وتقديمها تلقائياً، بالإضافة إلى تغطية أكثر تنوعاً" (Pashevich, 2018: 5).

فقد غيرت تقنيات الذكاء الاصطناعي الطريقة التي يتفاعل بها المحررون، داخل غرف الأخبار، مع المحتوى، وسهلت عليهم إدارة المهام التحريرية، بسبب ما وفرته من أدوات تمكّنهم من تحليل البيانات من مصادر متعددة، إلى جانب تحويل الكلمات المنطوقة إلى نصوص، وتحويل النصوص إلى صوت وفيديو، فضلاً عن تحليل الصور وتصنيفها، وغير ذلك، كما تساعدهم على مواجهة واحدة من أهم الظواهر التي تهدد صناعة الأخبار، والمتمثلة في الأخبار الكاذبة، حيث تلعب الخوارزميات المتخصصة في هذا المجال دوراً مهماً في اكتشاف المعلومات الكاذبة والصور والفيديوهات الملققة. باختصار، يمكننا القول بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد محرري غرف الأخبار على البقاء والتغلب على العديد من المشاكل الأساسية التي تواجههم خلال العمل اليومي (All & Hassoun, 2019:42).

ويشير تنامي معدلات اعتماد محرري غرف الأخبار على تقنيات الذكاء الاصطناعي العديد من القضايا والإشكاليات الأخلاقية، من بينها: مسألة المسؤولية الأخلاقية عن صناعة المحتوى الإخباري، وضرورة تنبيه القارئ إلى أن المحتوى الإخباري الذي يطالعه تم صناعته عبر الروبوتس أو الخوارزميات، خصوصاً وأن القارئ لا يستطيع التمييز بين القصة التي كتبها محرر والقصة المكتوبة عبر إحدى الخوارزميات، وأهمية حسم المسؤولية القانونية عن المادة الإخبارية الآلية، وخصوصاً فيما يتعلق بصحة الحقائق، إذا اشتمل المحتوى على بيانات خاطئة (Kim, 2019: 19). كما أثبتت إشكالية إحلال الروبوتس والخوارزميات محل البشر داخل غرف الأخبار وما يتعلق بذلك من إشكاليات أخلاقية وتأثيرات مهنية أبرزها محاصرة مساحات الإبداع البشري في صناعة الأخبار (Pashevich, 2018: 11). على مستوى آخر تفتح مسألة حوسبة صناعة الأخبار نقاشات أخرى تتعلق بموضوع إنشاء قواعد البيانات التي تعمل في ضوئها الخوارزميات. فخطوة كتابة النص لن تكون محل جدل كبير، لأن الآلة هي التي تقوم بالمهمة، وما يتوجب الالتفات إليه حقيقة هو عملية إنشاء قواعد البيانات التي تستخدمها الخوارزمية في كتابة النص، ومسئولية الصحفيين عن تزويد هذه القواعد بالبيانات الدقيقة والصحيحة والمحايدة. ففي

الصحافة الخوارزمية يعد الصحفي هو المسئول الأول عن تخزين البيانات وترتيبها، كما يلعب دوراً مهماً مع المبرمجين في إنشاء الخوارزمية (López & Bran, 2019: 1420). ومن المنظور الأخلاقي أيضاً لا بد أن تخضع الخوارزميات لعملية مراجعة منتظمة وتحديثها إذا لزم الأمر، وفهم كيفية استخدام الصحفيين للبيانات الضخمة والمعايير المهنية والأخلاقية التي تحكمهم في هذا السياق (Tandoc & Oh, 2017: 1003).

وقد تبلور حول الإشكاليات الأخلاقية التي يثيرها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار اتجاهان أساسيان، الأول هو الاتجاه التفاؤلي والثاني الاتجاه التشاؤمي. فاتجاهات محرري غرف الأخبار تتباين ما بين متشائم ومتفائل بما ستصبح عليه الوظيفة البشرية بعد تغلغل الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، اعتماداً على المؤشرات الرئيسية ذات الأبعاد التكنولوجية والمهنية والاقتصادية، بالإضافة إلى تأثيرات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى الإخباري وتأثيراته على الجمهور (Serdouk & Bessam, 2023: 103). يجادل أصحاب الاتجاه التفاؤلي بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستعزز عمل محرري الأخبار بدلاً من أن تحل محلهم، مما يعني أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي لن تحل محل الصحفيين البشريين بالكامل في غرف الأخبار في المستقبل القريب. على هذا النحو، تظهر الاتجاهات الحديثة أن غرف الأخبار لا تزال تلعب دوراً حاسماً في إعلام الناس بالأحداث الجارية، وبالتالي فإن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تمثل تحدياً للعاملين فيها، بل تقدم قيمة مضافة للعنصر البشري المسئول عن صناعة الأخبار، وتعزز عمله فيما يتعلق بتدقيق المعلومات الكاذبة والتحقق من مصداقية الأخبار، والالتزام بدرجة أكبر من الشفافية في إسناد المعلومات إلى مصادرها البشرية أو الآلية. في المقابل يرى أصحاب الاتجاه التشاؤمي أن هناك العديد من المخاوف العملية التي تهدد مستقبل الصحفيين، جراء اعتماد غرف الأخبار على تقنيات الذكاء الاصطناعي، لا سيما مع الدور المتزايد للخوارزميات في الشركات الإخبارية الكبرى وما يترتب على ذلك من استبدال الصحفيين بالآلة. وبشكل أعمق، فإن الحاجة إلى وجود بشري في غرفة الأخبار تنقلص، ولن يصبح المرسلون البشريون المصدر النهائي للأخبار، مما يعني احتمال فقدان الصحفيين لوظائفهم، الأمر الذي يؤدي إلى بطالة واسعة النطاق في المستقبل القريب، فضلاً عن الضغوط المتعلقة باكتساب الصحفيين للمهارات الرقمية وتعلم البرمجة، يضاف إلى ذلك بعض التحفظات التي يبديها البعض على الأدوار العكسية التي يمكن أن تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المحتوى الشهيري، والأخبار الكاذبة، وذلك عبر تغذية أدواته ببيانات لم يتم مراجعتها بالدرجة المطلوبة (All & Hassoun, 2019: 43).

في سياق اختلاف رؤى واتجاهات محرري غرف الأخبار نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على صناعة المحتوى الإخباري يأتي هذا البحث، الذي يحلل اتجاهات محرري غرف الأخبار داخل ٤ قنوات فضائية، تشمل القاهرة الإخبارية، وسكاي نيوز، والعربية، وبي بي سي عربية، نحو الأبعاد الأخلاقية التي تحكم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، وعلاقة اتجاهاتهم الإيجابية أو السلبية نحو هذه الأبعاد بمعدلات استفادتهم من أدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.

مشكلة البحث:

تأخذ العلاقة بين محرري غرف الأخبار وتقنيات الذكاء الاصطناعي شكلاً ديكالكتيكياً (علاقة تأثر وتأثر)، فهذه التقنيات تتدخل حالياً في جميع خطوات صناعة المحتوى الخبري: اكتشاف القصة، وإنتاجها، وتوزيعها، كما تساهم في العديد من مراحل تعامل محرري غرف الأخبار مع البيانات، وخصوصاً البيانات الضخمة، واكتشاف أوليات اهتمام الجمهور بها، مما يساعد المحررين على اختيار القصص الخبرية التي يمكن توزيعها على الفئات المختلفة للقراء تبعاً لاهتماماتهم. ولا يعني ذلك أن الروبوتس وخوارزميات الذكاء الصناعي باتت تتحكم بشكل كامل في صناعة المحتوى الإخباري، لأن محرر الأخبار يتدخلون في صناعة خوارزميات الذكاء الاصطناعي من خلال تخطيط قوالب الكتابة وتوضيح خطواتها للمبرمجين الذين يعدون الخوارزميات التي تتولى كتابة المحتوى الخبري بصورة آلية، كما أن المحررين هم من يزدونها بالبيانات التي تتأسس عليها عملية صناعة المحتوى الإخباري. هذه العلاقة الديكالكتيكية بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وصناع المحتوى الإخباري خلقت تحديات أخلاقية عديدة فيما يتعلق باستخدام هذه التقنيات داخل غرف الأخبار، من بينها الصراع بين العنصر البشري والآلة، خوفاً من أن تحل الخوارزميات والروبوتس محل المحررين، بالإضافة إلى مدى التزام المحررين بتزويد الخوارزميات ببيانات موثوقة من ناحية، ودور الخوارزميات نفسها في التحقق من صدق المعلومات ومكافحة الأخبار الكاذبة من ناحية أخرى، وزد على ذلك أهمية الاستناد إلى مبدأ الشفافية بتوضيح المحتوى الذي تم إنشاؤه عن طريق الخوارزميات، خصوصاً في الموضوعات الاستقصائية (Kim, 2019:17).

فهناك ثلاثة أبعاد أخلاقية أساسية تحكم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، أولها البعد المتعلق بـ(الدمج) والذي يعني الاستفادة من تقنيات الذكاء الصناعي كقيمة مضافة في صناعة الأخبار، وليس كقيمة بديلة للعنصر البشري، وثانيها (المصادقية) بالتحقق من صدق المعلومات التي يتشكل منها المحتوى الخبري، وثالثها (الشفافية)، بما يفرضه على صناع الخبر من تمييز المحتوى البشري من المحتوى الآلي عند تقديم الأخبار، وإسناد كل جزء فيه إلى صانعه،

في ضوء ما سبق تتحدد مشكلة البحث في تساؤل رئيسي: "كيف تتشكل العلاقة بين الأدوار التي تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري واتجاهات محرري غرف الأخبار داخل قنوات القاهرة الإخبارية، وسكاي نيوز، والعربية، وبي بي سي عربية، نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيفها والاستفادة منها في صناعة الأخبار؟

أهداف البحث:

- يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية:
- ١- توصيف تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في صناعة المحتوى الإخباري داخل غرف أخبار قنوات القاهرة الإخبارية، وسكاي نيوز، والعربية، وبي بي سي عربية.
- ٢- توصيف مجالات الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى داخل غرف الأخبار التليفزيونية.

- ٣- توصيف الأبعاد الأخلاقية التي يتبناها محررو غرف الأخبار التلفزيونية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري.
- ٤- تحليل الفروق بين سمات اتجاه محرري غرف الأخبار التلفزيونية نحو الأبعاد الأخلاقية المختلفة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.
- ٥- تحليل العلاقة بين اتجاه محرري غرف الأخبار نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ومعدلات استفادتهم منها في صناعة الأخبار.

أهمية البحث:

يكتسب البحث أهميته من مجموعة الإضافات التي يقدمها على المستويات العلمية، والمنهجية، والتطبيقية، وتحدد في:

- ١- الإضافة العلمية: يأتي هذا البحث ضمن مجموعة قليلة من البحوث التي تتجه إلى تحليل تطبيقات الذكاء الصناعي داخل التجربة الإعلامية العربية، ويسد فجوة بحثية واضحة فيما يتعلق بفهم العوامل التي تؤدي إلى تبني المحررين بغرف الأخبار التلفزيونية لهذه التطبيقات، لأن أغلب الدراسات العربية السابقة ركزت على تحليل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولم تهتم بالقدر الكافي ببحث القائم بالاتصال، والعوامل التي تحكم تبنيه لها، بالإضافة إلى ما تقدمه من نتائج على مستوى فهم وتفسير دور الأبعاد الأخلاقية لدمج تطبيقات الذكاء الصناعي داخل غرف الأخبار في تبني المحررين لها.
- ٢- الإضافة المنهجية: وتحدد في توظيف نظرية "الاحتمية التكنولوجية" في التأسيس لمشكلة الدراسة، بالإضافة إلى الاستفادة من مفاهيمها وفرضياتها في فهم الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري واتجاهات المحررين داخل غرف الأخبار نحوها. وتحدد الإضافة هنا من مراجعة مجموعة الدراسات السابقة ذات الصلة بمشكلة الدراسة، حيث لاحظت الباحثة محدودية استخدامها كإطار نظري لفهم عملية تبني ودمج التكنولوجيا في العمل الإعلامي.
- ٣- الإضافة التطبيقية: وترتبط بالتصور الأخلاقي المتوقع أن يخلص إليه البحث والذي يمكن الاسترشاد به في عملية دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية بصورة تؤدي إلى تقبل المحررين لها والاستفادة منها في صناعة المحتوى الخبري.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

١- الإطار النظري:

يوظف البحث نظرية الاحتمية التكنولوجية Technological Determinism كإطار نظري لبلورة المشكلة البحثية، وتفسير نتائجها. ويستند مفهوم الاحتمية التكنولوجية إلى الأطروحة القائلة بأن استخدام التكنولوجيا يتأثر بالمستخدم ومحيطه الاجتماعي، وبسمات التكنولوجيا نفسها أيضاً. ويجادل أنصار نظرية الاحتمية التكنولوجية بأن المجتمع يتأثر بالتطور التكنولوجي، كما يؤثر في مستوى تبني أو قبول أفراده للمستحدثات التكنولوجية. وهذا الصراع بين المجتمع والتكنولوجيا هو الذي يؤدي في النهاية للوصول إلى نقطة يتكيف

فيها الأفراد مع التقنيات والابتكارات الجديدة. في هذا السياق تتبلور الفرضية الرئيسية لنظرية الحتمية التكنولوجية في أن المجال الاجتماعي وما يسيطر عليه من ظروف يؤثر في تبني الأفراد للتكنولوجيا، وأن إدخال واستخدام التقنيات الجديدة يرتبط بفكرة القبول الاجتماعي (Hauer, 2017: 1). فالمجتمع يتأثر بالتغيرات التقنية، كما يتم إحداث التغيير التقني من قبل المجتمع. والتأثيرات السلبية التي تنسب في أحيان إلى التقنيات التكنولوجية لا تتعلق بالتكنولوجيا في حد ذاتها، بل بسوء استخدام بعض أفراد المجتمع لها، فالمجتمع يجب أن يتكيف مع التكنولوجيا الجديدة بحيث يستطيع الاستفادة منها، وقد أدت التكنولوجيا إلى إعادة هيكلة أساليب العمل داخل العديد من المجالات، من بينها المجال الإعلامي، وباتت الأدوات التكنولوجية تزاخم العنصر البشري في بناء المحتوى وتقديمه وتوزيعه على الجمهور، والمجتمع الإعلامي مطالب بالتكيف معها كتحويل حتمي، يصعب التقلت منه، عبر الاستيعاب الجيد لفوائد هذه الأدوات، ودورها في تطوير الأداء ورفع مستوى جودة المنتج الإعلامي (Mardiana& Daniels, 2019:220).

وخلافاً لنظرية "انعدام الأمان الوظيفي" توفر نظرية الحتمية التكنولوجية إطاراً نظرياً مختلفاً لوصف كيفية تأثير التكنولوجيا على الوظائف البشرية. فنظرية "انعدام الأمان الوظيفي" تفترض أن التكنولوجيا الحديثة تشكل تهديداً للوظائف البشرية، في مقابل نظرية الحتمية التكنولوجية التي أسسها "ماكلوهان" ويذهب فيها إلى أن التكنولوجيا ليست في صراع مع البشر، بل هي حقيقة لا مفر منها يفرضها التطور الإنساني منذ فجر البشرية، وهي عنصر مكمل للجهد البشري وليست منافساً للإنسان، حتى لو فرضت نوعاً من التغيير الكبير على البنية الاجتماعية أو بيئة العمل. وكل تكنولوجيا جديدة تفرض صراعاً جديداً، ينشأ عند اعتمادها داخل نظام العمل. وتأسيساً على ذلك يصح النظر إلى العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والوظيفة البشرية كعلاقة تكاملية (Serdouk& Bessam, 2023: 110).

وتعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية الأنسب لهذا البحث لأنها تنطلق من فرضية أساسية تذهب إلى أن تبني التكنولوجيا الجديدة في مجال الإعلام تعد توجهاً يفرضه تطور أساليب العمل، وبالتالي يصح النظر إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي كقيمة مضافة لأساليب العمل داخل غرف الأخبار، بإمكانها مساعدة المحررين على التغلب على العديد من المشكلات الجوهرية التي تواجههم خلال دورة العمل اليومي، وهي تساعد العنصر البشري بنفس القدر الذي تنافسه به، فالاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي قد يدفع إلى التخلص من العنصر البشري على مستوى مهام معينة تؤديها الخوارزميات أذو الأدوات التكنولوجية.

ويستفيد البحث من نظرية الحتمية التكنولوجية كإطار تفسيري مناسب لتحليل أبعاد المشكلة البحثية والمساعدة في فهم مسارات التطور في أدوار أدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، سواءً مسار التكامل ما بين العنصرين البشري والآلي في صناعة المحتوى الخبري، أو مسار التنافس ما بين العنصرين، والمساحات التي يمكن أن تشغلها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري وتحل بها محل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، واستخلاص التحولات الحتمية التي فرضتها هذه التقنيات على عملية الإنتاج الإعلامي، عبر مراحلها المختلفة.

٢- الدراسات السابقة:

توزعت الدراسات السابقة المتعلقة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام على محورين أساسيين، اهتم أولهما بتحليل حدود إدراك المحررين بغرف الأخبار لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري وتأثيراته، واتجه ثانيهما إلى استخلاص مجموعة الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري.

الدراسات التي تناولت حدود إدراك المحررين

دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الخبري:

ركزت الدراسات في إطار هذا المحور على تحليل إدراك المحررين العاملين بغرف الأخبار للأدوار التي تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري، والقاسم المشترك فيما بينها يتمثل في تركيزها على تجارب غرف الأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي داخل بعض الدول النامية، مثل مصر والمملكة العربية السعودية ونيجيريا، ودولة أوروبية واحدة هي البرتغال.

أولى الدراسات في سياق هذا المحور دراسة (Canavilhas, 2022) التي اتجهت إلى تحليل مستويات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرياضي، وهو واحد من المجالات التي اعتمدت بشكل مبكر على هذه التقنيات، خصوصاً على مستوى استخدام الخوارزميات في معالجة اللغة الطبيعية، وصناعة المحتوى الإخباري من البيانات الخام، والإنتاج التلقائي للنصوص، وكشف اتجاهات المعلومات. وتتبع الدراسة هذه التطبيقات داخل غرف الأخبار الرياضية بدولة البرتغال، واعتمدت على توجيه استبيانات إلى كبار المحررين الرياضيين، وخلصت إلى وجود العديد من الصعوبات التي تحول دون توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري الرياضي. فرغم إدراك كبار المحررين بالإعلام الرياضي البرتغالي للقيمة المضافة المتعلقة بتوظيف هذه التقنيات في إنتاج المحتوى، إلا أنهم لا يستخدمونها، لأسباب عديدة، بعضها مهني، وبعضها اقتصادي. فالاستفادة منها تتطلب تطويراً لمهارات تعامل المحررين مع التكنولوجيا، كما أن بناء الخوارزميات لا يجد التمويل المطلوب من جانب القائمين على الإعلام الرياضي في البرتغال.

وعلى المستوى العربي استهدفت دراسة (الزهراني، ٢٠٢٢) التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية، من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في المجال الصحفي، وتحليل أبرز معوقات تبني المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات، وتأتي أهمية هذه الدراسة من كون صحافة الذكاء الاصطناعي خلقت عهداً جديداً في صناعة الإعلام، مما وضع المؤسسات الإعلامية أمام العديد من التحديات على مستوى البنية التحتية، وتبني التقنيات في غرف الأخبار، وفي كافة مجالات العمل الإعلامي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتوصلت إلى عدة نتائج من أبرزها، أن الصحفيين لديهم معرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقه بالهواتف الذكية، مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي، لكن نسبة

محدودة فقط من المحررين هي من تتمتع بمعرفة جيدة حول دور الخوارزميات في تحرير المحتوى الإعلامي، وترى النسبة الأكبر من المحررين أن أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام تشمل الروبوتس والدورنس ووخوارزميات كتابة المحتوى بدون تدخل بشري.

وسعت دراسة (خطاب، ٢٠٢١) إلى استشراف مستقبل غرف الأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي في سياق التجربة الإعلامية المصرية، وذلك من خلال الإحصائيات التي تم الاعتماد عليها، والحقائق التي يسردها واقع الغرف في عديد من الأماكن، ومن خلال آراء الصحفيين والقائمين على العمل بغرف الأخبار المصرية، وتصريحات الخبراء المصريين في مجال الإعلام وفي مجال الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستخلاصات أهمها: أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار بات حتمية إستراتيجية لتطوير دورة العمل والحصول على كفاءة أكبر للأداء، وأشكال جديدة للنشر، وتعزيز ولاء الجمهور، وقدمت الدراسة عدداً من التطبيقات المدعومة بالذكاء الاصطناعي واستخداماتها والتي توظفها غرف الأخبار في عديد من مناطق العالم في مراحل الإنتاج الإخباري المتعاقبة، والتي تدار بالتعاون بين العنصر البشري والتقني، حيث لا يمكن الاستغناء عن العنصر البشري المدرب جيداً للعمل مع الآلة، بسبب حاجة الذكاء الاصطناعي للمدخلات البشرية. وطبقاً لرأى الباحثين فإن مستقبل غرف الأخبار الرقمية المصرية خلال الخمس سنوات القادمة يتلخص في سيناريوهين. يفترض السيناريو الأول التحول الكلي إلى الرقمية، واستخدام التقنيات الذكية بشكل أساسي وفاعل، الأمر الذي سيكون له تداعياته على دورة العمل بغرف الأخبار، ومستوى التدريب المتخصص للقائمين بالعمل، ونمط الإدارة وغيرها، ويفترض السيناريو الثاني استخدام التقنيات الذكية بشكل جزئي مع الاحتفاظ بشكل وطبيعة غرفة الأخبار التقليدية.

وعلى المستوى الأفريقي سعت الدراسة التي قدمها (Okocha, 2020) إلى تحليل معدلات استيعاب تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي داخل دولة نيجيريا، حيث يجهل الكثير من الصحفيين تقنيات الذكاء الاصطناعي وأدوارها داخل غرف الأخبار، خصوصاً فيما يتعلق بتوفير الجهد الذي يبذله المحررون في إنتاج الأخبار الروتينية، وتمثل هدفها الرئيسي في تحليل تصور الصحفيين للدور الذي يمكن أن تلعبه الروبوتس والخوارزميات في تطوير أساليب العمل داخل غرف الأخبار، واستخدمت الدراسة المسح الكمي حيث تم اختيار ٣٨٩ ممارساً سابقاً وحالياً في مجال الإعلام من خلال تقنية أخذ العينات الهادفة. وخلصت الدراسة إلى أن معظم الصحفيين النيجيريين على دراية بمفهوم الروبوتس، لكنهم غير مستعدين بشكل كافٍ للاعتماد عليها أو الاستفادة منها. وانتهت الدراسة إلى أن الأتمتة هي طريق المستقبل، وأوصت بضرورة أن يستوعب المحررون المهارات اللازمة للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، خصوصاً في بعض الظروف التي تتطلب التعامل عن بعد، كما هو الحال في فترات الأوبئة، بالإضافة إلى أهمية مواكبة التطورات المتلاحقة في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الاعلامي.

واستهدفت دراسة (بريك، ٢٠٢٠) رصد اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية بكل من مصر والسعودية، وذلك من خلال الوقوف على العوامل المؤثرة في تقبل واستخدام القائمين بالاتصال لهذه التقنيات واتجاههم نحوها، ومعدلات استخدامهم لها، وتأثير هذه التقنيات على مستقبل مهنة الصحافة والإعلام، واعتمدت الدراسة على منهجي المسح والعلاقات المتبادلة، واستندت إلى نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا، ووظفت عينة بحثية قوامها ١٤٣ مفردة تم سحبها بطريقة كرة الثلج. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها أن مستوى استخدام هذه التقنيات جاء بشكل منخفض بنسبة ٢.٣٤%، يليها عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وانخفض بشكل عام عدد المحررين الذين يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل كل من مصر والسعودية، وأثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الدولة التي تنتمي إليها المؤسسة، ووجدت أيضاً علاقة طردية بين بعض العوامل الفردية المتعلقة بالمحررين والاتجاه نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي. وجاء عدم توافر العناصر البشرية المدربة في مقدمة الأسباب التي تقلل من الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وجاء الاستغناء عن العنصر البشرية كأبرز التوقعات سلبية في حالة الاعتماد على هذه التقنيات.

وسعت دراسة (أبو عرقوب، ٢٠١٩) إلى تقديم نموذج ومرجع للباحثين والصحفيين حول "غرف الأخبار التلفزيونية الذكية" والتحويلات التي أحدثتها الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل عملية الإنتاج الإخباري، وهيكلية غرف الأخبار. واعتمدت الدراسة على أداتي الملاحظة الميدانية الشخصية والمقابلات المعمقة لجمع وتحليل البيانات من داخل غرف أخبار قناتي الجزيرة العربية والانجليزية. وتوصلت الدراسة إلى أن غرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة، وأن الوسائل الاتصالية الحديثة فرضت تغييرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري الخمسة الرئيسية (جمع الأخبار، التحقق والتثبت، المعالجة البصرية والتحريرية، النشر، التغذية الراجعة) والأدوات المستخدمة فيها، ما تطلب تغييرات في هيكلية غرف الأخبار لتواكب التطور الاتصالي وتستفيد منه لزيادة كفاءتها، كما أن استخدام الوسائل والأدوات الاتصالية الحديثة أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تنتجه غرف الأخبار الذكية.

الدراسات التي تناولت الأبعاد الأخلاقية

لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري:

غطت الدراسات في إطار هذا المحور مجموعة الأبعاد الأخلاقية التي تحكم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، والقاسم المشترك بينها تمثل في التركيز على تجارب إعلامية داخل عدد من الدول المتقدمة، باستثناء دراسة واحدة ركزت على دور الخوارزميات في كتابة المحتوى الخبري داخل أحد المواقع الإعلامية المصرية.

في هذا السياق تتبعت دراسة (Serdouk & Bessam, 2023) استخدامات الروبوتات الذكية في إنتاج المحتوى الإخباري، وذلك عبر مجموعة من التجارب العالمية الرائدة في

استغلال هذه التكنولوجيا داخل المؤسسات الإعلامية. واستخدمت الدراسة طريقة دلفي لتوقع التأثيرات المستقبلية للذكاء الاصطناعي على وظائف المحررين داخل غرف الأخبار، بناءً على آراء عينة من الباحثين والخبراء في الموضوع، والتي تم جمعها من خلال المقابلات الشخصية. وأظهرت المعلومات التي تم جمعها من الخبراء والباحثين والمتخصصين تباعداً في الآراء بين متشائم ومتفائل بما ستصبح عليه أدوار المحررين داخل غرف الأخبار وقدرتهم على الاحتفاظ بوظائفهم بعد تغلغل الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، اعتماداً على المؤشرات الرئيسية ذات الأبعاد التكنولوجية والمهنية والاقتصادية.

وإذا كانت الدراسة السابقة قد انشغلت بالبعد الأخلاقي المتعلق بـ"الدمج" أي دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي كقيمة مضافة إلى العنصر البشري داخل غرف الأخبار ركزت دراسة (عبد الحميد، ٢٠٢٠) على البعد المتصل بـ"المصادقية"، واتجهت إلى تحليل مستويات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بالمصادقية، ومثلت مصر الحالة التطبيقية للدراسة، التي اعتمدت على إجراءات تجريبية قارنت بين مصادقية المادة الصحفية التي يتم صياغتها بمعرفة إحدى خوارزميات الذكاء الاصطناعي، ومادة قام بصياغتها أحد المحررين، ثم قامت بقياس مصادقيتهما لدى مجموعتين من أفراد الجمهور المصري، وشملت العينة ٤٠٠ مفردة من متابعي الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثون لنموذجين للتغطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة المصرية، أحدهما تمت كتابته عن طريق ريبوت «بموقع القاهرة ٢٤»، والآخر تمت كتابته عن طريق صحفي بموقع اليوم السابع. أشارت النتائج إلى أن أبرز مجالات الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي تمثلت في الدردشة الآلية، والتعامل مع البيانات الضخمة، والتعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي، والترجمة الآلية. وخلصت إلى أن ترتيب عناصر مصادقية الرسالة التي تم إنشاؤها عبر أدوات الذكاء الاصطناعي تمثلت بشكل أساسي في الدقة، ثم الموضوعية، ثم فصل الحقيقة عن الرأي، ثم التوازن في عرض كل وجهات النظر.

وركزت دراسة (Kim, 2019) بشكل مباشر على الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الأمريكية، واعتمدت على إجراء مقابلات مع ١٢ شخصاً يعملون في مجال الإعلام والتكنولوجيا والقانون، ومدى تدخل البعد الأخلاقي في قراراتهم حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أبرزها أن هناك أبعاداً أخلاقية تتدخل في استفادة المحررين من الخوارزميات، مثل تزويدها ببيانات نظيفة وموثوق بها حتى تُخرج الخوارزمية محتوى يتمتع بالمصادقية لدى الجمهور، والالتزام بالشفافية في الإفصاح عن المحتوى الآلي الذي تم إنشاؤه بمعرفة الخوارزميات، وخلصت الدراسة إلى عدم وجود معايير واضحة بغرف الأخبار الأمريكية لإسناد المحتوى الآلي إلى الخوارزميات التي أنتجته، وفيما يتعلق بأهمية إيجاد تشريعات منظمة للاستفادة من الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار انحاز المحررون إلى فكرة التشريع الأقل، ومحاصرة تدخل الجهات التنظيمية في العمل الإعلامي المؤتمت، وبرروا ذلك بافتقار المشرعين إلى المعرفة المتعلقة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وحاجة المؤسسات الإعلامية إلى تنفيذ تدابير الشفافية الخاصة بهم أولاً، وأكد المحررون أيضاً أن

وجود مدونة أخلاقية لدى المؤسسة الإعلامية لتوظيف الذكاء الاصطناعي قد يكون أكثر ضرورة من التشريعات.

ونبهت دراسة (Lewis, et.al, 2019) إلى أحد الأبعاد الأخلاقية المهمة فيما يتعلق بإنتاج المحتوى الإخباري باستخدام الخوارزميات، والمتمثل في "التشهير". فمن بين المخاطر القانونية المحتملة إمكانية أن تنتج الخوارزميات محتوى إخباري تشهيري، إذا تم تزويدها بمعلومات مغرضة أو غير دقيقة. فعلى الرغم من أن السيناريو يبدو بعيداً، إلا أن مراجعة القضايا القانونية التي تنطوي على الخوارزميات والتشهير تشير إلى أن المؤسسات الإخبارية يجب أن تنتظر بجدية في المسؤولية القانونية أثناء تطويرها ونشر برامج روبوت لكتابة الأخبار.

وفي إطار البعدين الأخلاقيين المتعلقين بمكافحة الأخبار الكاذبة ودمج تقنيات الذكاء الاصطناعي كقيمة مضافة إلى العنصر البشري داخل غرف الأخبار استهدفت دراسة (All & Hassoun, 2019) وصف الوضع الراهن لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ودورها في تحديث أساليب العمل داخل غرف الأخبار، وتأثير تقنياته وأدواته في تغيير أساليب الممارسة الإعلامية، واستقراء التحديات الأخلاقية والمهنية المترتبة على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وخلصت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعتبر القيمة المضافة لأساليب صناعة الأخبار في العصر الرقمي، وبخاصة قدرتها على مكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفق السياسة التحريرية، وكذلك تخصيص المحتوى، ووجدت الدراسة أيضاً أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار يثير قضايا مهنية وأخلاقية عديدة؛ من بينها: تقويض الإبداع البشري، وغياب المراقبة، والتحيز والشفافية. وخلصت أيضاً إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستعزز عمل محرري غرف الأخبار بدلاً من أن تحل محلهم. ومن ثم، فإن الذكاء الاصطناعي لا يشكل تهديداً للعمل الإخباري المهني.

ونبهت دراسة (Pashevich, 2018) إلى أهمية استكشاف الأخلاقيات التي تحكم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وذلك في سياق تحليل عملية أتمتة إنتاج المحتوى الإخباري داخل غرف الأخبار النرويجية من خلال استخدام إحدى الخوارزميات للقيام ببعض المهام الإخبارية الروتينية والمتكررة، واستغلال ما تنتجه تقنيات الذكاء الاصطناعي من سرعة ودقة في إنتاج المحتوى الإخباري، حتى يتفرغ المحررون للقيام بأعمال أكثر إبداعاً مثل تحليل البيانات وإجراء المقابلات. وتجتهد الدراسة في المجمل في الإجابة على تساؤلين: الأول كيف يتم الاستفادة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في النرويج؟ وإلى أي حد تساعد في دعم قدرة المحررين على الابتكار؟. واستندت الدراسة إلى بيانات تجريبية تم استخلاصها من ١١ مقابلة متعمقة مع صحفيين ومطوري أنظمة وباحثين يعملون في مجال الخوارزميات. وقد أظهرت النتائج أن الأتمتة مناسبة فقط لأنواع معينة من مهام العمل داخل غرف الأخبار، وهي تصلح لنوعية محددة من غرف الأخبار، ولا تزال الأخلاقيات التي تحكم توظيف الخوارزميات في إنتاج المحتوى خبري مسألة مهمة يجب استكشافها، حيث يختلف تفكير الخوارزمية عن التفكير البشري

ومن الصعب التنبؤ بنتائجه. وأوصت الدراسة بضرورة مناقشة إمكانيات الأتمتة في غرف الأخبار جنباً إلى جنب مع أخلاقياتها من جانب الباحثين الإعلاميين.

تعليق على الدراسات السابقة:

غلب على بعض الدراسات السابقة الاهتمام بتحليل إدراك محرري غرف الأخبار لأدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري، وخلصت إلى أن إدراك أهمية هذه التقنيات قائم، لكن الاستفادة منها ما زال محدوداً داخل العديد من التجارب الإعلامية داخل الدول النامية، وأن هناك مجموعة من المعوقات التي تحول دون استفادة المحررين من هذه التقنيات، من أبرزها الصعوبات المهنية والتمويلية، كما هو الحال في تجربة البرتغال (Canavilhas, 2022)، والمشكلات المتعلقة بالبنية التحتية داخل غرف الأخبار، كما يتضح في العديد من التجارب الإعلامية العربية (الزهراني، ٢٠٢٢)، ومن بينها التجربة المصرية (خطاب، ٢٠٢١)، وكذلك التجارب الأفريقية، كما يتضح في حالة دولة نيجيريا (Okocha, 2020). وثمة اتفاق بين المحررين الإخباريين داخل الدول العربية والأفريقية على أن مستقبل العمل داخل غرف الأخبار يرتبط بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن هذه التقنيات ستسيطر على أساليب العمل بغرف الأخبار خلال السنوات الخمس القادمة (بريك، ٢٠٢٠- وأبو عرقوب ٢٠١٩).

في المقابل أشارت الدراسات التي أجريت على غرف الأخبار داخل البيئات الإعلامية الغربية إلى اتجاه محرريها إلى استيعاب تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها في صناعة المحتوى الإخباري. ومن أهم الأدوار التي تقوم بها في هذا السياق مكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفق السياسة التحريرية، وكذلك تخصيص المحتوى (All& Hassoun, 2019)، بالإضافة إلى أهميتها في تحقيق السرعة والدقة في إنتاج المحتوى الإخباري، كما أثبتت دراسة تناولت التجربة النرويجية، ودعم قدرة المحررين على الإبداع (Pashevich, 2018). وخلصت أيضاً إلى أن الوسائل الاتصالية الحديثة فرضت تغيرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري الخمسة الرئيسية (جمع الأخبار، التحقق والتثبت، المعالجة البصرية والتحريرية، النشر، التغذية الراجعة) (أبو عرقوب، ٢٠١٩)

على محور آخر اهتمت بعض الدراسات السابقة -وخصوصاً الدراسات الأجنبية- بتحليل الأبعاد الأخلاقية المتعلقة بالاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، ومن بينها البعد الخاص بالدمج والتأثيرات السلبية لدخول هذه التقنيات على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، وتراوحت الرؤى في هذا السياق ما بين اتجاه تشاؤمي يرى أن الآلة ستحل محل المحررين مستقبلاً، واتجاه متفائل يرى أن الذكاء الصناعي يمثل قيمة مضافة لأساليب العمل داخل غرف الأخبار (دراسة Serdouk& Bessam, 2023- دراسة خطاب ٢٠٢١). واهتمت بعض الدراسات بالبعد الأخلاقي المتعلق بـ"المصداقية" وخلصت إلى أن ترتيب عناصر مصداقية الرسالة التي تم إنشاؤها عبر أدوات الذكاء الاصطناعي تمثلت بشكل أساسي في الدقة، ثم الموضوعية، ثم فصل الحقيقة عن الرأي، ثم التوازن في عرض كل وجهات النظر. (عبد الحميد، ٢٠٢٠)، وكذلك البعد الأخلاقي المتعلق بـ"الشفافية"، وخلصت في هذا السياق إلى ضرورة أن يلتزم محررو غرف الأخبار بعدد من

المعايير في هذا السياق، مثل تزويد الخوارزميات ببيانات نظيفة وموثوق بها حتى تُخرج الخوارزمية محتوى يتمتع بالمصداقية لدى الجمهور، والالتزام بالشفافية في الإفصاح عن المحتوى الآلي الذي تم إنشاؤه بمعرفة الخوارزميات (Kim, 2019) ودراسة All & (Hassoun, 2019). ونهت دراسة (Lewis, et.al, 2019) إلى أحد الأبعاد الأخلاقية المهمة فيما يتعلق بإنتاج المحتوى الإخباري باستخدام الخوارزميات، والمتمثل في إنتاج محتوى إخباري تشهيري. وخلصت دراسة (Pashevich, 2018) إلى أن الأخلاقيات التي تحكم توظيف الخوارزميات في إنتاج المحتوى الخبري لا تزال مسألة مهمة يجب استكشافها، حيث يختلف تفكير الخوارزمية عن التفكير البشري ومن الصعب التنبؤ بنتائجها.

وتتموقع مشكلة هذا البحث في سياق ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج تتعلق بضرورة استكشاف الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، على مستوى مستقبل العنصر البشري، بالإضافة إلى مجموعة من الأبعاد الأخرى المتصلة بالمصداقية واكتشاف المحتوى الكاذب، والشفافية، والإسناد، ويسد البحث في ضوء العرض السابق للدراسات السابقة الفجوة البحثية التي ظهرت على مستوى الدراسات العربية، والتي أهملت إلى حد كبير تتبع وتحليل الأبعاد الأخلاقية لتوظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالنواتج الإعلامية العربية. ويستفيد البحث من الأبنية المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، والتي تمثلت بشكل أساسي في منهج المسح، مع توظيف أدوات الاستبيان والمقابلة، وتتمثل أوجه الاستفادة بشكل خاص في بناء محاور الاستبيان كأداة لتحليل الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الصناعي داخل غرف الأخبار التليفزيونية واتجاهات المحررين نحوها.

تساؤلات البحث:

يسعى البحث إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما هي أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل غرف أخبار القنوات التليفزيونية الأربعة؟
- ٢- ما هي مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري داخل غرف الأخبار؟
- ٣- ما هي درجة إيجابية أو سلبية اتجاه محرري غرفة الأخبار نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري؟
- ٤- إلى أي حد يؤثر اتجاه محرري غرفة الأخبار نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري في تبنيهم لتقنياته؟

فروض البحث:

يسعى البحث إلى اختبار أربعة فروض، تشمل:

- ١- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الحصول على دورات تدريبية تتعلق بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري وإدراك محرري غرف الأخبار للأبعاد الأخلاقية لتوظيف هذه التقنيات
- ٢- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه محرري غرف الأخبار نحو القيم المهنية التي تحكم توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، ومعدلات اعتمادهم على تقنياته في المراحل المختلفة للكتابة الخبرية.
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري، طبقاً لسنوات الخبرة في العمل.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، طبقاً للنوع.

متغيرات البحث:

تحدد متغيرات البحث المستقلة والتابعة والوسيط على النحو الموضح في الجدول التالي:

المتغيرات المستقلة	المتغيرات الوسيطة	المتغيرات التابعة
-معدل توافر تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. - معدل التدريب على تقنيات الذكاء الاصطناعي -أنواع القيم المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى. -أدوار خوارزميات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي -أدوار خوارزميات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى البصري	- السن. - النوع. - عدد سنوات الخبرة. - الموقع الوظيفي. - الدرجة العلمية.	-مستوى استفادة محرري غرف الأخبار على أدوات الذكاء الاصطناعي في الكتابة. -مستوى استفادة المحررين من الدورات التدريبية في مجال الذكاء الاصطناعي. -مستوى إدراك محرري غرف الأخبار لأخلاقيات الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي. -مستوى إدراك المحررين لتأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري.

منهج البحث وإجراءاته:

نوع البحث:

يقع هذا البحث في إطار البحوث الوصفية، حيث يستهدف وصف مستويات ومجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية، واتجاه المحررين نحو أخلاقيات توظيف هذه التقنيات في صناعة الأخبار. "ويتتبع البحث الوصفي الظاهرة من خلال الحصول على معلومات كافية حول كافة أبعادها، أي وصف ما هو موجود على وجه التحديد تبعاً لأهداف الدراسة، والبحث في الأسباب الكامنة وراء الظاهرة المدروسة، وتحليل العلاقة ما بين المتغيرات الحاكمة لها". (مرسلي، ١٩٩٩: ٥١).

منهج البحث:

يوظف البحث منهج المسح في مستواه المتعلق بتحليل القائم بالاتصال، والذي يتمثل هنا في المحررين العاملين بغرف الأخبار التلفزيونية، وتحديد مستويات توظيفهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، واتجاهاتهم نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيف هذه التقنيات. "ويستخدم المسح الاجتماعي في وصف مجتمع البحث ببيان خصائصه مثل خصائصه العمرية والنوعية والتعليمية والعلمية والاقتصادية، وغير ذلك بالإضافة إلى اختبار الفروض المبدئية والسببية والخروج بتعميمات تساهم في تفسير المشكلات البحثية" (عبد الحميد، ٢٠٠٤: ١٥٨).

أدوات البحث:

يعتمد البحث على أداة الاستبيان في جمع البيانات من محرري غرف الأخبار حول مستوى إدراكهم لأهمية الأدوار التي تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري، وأنواع التقنيات التي يعتمدون عليها في هذا السياق، ومجالات توظيفها، واتجاههم نحو الأبعاد الأخلاقية التي تحكم توظيفها. في ضوء ذلك يشتمل الاستبيان على عدد من الأسئلة التي تغطي المحاور التالية:

- ١- أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل غرف الأخبار التلفزيونية.
- ٢- مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري داخل غرفة أخبار القناة.
- ٣- اتجاهات محرري غرف الأخبار التلفزيونية نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الصناعي في إنتاج المحتوى الإخباري:
 - الاتجاه نحو البعد المتعلق بدمج التقنيات الذكية كقيمة مضافة إلى العنصر البشري.
 - الاتجاه نحو البعد المتعلق بالمصادقية ودور الخوارزميات في مكافحة الأخبار الكاذبة.
 - الاتجاه نحو البعد المتعلق بالقيم المهنية التي تحكم صناعة المحتوى بالاعتماد على التقنيات الذكية.

وقد تم اختبار صدق محاور الاستبيان وأسئلته في التعبير عن المشكلة البحثية وأهداف البحث من خلال تحكيمه بمعرفة مجموعة من الخبراء في التخصص. أما اختبار الثبات فقد تم بأسلوب إعادة التطبيق الميداني Test-Retest حيث تم تطبيق صحيفة الاستبيان على عينة صغيرة (٢٠ مفردة) من المحررين بغرف أخبار القنوات الأربع -محل الدراسة- مرتين بفواصل زمني ١٠ أيام، وتم حساب معامل الثبات طبقاً لمعادلة هولستي، وبلغت قيمته (٠.٩٥).

مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في القنوات الإخبارية العربية ويقرب عددها من ١٥ قناة على القمر الصناعي "نايل سات"، وقد تحددت عينة البحث في أربع قنوات منها، شملت القاهرة الإخبارية، وسكاي نيوز، والعربية، وبي بي سي عربية، وتم اختيارها بحيث تغطي مجموعة من الغرف الإخبارية المتنوعة لقناة إخبارية انطلقت حديثاً، هي قناة القاهرة الإخبارية المصرية (٢٠٢٢)، ومكتبين إعلاميين تابعين لغرفتي أخبار قناتين إقليميتين بالقاهرة، هما سكاي نيوز والعربية، والأولى إماراتية، والثانية سعودية، ومكتب إعلامي تابع لغرفة أخبار إحدى القنوات الأجنبية التي تخاطب المواطن العربي، هو مكتب قناة بي بي سي عربية بالقاهرة.

واعتمد البحث على عينة قوامها (١٦٨ مفردة) من محرري غرف الأخبار داخل القنوات الأربع. تم الاعتماد في سحبها على أسلوب "العينة المتاحة"، إذ تم تطبيق الاستبيان على كل كافة المحررين الذين أتيح مقابلتهم داخل مواقع العمل، ممن يعملون في المواقع الوظيفية المختلفة داخل القنوات الأربع. وشملت العينة (٧٣ مفردة) من قناة "القاهرة الإخبارية، و(٣٦ مفردة) من قناة "سكاي نيوز"، و(٣٠ مفردة) من قناة "بي بي سي عربية"، و(٢٩ مفردة) من قناة "العربية". وكان من الطبيعي أن يرتفع عدد المفردات المشاركة من قناة "القاهرة الإخبارية" بحكم أن التطبيق تم داخل غرفة الأخبار بالقناة، في حين تم التطبيق بالنسبة للقنوات الثلاث الأخرى داخل المكاتب التابعة بالقاهرة، والتي يعمل بها عدد أقل من المحررين. وقد تم اللجوء إلى أسلوب العينة المتاحة بسبب عدم توافر كشوف بيانات بعدد وأسماء العاملين في غرف الأخبار يمكن أن تشكل إطاراً لسحب عينة منتظمة البحث، وبالتالي تم اللجوء إلى تطبيق الاستبيان على المفردات المتاحة داخل غرف ومكاتب القنوات.

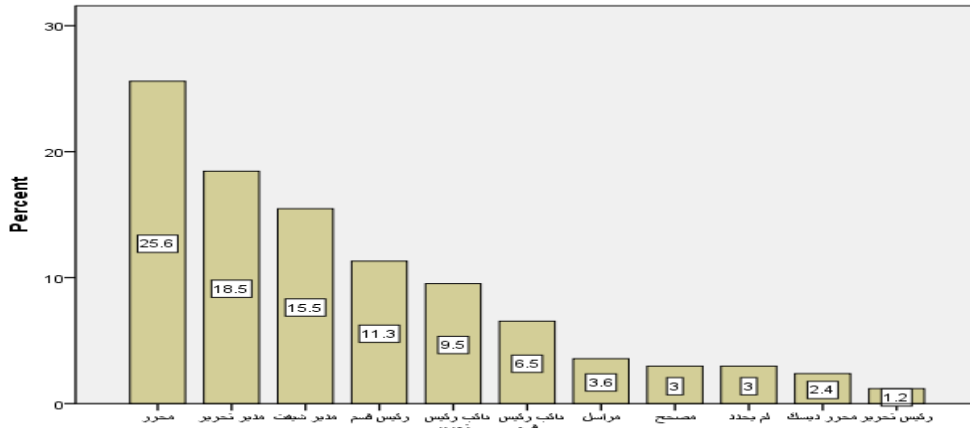
وقد شملت العينة (١١٨ مفردة) من الذكور و(٥٠ مفردة) من الإناث، بما يؤشر إلى السيطرة الذكورية على العاملين بغرف الأخبار بنسبة (٧٠.٢%). وتبعاً للعمر ارتفع عدد المحررين في المرحلة العمرية (من ٢٥ - ٣٩ سنة) وبلغ (٩٣ مفردة) من إجمالي مفردات العينة، تلاهم المحررون في المرحلة العمرية (من ٤٠ إلى ٥٤ سنة) وبلغ عددهم (٦٨ مفردة)، وانخفض بعد ذلك عدد المحررين في كل من المرحلتين العمريتين الأقل والأعلى، حيث بلغ في المرحلة العمرية التي تقل عن ٢٥ سنة (٥ مفردات)، وفي المرحلة من ٥٥ سنة

† أ.د/ أمال حسن الغزاوي.. عميد المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث.
د/ نصر الدين عبد القادر على.. أستاذ مشارك كلية الاعلام- جامعة عجمان.
د/ مريم العجمي.. أستاذ مشارك كلية الاعلام- جامعة الخرطوم.

فأكثر (مفردة واحدة)، وامتنعت مفردة واحدة -ضمن مفردات العينة عن تحديد عمرها. وتؤشر هذه الأرقام إلى أن غالبية محرري غرف الأخبار من الكوادر الشبابية (من ٢٥ إلى أقل من ٣٩ سنة) بنسبة (٥٥.٤%).

والواضح أيضاً أن اختيار المحررين داخل غرف الأخبار بالقنوات الأربع يتم طبقاً لمعيار الخبرة المهنية، إذ ظهر أن أغلب مفردات العينة (٨٢ مفردة) يتمتعون بسنوات خبرة تتراوح (ما بين ١٠ - ١٩ عاماً)، وتميزت (٥٩ مفردة) بسنوات خبرة تتراوح ما بين (٥ - ٩ سنوات)، وارتفع عدد من يتمتعون بخبرة (٢٠ سنة فأكثر) إلى (١٢ مفردة)، في حين قل عدد من تقل خبرتهم عن ٥ سنوات إلى (٨ مفردات)، ولم تحدد (٧ مفردات) من العينة عدد سنوات خبرتها. ويعني ذلك أن النسبة الأكبر من العاملين بغرف الأخبار (٥٥.٩%) تتراوح سنوات خبرتها ما بين ٢٠ سنوات إلى ما يزيد عن ٢٠ سنة. وارتفع بين مفردات العينة عدد المحررين الحاصلين على ليسانس (٦٧ مفردة)، ثم الحاصلين على بكالوريوس (٥٥ مفردة)، ثم الحاصلين على ماجستير (٢٩ مفردة)، ثم الحاصلين على دكتوراه (١٢ مفردة)، ولم تحدد (٥ مفردات) الشهادة الحاصلة عليها. ويعني ذلك أن نسبة (٧٢.٦%) من محرري غرف الأخبار من الحاصلين على شهادات عليا مقارنة بالحاصلين على ماجستير ودكتوراه (٢٤.٤%).

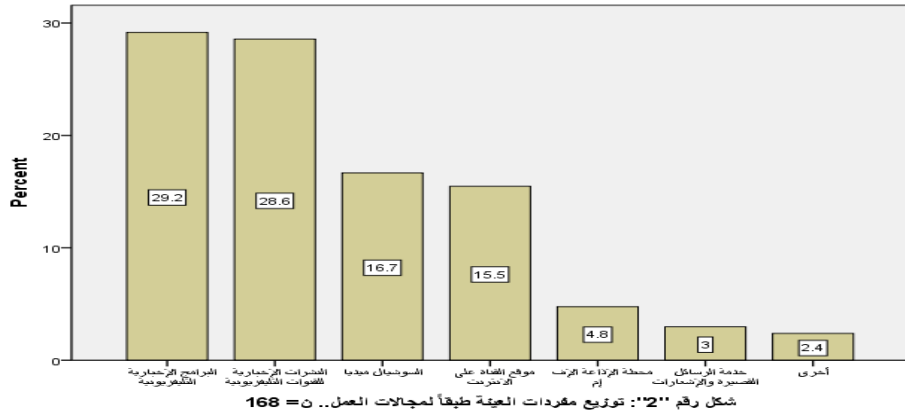
وقد غطت العينة المواقع الوظيفية المختلفة للكوادر العاملة داخل غرف الأخبار، وكان من الطبيعي أن تكون النسبة الأكبر منهم من المحررين (٢٦.٥%)، وارتفعت أيضاً نسبة مديري التحرير إلى (١٨.٥%)، وقلت نسب رؤساء الأقسام إلى (١١.٣%)، ونواب رؤساء التحرير (٩.٥%)، وانخفضت نسب المحررين العاملين كمراسلين، أو مصححين، وكذلك كمحرري ديسك، كما شملت العينة اثنين من رؤساء تحرير البرامج بنسبة (١.٢%).



شكل رقم 11: توزيع مفردات العينة طبقاً للموقع الوظيفي... ن = 168

وعلى مستوى مجالات العمل، جاءت النسبة الأكبر من العينة (٢٩.٢%) من بين العاملين في البرامج الإخبارية، يليهم العاملون داخل النشرات الإخبارية، ثم العاملون داخل حسابات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للقنوات التلفزيونية، ثم العاملون على موقع القناة على

شبكة الانترنت، وانخفضت بعد ذلك نسب العاملين في محطات "إف إم" التابعة للقنوات، وخدمة الرسائل القصيرة والإشعارات.



نتائج البحث:

أولاً- تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل غرف أخبار القنوات التلفزيونية:

تتركز تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بشكل أساسي في الخوارزميات بأنواعها المختلفة، وتبعاً للوظائف المتباينة التي يمكن أن تؤديها فيما يتعلق بالإنتاج الخبري التلفزيوني، في الوقت الذي يقل فيه الاعتماد على "الدورنز". وتتشابه في ذلك كل غرف الأخبار داخل القنوات التلفزيونية العربية التي شملها البحث: القاهرة الإخبارية، وسكاى نيوز، والعربية، وبي بي سي عربية.

جدول رقم (١): تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة داخل غرف الأخبار التلفزيونية

القناة	القاهرة الإخبارية		سكاى نيوز		العربية		بي بي سي عربية		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
التقنيات									
خوارزميات إنشاء المحتوى الإعلامي	٣٩	٥٣.٤	٢٩	٨٠.٦	٢٦	٨٩.٧	٢٤	٨٠	٧٠.٢%
خوارزميات تحليل البيانات	٣٨	٥٢.١	٢٤	٦٦.٧	١٥	٥١.٧	٢٢	٧٣.٣	٥٨.٩%
خوارزميات اكتشاف المعلومات الكاذبة	٣٤	٤٦.٦	٢٤	٦٦.٧	١٦	٥٥.٢	١٨	٦٠	٥٤.٧%
خوارزميات البحث عن البيانات	٣٢	٤٣.٨	١٩	٥٢.٨	٢٠	٦٩	٢٠	٦٦.٧	٥٤.٢%
خوارزميات الترجمة	٣١	٤٢.٥	١٤	٣٨.٩	٩	٣١	١٠	٣٣.٣	٣٨.١%
الدورنز	-	-	١٥	٤١.٧	٣	١٠.٣	٨	٢٦.٧	١٥.٥%
ن	٧٣		٣٦		٢٩		٣٠		١٦٨

تعد خوارزميات إنشاء المحتوى الإعلامي الأكثر استخداماً داخل غرف الأخبار التلفزيونية، وتعد قناة العربية الأكثر توظيفاً لها، يليها بنسب متقاربة كل من قناة سكاى نيوز وقناة بي بي سي عربية، في حين تنخفض نسبة استخدام هذه الخوارزميات داخل قناة القاهرة الإخبارية، مقارنة بالقنوات الثلاث الأخرى. يظهر بعد ذلك خوارزميات تحليل البيانات،

وتستخدم بنسبة أكبر داخل قناة بي بي سي عربية، ثم قناة سكاي نيوز، وتتقارب نسب استخدام المحررين داخل غرف أخبار القاهرة الإخبارية، وقناة العربية لها، وإن تفوقت القاهرة الإخبارية نسبياً في هذا السياق. وفي المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام تأتي خوارزميات اكتشاف المعلومات الكاذبة، وهي أكثر استخداماً في قناة سكاي نيوز، ثم قناة بي بي سي عربية، ويقل استخدامها في قناة العربية، ويصل الاستخدام إلى أدنى معدل له داخل غرفة أخبار القاهرة الإخبارية. ويتقارب مع خوارزميات اكتشاف المعلومات الكاذبة في معدل استخدام خوارزميات البحث عن البيانات، وتستخدم بنسبة أكبر داخل قناة العربية ثم قناة بي بي سي عربية، ويقل بعد ذلك داخل كل من قناة سكاي نيوز والقاهرة الإخبارية. وترتفع معدلات استخدام خوارزميات الترجمة بصورة ملحوظة بين محرري غرفة أخبار القاهرة الإخبارية، ويصل إلى أدنى معدل له داخل قناة العربية، وبي بي سي عربية. وعلى مستوى توظيف الدرونز، وخصوصاً في مجال تصوير بعض الأحداث تعد قناة سكاي نيوز الأكثر استخداماً لها، يأتي بعدها قناة بي بي سي عربية، ويقل استخدام هذه التقنية بعد ذلك في قناة العربية، ويختفي تماماً داخل قناة القاهرة الإخبارية.

وتنوعت أنواع الروبوتس التي يستخدمها محررو غرف الأخبار بالقنوات التلفزيونية في صناعة المحتوى الخبري، وشملت ثلاثة أنواع: روبوتس الدردشة، وروبوتس تحويل النصوص إلى صوت، وروبوتس المذيع.

جدول رقم (٢): أنواع الروبوتس المستخدمة داخل غرف الأخبار التلفزيونية

القناة	القاهرة الإخبارية		سكاي نيوز		العربية		بي بي سي عربية		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
روبوتس الدردشة	٣٤	٤٦.٦	٣٣	٩١.٧	٢٢	٧٥.٩	١٠	٣٣.٣	٥٨.٩%
روبوتس تحويل النصوص إلى صوت	٢٣	٣١.٥	٣٢	٨٨.٩	٢٦	٨٩.٧	١٥	٥٠	٥٧.١%
الروبوتس المذيع	٢	٢.٧	١٢	٣٣.٣	١	٣.٤	١	٣.٣	٩.٥%
ن	٧٣		٣٦		٢٩		٣٠		١٦٨

تؤشر النتائج إلى أن "روبوتس الدردشة" تعد الأكثر استخداماً داخل من جانب محرري غرف الأخبار داخل القنوات الأربع، فأغلبهم يستفيد من روبوت Chat GPT. ويعد محررو غرفة الأخبار بقناة سكاي نيوز الأكثر استخداماً لهذا الروبوت، يليهم في ذلك محررو غرفة أخبار العربية، ثم غرفة أخبار القاهرة الإخبارية، ويصل الاستخدام إلى أدنى نسبة استخدام له داخل غرفة أخبار بي بي سي عربية. ويتقارب من روبوتس الدردشة في معدل الاستخدام روبوتس تحويل النصوص إلى صوت، وتتقارب أيضاً نسب الاستفادة منها داخل غرفتي أخبار العربية، وسكاي نيوز، ويقل استخدامها بعد ذلك داخل غرفة أخبار بي بي سي عربية، وتقل بصورة ملحوظة نسبة استخدامها داخل قناة القاهرة الإخبارية. وتتنخفض بعد ذلك بوزن نسبي كبير معدلات استفادة محرري غرف الأخبار من الروبوتس المذيع، خصوصاً داخل قنوات العربية، والقاهرة الإخبارية، وبي بي سي عربية. وتعد قناة سكاي نيوز الأكثر استخداماً لهذه التقنية بنسبة (٣٣.٣%). وتشير هذه النتيجة إلى أن محرري غرف الأخبار التلفزيونية يميلون إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل الإعداد وتجهيز

البيانات، كمرحلة من مراحل صناعة المحتوى الإخباري، ويوظفونها بشكل أساسي في أداء المهام التي تتطلب وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً، على المستوى البشري، خصوصاً فيما يتعلق بجمع المعلومات ومعالجتها.

ويتساند مع تقنية الروبوتس خوارزميات "تحليل البيانات" في مساعدة محرري غرف الأخبار على تقديم معالجات أنجح للمحتوى الإخباري، من خلال تحليل اهتمامات الجمهور وتخصيص المحتوى الملائم له، بالإضافة إلى تحليل مستوى التقدم أو التراجع في العلامة التجارية للقناة التليفزيونية.

جدول رقم (٣): أوجه الاستفادة من خوارزميات تحليل البيانات داخل غرف الأخبار التليفزيونية

الوزن النسبي	بي بي سي عربية		العربية		سكاي نيوز		القاهرة الإخبارية		القناة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٨١%	٩٠	٢٧	٩٣.١	٢٧	٩٤.٤	٣٤	٦٥.٨	٤٨	أوجه الاستفادة
٥٥.٤%	٦٠%	١٨	٨٢.٨	٢٤	٨٠.٦	٢٩	٦٠.٣	٤٤	تحليل اهتمامات الجمهور لتخصيص المحتوى الملائم
٤٥.٨%	٥٠%	١٥	٤٨.٣	١٤	٥٢.٨	١٩	٣٩.٧	٢٩	تحديد أوجه التقدم أو التراجع في العلامة التجارية للمؤسسة
									تحليل أداء المنافسين الإعلاميين
		٣٠		٢٩		٣٦		٧٣	ن

تؤشر الأرقام داخل (جدول ٣) إلى أن الاستخدام الأهم والأبرز لخوارزميات تحليل البيانات داخل غرف الأخبار يتحدد في تحليل اهتمامات الجمهور لصناعة وتقديم المحتوى الإخباري الأكثر قدرة على تلبيتها. والملفت في هذا السياق أن غرف الأخبار داخل كل من قنوات سكاي نيوز، ثم العربية، ثم بي بي سي عربية، تهتم بتوظيف هذه الخوارزميات لتحقيق هذا الهدف بنسب كبيرة تتجاوز الـ ٩٠%، في الوقت الذي تقل فيه نسبة اهتمام محرري غرفة أخبار القاهرة الإخبارية بذلك لتصل إلى (٦٥.٨%) فقط. وتنطبق هذه النتيجة على توظيف هذه الخوارزميات في تحديد أوجه التقدم أو التراجع في العالمية التجارية للمؤسسة، وترتفع نسب استفادة كل من قناة سكاي نيوز، والعربية، من خوارزميات تحليل البيانات في تحقيق هذا الهدف، في الوقت الذي تقل فيه نسب اهتمام كل من قناتي القاهرة الإخبارية، وبي بي سي عربية بذلك. وفيما يتعلق بتوظيف الخوارزميات في تحليل أداء المنافسين، أظهر محررو غرفتي أخبار سكاي نيوز، ثم بي بي سي عربية، ثم العربية، نسب اهتمام أكبر بذلك، وتذيلت قناة القاهرة الإخبارية القنوات الأربع، فيما يتعلق بتوظيف خوارزميات تحليل البيانات في تحقيق هذا الهدف.

ويمكن تفسير النتيجة المتعلقة بميل أغلب محرري غرف الأخبار إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع وإعداد ومعالجة المعلومات لصناعة المحتوى الإخباري مجموعة العوامل التي قدمها المحررون في سياق تفسير أهمية هذه التقنيات داخل غرف الأخبار، ويأتي على رأسها المساعدة في تحليل البيانات الضخمة، ثم المساعدة في إنتاج محتوى أكثر دقة وسرعة.

جدول رقم (٤): عوامل أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار

الوزن النسبي	بي بي سي عربية		العربية		سكاي نيوز		القاهرة الإخبارية		القناة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠.٥%	٨٦.٧	٢٦	٨٦.٢	٢٥	٩٧.٢	٣٥	٩٠.٤	٦٦	تساعد في تحليل البيانات الضخمة
٧١.٤%	٦٣.٣	١٩	٨٦.٢	٢٥	٧٥	٢٧	٦٧.١	٤٩	تساعد على تطوير محتوى أكثر دقة وسرعة
٥٣%	٦٠	١٨	٥١.٧	١٥	٦٦.٧	٢٤	٤٣.٨	٣٢	تساعد المحررين على الإبداع والابتكار
٥٢.٤%	٥٦.٧	١٧	٥١.٧	١٥	٤٧.٢	١٧	٥٣.٤	٣٩	تعوض النقص في عدد المحررين بغرف الأخبار
٤٢.٣%	٤٠	١٢	٦٢.١	١٨	٥٨.٣	٢١	٢٧.٤	٢٠	تساعد على تطوير محتوى أقدر على المنافسة
٢٣.٢%	١٣.٣	٤	١٣.٨	٤	٣٦.١	١٣	٢٤.٧	١٨	توفر الكثير من المال على المؤسسة
١٦٨		٣٠		٢٩		٣٦		٧٣	ن

يتبنى المحررون داخل قناتي سكاي، نيوز والقاهرة الإخبارية العامل الذي يذهب إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد بشكل أساسي في تحليل البيانات الضخمة التي يصعب التعامل معها بشرياً، وذلك مقارنة بمحوري غرف الأخبار بقناتي بي بي سي عربية والعربية، أما دورها في تطوير قدرة المحررين على الابتكار والإبداع لتوليها القيام بالمهام الروتينية فيؤيده بالنسبة الأكبر محررو غرفة اخبار سكاي نيوز، ثم بي بي سي عربية، ثم العربية، في حين تقل نسبة من يرون ذلك بين محرري قناة القاهرة الإخبارية. ويعد تعويض نقص عدد المحررين من العوامل المبررة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى محرري بي بي سي عربية، ثم القاهرة الإخبارية، ثم قناة العربية، وتقل نسبة من يرون ذلك بين محرري سكاي نيوز. وترى النسبة الأكبر من محرري قناة العربية أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد على تقديم محتوى أقدر على المنافسة، يليهم في ذلك محررو سكاي نيوز، ثم قناة بي بي سي عربية، وتقل نسبة من يتبنون هذا العامل بين محرري قناة القاهرة الإخبارية. ويأتي عامل توفير المال كأقل العوامل أهمية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وترتفع نسبة من يرون ذلك بين محرري سكاي نيوز، ثم القاهرة الإخبارية، ثم العربية، ثم بي بي سي عربية.

وفيما يتعلق بتدريب محرري غرف الأخبار على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، وجد أن نسبة (٤٠.٥%) من المحررين حصلوا على دورات تدريبية (٦٨ مفردة)، وتعد قناة سكاي نيوز الأكثر اهتماماً بتدريب محرريها بنسبة تصل ٦١.١% (٢٢ مفردة)، يأتي بعدها قناة بي بي عربية بنسبة ٥٦.٧% (١٧ مفردة)، ثم قناة القاهرة الإخبارية ٢٨.٨% (٢١ مفردة)، ثم قناة العربية بنسبة ٢٧.٦% (٨ مفردات). وتنوعت موضوعات الدورات التدريبية التي حصل عليها المحررون، وكان أبرزها: "أساسيات الذكاء الصناعي"، و"التحقق من الصور"، و"أسس التحول الرقمي"، و"علوم البرمجة"، و"صحافة الذكاء الاصطناعي"، و"صناعة تقرير تليفزيوني بالذكاء الاصطناعي"، و"علوم البرمجة"، و"تحليل البيانات الضخمة".

ثانياً- مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف أخبار القنوات التلفزيونية:

تنوعت مجالات ومسارات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى داخل غرف الأخبار بالقنوات التلفزيونية، فعلى مستوى مرحلة جمع ومعالجة البيانات والمعلومات ظهرت أدوار هذه التقنيات على عدة مستويات، وإن كان بصور متباينة، بين محرري غرف الأخبار بالقنوات الأربع.

جدول رقم (٥): أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع ومعالجة المعلومات

داخل غرف الأخبار التلفزيونية

المتوسط العام	بي بي سي عربية		العربية		سكاي نيوز		القاهرة الإخبارية		القناة الأدوار
	التشنت	المتوسط	التشنت	المتوسط	التشنت	المتوسط	التشنت	المتوسط	
2.80	0.45	2.73	0.56	2.90	0.32	2.89	0.53	2.74	جمع المعلومات
2.61	0.73	2.47	0.62	2.79	0.38	2.83	0.77	2.48	التحقق من صدق المعلومات
2.60	0.47	2.70	0.71	2.69	0.73	2.56	0.63	2.53	فلتره البيانات الضخمة
2.47	0.92	2.20	0.86	2.38	0.59	2.78	0.82	2.47	ترجمة النصوص الأجنبية
2.24	1.21	1.97	0.61	2.66	0.85	2.50	0.90	2.05	تسهيل التواصل مع المرسلين
2.24	1.11	1.93	0.56	2.62	0.81	2.58	0.92	2.04	إجراء مقابلات عن بعد
2.26	0.92	2.33	0.69	2.52	0.71	2.69	1.10	1.92	تفريغ محتوى المقابلات
2.09	1.11	1.93	0.82	2.59	0.85	2.50	1.20	1.77	عمل نشرات إخبارية
2.03	1.10	2.07	0.73	2.48	0.88	2.44	1.12	1.63	البحث عن نصوص

يتحدد الدور الأهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية في مساعدة المحررين على جمع ومعالجة المعلومات المتعلقة بالأحداث، وتوفير الجهد البشري الذي يمكن بذله على هذا المستوى، ويتصاعد هذا الدور بشكل واضح داخل قناة العربية بمتوسط عام (٢.٩٠ من ٣ درجات)، ثم قناة سكاي نيوز (٢.٨٩) ثم قناة القاهرة الإخبارية (٢.٧٤)، ثم قناة بي بي سي عربية (٢.٧٣)، وتنطبق النتيجة نفسها على الخطوة المتعلقة بالتحقق من صدق المعلومات وبالترتيب نفسه، حيث تتصدر قناة سكاي نيوز، ثم العربية، ثم القاهرة الإخبارية، ثم بي بي سي عربية. وفي المرتبة الثالثة تأتي خطوة فلتره البيانات الضخمة، وتبرز في هذا السياق قناة بي بي سي عربية، ثم قناة العربية، ثم سكاي نيوز، ثم القاهرة الإخبارية. يأتي بعدها خطوة ترجمة النصوص، وتظهر قناة سكاي نيوز كأكثر القنوات اعتماداً على تقنيات الذكاء الصناعي في الترجمة، ثم قناة القاهرة الإخبارية، ثم قناة العربية، ثم قناة بي بي سي عربية، وفيما يتعلق بتسهيل مهمة التواصل مع المرسلين تعتمد قناة العربية أكثر من غيرها على تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذا السياق، يليها قناة سكاي

نيوز، ثم قناة القاهرة الإخبارية، ثم قناة بي بي سي عربية، وتنطبق النتيجة نفسها على خطوة جمع المعلومات عن بعد. وعلى مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تفرغ المقابلات تبرز قناة سكاي نيوز، ثم العربية، ثم بي بي سي عربية، ثم القاهرة الإخبارية، وتقل أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي بعد ذلك فيما يتعلق بخطوة عمل النشرات الإخبارية، خصوصاً داخل قناتي القاهرة الإخبارية، وبي بي سي عربية، مقارنة بقناتي العربية، وسكاي نيوز، وتنطبق النتيجة نفسها على خطوة البحث عن نصوص.

ويعني ما سبق أن هناك اتفاقاً بين محرري غرف الأخبار على جدوى وأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع ومعالجة المعلومات الخبرية، ولكن أدوار هذه التقنيات تختلف من غرفة أخبار إلى أخرى، تبعاً للتوجهات المهنية لمحرريها، ومدى إتقانهم استخدام التقنيات في إنجاز المهام. يدل على ذلك أن المتوسط العام على مقياس توظيف محرري غرف الأخبار لهذه التقنيات في جمع ومعالجة المعلومات الخبرية بلغ ٢٢.٩٢ درجة من إجمالي (٢٧ درجة)، وبمعدل انحراف معياري بلغ (٥.٠٦).

وعلى مستوى أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال المراحل المختلفة للكتابة الخبرية، وجد أن هذه التقنيات تستخدم بشكل أساسي في عملية التحقق من صحة المعلومات التي تتأسس عليها القصص الخبرية داخل غرف الأخبار، بسبب تسرب العديد من الأخبار إليها، ثم يبرز الدور المتعلق بتصحيح الأخطاء اللغوية، بالإضافة إلى أدوار أخرى متنوعة.

جدول رقم (٦): أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال المراحل المختلفة لكتابة المحتوى الإخباري

القناة	القاهرة الإخبارية		سكاي نيوز		العربية		بي بي سي عربية		المتوسط العام
	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	
كتابة المحتوى	2.68	0.50	2.81	0.52	2.83	0.60	2.50	0.68	2.70
التحقق من صحة الأخبار	2.55	0.71	2.58	0.73	2.79	0.62	2.13	0.97	2.52
تصحيح الأخطاء اللغوية	1.79	1.03	2.58	0.81	2.59	0.63	2.33	1.03	2.20
تقديم مقترحات بتخصيص المحتوى للجمهور	1.77	1.11	2.50	0.74	2.66	0.55	2.03	0.99	2.13
صياغة المحتوى الكامل للخبر	1.71	0.94	2.50	0.88	2.55	0.69	1.97	0.93	2.07
اقتراح الصور والفيديوهات المصاحبة	1.59	0.93	2.08	1.13	2.38	0.86	1.67	1.21	1.85
اقتراح بعض العناوين									

يميل محررو غرف الأخبار بقناة العربية، ثم بقناة سكاي نيوز، إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار، أكثر من محرري غرف الأخبار بكل من قناتي القاهرة الإخبارية، وبي بي سي عربية، وعلى مستوى تصحيح الأخطاء اللغوية،

ظهرت النتيجة نفسها، إذ كانت قناتا العربية، وسكاي نيوز، أكثر توظيفاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي في هذا الاتجاه من قناتي القاهرة الإخبارية، وبي بي سي عربية. وثمة أدوار أخرى تلعبها تقنيات الذكاء الاصطناعي في مرحلة كتابة المحتوى الإخباري داخل غرف الأخبار، يتصدرها تقديم مقترحات بتخصيص المحتوى للجمهور، اعتماداً على الخوارزميات المتاحة في هذا السياق، وتتقارب متوسطات توظيف كل من قناتي العربية، وسكاي نيوز، لتقنيات الذكاء الاصطناعي على هذا المستوى، يأتي بعد ذلك قناة بي بي سي عربية، وتعد قناة القاهرة الإخبارية الأقل اهتماماً بالاستفادة من خوارزميات تخصيص المحتوى، ويقل اهتمام محرري غرف الأخبار بعد ذلك بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة المحتوى الكامل للخبر، خصوصاً داخل قناتي القاهرة الإخبارية، وسي بي سي عربية، مقارنة بمحرري غرف أخبار العربية، وسكاي نيوز، وكذلك توظيف هذه التقنيات كأداة مساعدة في اقتراح الصور والفيديوهات المصاحبة، أو عناوين لبعض الأخبار، وعلى المستويين ظهر محررو سكاي نيوز والعربية أكثر ميلاً إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بمحرري قناتي القاهرة الإخبارية وسي بي سي عربية.

تؤشر النتيجة السابقة إلى انخفاض مستويات توظيف محرري غرف الأخبار لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مرحلة كتابة المحتوى الخبري، وقد بلغ المتوسط العام على المقياس التجميعي لتوظيف هذه التقنيات (١٣.٤٦ درجة من إجمالي 18 درجة) وبدرجة انحراف معياري (٣.٨٠). وتتفوق قناتا سكاي نيوز والعربية على قناتي القاهرة وسي بي سي عربية على هذا المستوى، وذلك في المجمل العام.

وفيما يتعلق بالاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة عملية التغطية الإخبارية، برزت أدوار التطبيقات المتعلقة بالتعرف على أهم الترنادات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وتطبيقات التواصل بين فرق العمل الإخباري، وخصوصاً داخل البرامج، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من الأدوار الموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (7): أدوار تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة التغطية الإخبارية داخل غرف الأخبار التلفزيونية

القناة التطبيقات	القاهرة الإخبارية		سكاي نيوز		العربية		بي بي سي عربية		المتوسط العام
	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	
تطبيقات التعرف على الترددات المهمة	2.70	0.59	2.56	0.65	2.56	0.69	2.40	0.56	2.63
تطبيقات التواصل مع فرق العمل الإخباري	2.48	0.63	2.56	0.69	2.62	0.82	2.33	0.66	2.49
التطبيقات المؤمنة لتبادل الرسائل	2.33	0.67	2.17	0.97	2.55	0.57	2.00	0.87	2.27
تطبيقات التحقق من صدق الأخبار	2.12	0.73	2.33	0.89	2.55	0.51	2.00	0.87	2.22
تطبيقات مشاركة الوثائق والملفات	2.14	0.75	2.33	0.80	2.44	0.57	1.97	0.93	2.20
تطبيقات التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات	2.07	0.94	2.25	1.05	2.35	0.83	2.00	0.87	2.16
تطبيقات حماية الخصوصية على النت	1.99	0.84	2.19	1.09	2.59	0.57	1.97	0.81	2.13
تطبيقات مؤتمرات الفيديو	1.93	0.84	2.08	0.87	2.49	0.63	1.83	0.91	2.04

تظهر غرفة أخبار القاهرة الإخبارية كأكثر غرف الأخبار اهتماماً بالاعتماد على تطبيقات الترددات المهمة على مواقع التواصل، عند تطوير تغطياتها الإخبارية، يليها في ذلك كل من قناتي سكاي نيوز والعربية، ثم قناة بي بي سي عربية، ويختلف الأمر بالنسبة للاستفادة من تطبيقات التواصل بين فرق العمل الإخباري في التغطية الخيرية، إذ يهتم محررو العربية، ثم سكاي نيوز بالاستفادة منها، أكثر من محرري قناتي القاهرة الإخبارية وسي بي سي عربية. وعلى مستوى الاستفادة من التطبيقات المؤمنة للرسائل يظهر محررو العربية، والقاهرة الإخبارية، أكثر اهتماماً بالاستفادة منها، مقارنة بمحرري سكاي نيوز، وسي بي سي عربية، وعلى مستوى الاستفادة من تطبيقات التحقق من صدق الأخبار، والتي تأتي في المرتبة الرابعة على مستوى الاستفادة، يميل محررو العربية، وسكاي نيوز، إلى الاعتماد عليها في التحقق من المعلومات التي تشكل بنية القصة الخيرية أكثر من محرري القاهرة الإخبارية وبي بي سي عربية، وتنطبق النتيجة نفسها على تطبيقات مشاركة الوثائق والملفات، وأيضاً على تطبيقات التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات، أما تطبيقات حماية الخصوصية على الإنترنت، فيستفيد منها محررو قناة العربية بمتوسط أعلى من القنوات الثلاث الأخرى، يأتي بعدها قناة القاهرة الإخبارية، ثم قناة سكاي نيوز، وينخفض بشكل ملحوظ متوسط استفادة قناة بي بي سي عربية من هذه التطبيقات. وتعد تطبيقات مؤتمرات الفيديو أقل

التقنيات، من حيث الاستفادة منها داخل غرف الأخبار، ويبرز على هذا المستوى قناة العربية، ثم قناة سكاي نيوز، ثم قناة القاهرة الإخبارية، ثم قناة سي بي سي عربية.

وقد بلغ المتوسط العام للمقياس التجميعي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة عملية التغطية الإخبارية (١٨.١٤ درجة من إجمالي ٢٤ درجة) بمعدل انحراف معياري (٣.٧٣)، وظهرت قناتا العربية وسكاي نيوز أكثر تفوقاً على مستوى الاستفادة من تقنيات التغطية مقارنة بمحرري قناتي القاهرة الإخبارية وسي بي سي عربية.

وتتعدد المنصات التي يعتمد عليها محررو غرف الأخبار التلفزيونية في التحقق من صدق المحتوى، يأتي على رأسها منصة People Browser، ثم موقع Snopes، ثم منصة News Guard، ثم موقع Faker Fact. وتتقارب إلى حد كبير متوسطات الاستفادة من المنصات الثلاث الأولى، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (8): أدوار مواقع ومنصات الذكاء الاصطناعي

في التحقق من صدق المحتوى داخل غرف الأخبار التلفزيونية

المتوسط العام	بي بي سي عربية		العربية		سكاي نيوز		القاهرة الإخبارية		القناة المنصات
	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	
2.15	0.95	2.17	0.62	2.79	0.45	2.72	1.29	1.60	منصة People Browser
2.12	0.94	2.27	0.60	2.83	0.58	2.81	1.24	1.44	منصة AIDR لتقنية الشائعات على تويتر
2.10	0.94	2.13	0.64	2.76	0.69	2.61	1.24	1.57	موقع Snopes
2.00	0.91	2.17	0.74	2.48	0.51	2.72	1.28	1.38	منصة News Guard
1.94	0.90	2.23	0.66	2.70	0.68	2.64	1.17	1.17	موقع Faker Fact

تعد قناة العربية، ثم بي بي سي عربية، الأكثر اهتماماً بالاستفادة من منصة People Browser في التحقق من صدق المحتوى الإخباري، يليها قناة سكاي نيوز، في الوقت الذي يقل فيه متوسط الاستفادة قناة بي بي سي عربية منها، وتظهر قناة القاهرة الإخبارية كأقل القنوات الأربع استفادة منها، وتتفوق أيضاً قناتا العربية، وسكاي نيوز، على بي بي سي عربية، والقاهرة الإخبارية فيما يتعلق بالاستفادة من منصة AIDR، وفيما يتعلق أيضاً بمنصة News Guard، وموقع Faker Fact.

وقد بلغ المتوسط العام التجميعي على مقياس استفادة محرري غرف الأخبار من منصات مواقع التحقق من صدق المحتوى (١٠.٣١ درجة من إجمالي ١٥ درجة) بمعدل انحراف معياري (5.17)، وتفوقت من جديد قناتا العربية وسكاي نيوز على مستوى الاستفادة من هذه المواقع والمنصات.

وعلى مستوى التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات داخل غرف الأخبار التلفزيونية يعد محرك البحث العكسي Google Reverse Image search الأكثر استخداماً من جانب المحررين، يليه اللجوء إلى موقع Tineye، ثم اللجوء إلى تطبيق كاشف الصور المزيفة Fake Image Detector، ثم توظيف تقنية Deepfake، وتعد الفجوة بين متوسطات استخدام هذه التقنيات ضيقة، ما يعني أن الاعتماد عليها يتم بشكل متقارب، كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول رقم (9): أدوار مواقع ومنصات الذكاء الاصطناعي في التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات داخل غرف الأخبار التلفزيونية

المتوسط العام	بي بي سي عربية		العربية		سكاي نيوز		القاهرة الإخبارية		القناة المواقع والمنصات
	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	
2.38	0.77	2.23	0.45	2.72	0.61	2.72	1.12	٢.١٤	استخدام محرك البحث العكسي
2.20	0.90	2.23	0.32	2.90	0.66	2.72	1.26	١.٦٤	اللجوء إلى موقع Tineye
2.10	0.95	2.17	0.47	2.70	0.76	2.64	1.21	1.55	تطبيق كاشف الصور المزيفة
2.00	0.97	2.23	0.57	2.52	0.94	2.50	1.24	1.45	تقنية Deepfake

وتعد قناتي العربية، وسكاي نيوز، الأكثر استخداماً لمحرك البحث العكسي، في التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات، يأتي بعد ذلك قناة بي بي سي عربية، في حين تعد قناة القاهرة الإخبارية الأقل استفادة منه، وتنطبق هذه النتيجة على موقع تين أي، وإن تفوقت قناة العربية في استخدامه على قناة سكاي نيوز، وتحققت هذه النتيجة كذلك فيما يتعلق بتطبيق كاشف الصور المزيفة، وإن تفوقت قناة القاهرة الإخبارية على قناة بي بي سي عربية فيما يتعلق باستخدامه، وفيما يخص تقنية DeepfakeK فتتقارب متوسطات استخدامها بين قناتي العربية وسكاي نيوز، يأتي بعدهما قناة القاهرة الإخبارية، وينخفض بشكل ملحوظ متوسط اعتماد قناة بي بي سي عربية عليها.

تؤشر النتيجة السابقة إلى تفوق قناتي العربية وسكاي نيوز على قناتي القاهرة الإخبارية وبي بي سي عربية في توظيف التقنيات المتعلقة بالتحقق من مصداقية الصور والفيديوهات. وفي المجلد العام بلغ متوسط الاستعانة بهذه التقنيات على المقياس التجميعي (8.66 درجة من إجمالي 12 درجة) بمعدل انحراف معياري (3.17).

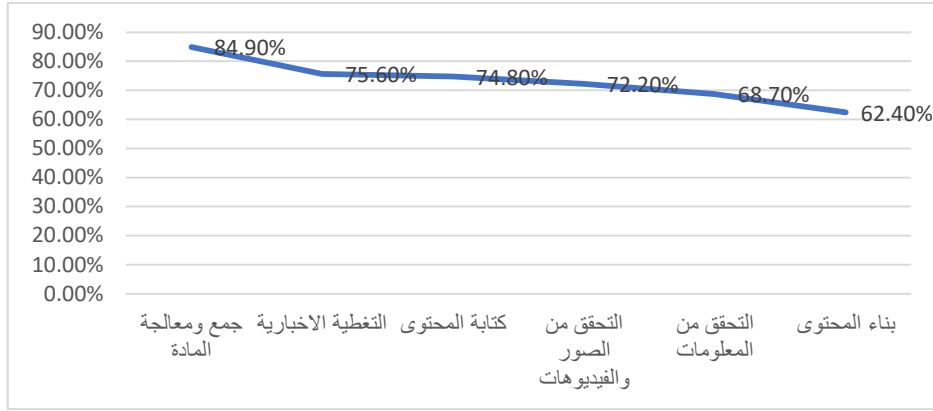
ويتصدر كل من المحتوى الاقتصادي والتعليمي أنواع المحتوى المختلفة التي تستفيد من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالقنوات التلفزيونية، وكان من الملفت أن تتراجع أهمية هذه التقنيات على مستوى المحتوى الاستقصائي، رغم ضرورتها وفوائدها على مستوى هذا النوع من المحتوى.

جدول رقم (10): استفادة الأنواع المختلفة للمحتوى من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية

القناة المحتوى	القاهرة الإخبارية		سكاي نيوز		العربية		بي بي سي عربية		المتوسط العام
	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	المتوسط	التشتت	
المحتوى الاقتصادي	2.75	0.49	2.25	1.05	2.59	0.73	1.87	0.82	2.46
المحتوى التعليمي	2.59	0.66	2.19	1.01	2.59	0.82	2.13	0.80	2.42
المحتوى الفني	2.10	0.98	1.78	1.17	2.17	1.14	1.77	1.07	1.95
المحتوى السياسي	2.15	0.91	1.94	1.09	1.79	1.08	1.33	1.21	1.90
المحتوى الرياضي	1.73	1.30	1.78	1.22	1.10	1.23	1.07	1.20	1.15
المحتوى الاستقصائي	١.٤١	1.43	1.06	1.26	0.59	1.15	0.33	0.80	1.00

وتعد قناة العربية الأكثر استفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاقتصادي، يأتي بعدها قناة القاهرة الإخبارية، ثم قناة سكاي نيوز، ثم قناة بي بي سي عربية، ومن المعلوم أن خوارزميات التحليل الاقتصادي تلعب دوراً مهماً في تحليل البيانات الاقتصادية المعقدة وتبسيطها. وفيما يتعلق بالمحتوى التعليمي تستفيد كل من قناة العربية، والقاهرة الإخبارية، بمتوسط متطابق من تقنيات الذكاء الاصطناعي في بنائه، ونقل بعد ذلك متوسطات استفادة كل من قناتي سكاي نيوز، ثم قناة بي بي سي عربية منه، ونقل في المجمل العام متوسطات استفادة المحتوى الفني، والسياسي، والرياضي، والاستقصائي من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية، وتتفوق قناة العربية على مستوى توظيف هذه التقنيات في بناء المحتوى الفني، وتتفوق قناة القاهرة الإخبارية على مستوى المحتوى السياسي والمحتوى الاستقصائي، وتتفوق قناة سكاي نيوز على مستوى المحتوى الرياضي. وعلى المستوى الإجمالي بلغ المتوسط العام على المقياس التجميعي لمؤشرات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى (11.24 من إجمالي ١٨ درجة).

وقد تم حساب الأوزان النسبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المراحل المختلفة لصناعة المحتوى الخيري للوقوف على نسبة اعتماد محرري غرف الأخبار التلفزيونية عليها في كل مرحلة منها. وقد تصدرت مرحلة جمع ومعالجة المادة الخيرية مجموعة المراحل الخاصة بصناعة المحتوى الخيري، من حيث درجة الاعتماد عليها (بنسبة ٨٩.٩%)، تلتها مرحلة التغطية الإخبارية (بنسبة ٧٥.٦%)، ثم مرحلة كتابة المحتوى الإخباري (بنسبة ٧٤.٨%)، ثم مرحلة التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات (بنسبة ٧٢.٢%)، ثم مرحلة التحقق من صدق المعلومات (٦٨.٧%)، ثم مرحلة بناء المحتوى (بنسبة ٦٢.٤%).



شكل رقم (٣)

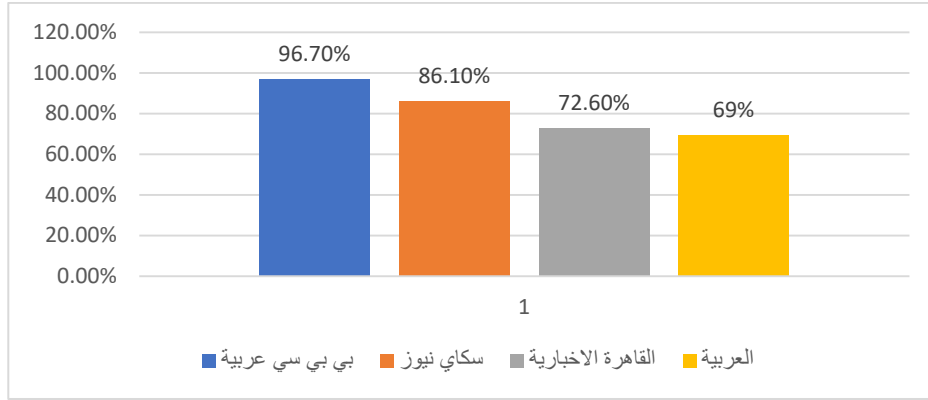
منحنى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال المراحل المختلفة لصناعة المحتوى داخل غرف الأخبار التلفزيونية

نخلص مما سبق إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار العربية، يتم تفعيلها بشكل أساسي في إطار التغطية الإخبارية ومعالجة المعلومات، أكثر مما توظف في مجال الكتابة وبناء المحتوى، وأنها تستخدم في التحقق من الصور والفيديوهات الكاذبة أكثر مما تستخدم في التحقق من صدق المعلومات.

ثالثاً- اتجاه محرري غرف الأخبار نحو الأبعاد الأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى:

هناك مجموعة من الأبعاد الأخلاقية المرتبطة بتوظيف تقنيات الذكاء الصناعي داخل غرف الأخبار التلفزيونية، يتعلق بعضها بتأثير هذه التقنيات على مستقبل العمالة البشرية، ودورها في تهميش المحتوى الصحفي، وتضييق مساحة الإبداع البشري لصالح الإنتاج الآلي، بالإضافة إلى بعض التأثيرات السلبية الأخرى على المستوى المهني، مثل نشر وترويج بعض الأخبار الكاذبة، واختراق الخصوصية، وعدم احترام حقوق الملكية الفكرية للمحتوى وغير ذلك.

وفي المجلد العام ترى نسبة ٧٩.٢% من محرري غرف الأخبار بالقنوات الأربعة (١٦٨ مفردة) أن هناك إغفالاً للأبعاد الأخلاقية فيما يتعلق بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، في حين لا ترى نسبة ٢٠.٨% ذلك. ويتبنى محررو غرفة أخبار بي بي سي عربية هذا الرأي أكثر من غيرهم من محرري غرف الأخبار الأخرى، وذلك بنسبة ٩٦.٧% من إجمالي (٣٠ مفردة)، يليهم محررو سكاي نيوز بنسبة ٨٦.١% من إجمالي (36 مفردة)، ثم محررو القاهرة الإخبارية بنسبة ٧٢.٦% من إجمالي (٧٣ مفردة)، ثم محررو العربية بنسبة ٦٩% من إجمالي (٢٩ مفردة).



شكل رقم (٤)

تقييم المحررين لإغفال الأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار

وتم تحليل اتجاه محرري غرف الأخبار داخل قنوات القاهرة الإخبارية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، في ضوء ثلاثة محاور:

- ١- الاتجاه نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار.
- ٢- الاتجاه نحو القيم المهنية المؤثرة في صناعة المحتوى الخبري بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- ٣- الاتجاه نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري.

١-الاتجاه نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار:

تم قياس اتجاه محرري غرف الأخبار نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل القنوات التليفزيونية من خلال مقياس يشتمل على (٨ مؤشرات)، يتعلق بعضها بدور الذكاء الاصطناعي في دعم مهام المحررين، وبعضها بعملية إحلال التقنيات الآلية محل البشر، وبعضها بالتشريعات والمدونات التي يتوجب أن تحكم توظيف الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. وقد اتخذ الاتجاه مساراً "إيجابياً ضعيفاً"، حيث بلغ المتوسط العام لدرجة المقياس التجميعي للاتجاه ٣٤.٤٤ (من إجمالي ٤٠ درجة)، بدرجة تشتت ٣.٩٦.

جدول رقم (١١): اتجاه المحررين نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي

على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار

درجة الموافقة		المؤشرات
المتوسط	التشتت	متوسط درجة الموافقة
٤.٨٢	٠.٤٢	تشكل خوارزميات الذكاء الصناعي عاملاً مساعداً لمحرري الأخبار
٤.٧٣	٠.٦٣	الأفضل أن يتم الاستثمار في الصحفيين أنفسهم قبل الاستثمار في الذكاء الاصطناعي
٤.٥٧	٠.٧٦	يساهم وجود الخوارزميات في توجيه طاقة محرري الأخبار إلى التحليل والتعمق في الأحداث
٤.٥١	٠.٧٠	هناك ضرورة لإيجاد تشريعات منظمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار
٤.٣٩	٠.٨٣	لا بد من وجود مدونة أخلاقية تضع معايير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار داخل المؤسسة
٤.٢٤	١.١٠	ستسيطر الروبوتس الذكية بنسبة كبيرة على غرف الأخبار في المستقبل
٣.٦١	١.٤٥	توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي ٢٠% على الأقل من المجهور الروتيني لمحرري الأخبار
٣.٥٩	١.٤٢	الاعتماد على الخوارزميات سيؤدي مستقبلاً إلى الاستغناء عن كثير من محرري الأخبار

ويتأسس الجانب الإيجابي لاتجاه محرري غرف الأخبار نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار التليفزيونية على الموافقة على أن "خوارزميات الذكاء الاصطناعي تشكل عاملاً مساعداً لمحرري الأخبار"، و"أنها تساهم في توجيه طاقة المحررين إلى التحليل والتعمق في الأحداث" بمتوسطات مرتفعة، وتحفظهم على أن "الاعتماد على الخوارزميات سيؤدي مستقبلاً إلى الاستغناء عن كثير من محرري الأخبار" وأن "توافر تقنيات الذكاء الاصطناعي سيوفر ٢٠% على الأقل من المجهود الروتيني لمحرري الأخبار"، إذ انخفضت متوسطات الموافقة على هذه العبارات، في الوقت الذي ارتفع فيه متوسط الموافقة على أن "الأفضل أن يتم الاستثمار في الصحفيين أنفسهم قبل الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي"، وعلى "ضرورة إيجاد تشريعات منظمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار"، و"ضرورة وجود مدونة أخلاقية تضع معايير لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار"، وكذلك الموافقة بمتوسط مرتفع على أن "الروبوتس الذكية ستسيطر بنسبة كبيرة على غرف الأخبار في المستقبل".

٢- الاتجاه نحو القيم المهنية المؤثرة في صناعة المحتوى الخبري بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي:

وظف البحث مقياساً يتكون من (١٠ مؤشرات) في إطار مقياس تجميعي يستهدف تحديد اتجاه محرري غرف الأخبار نحو القيم المهنية المؤثرة في صناعة المحتوى الخبري بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي. وقد بلغت قيمة المتوسط العام على هذا المقياس ٤٣.٧٠ درجة من (إجمالي ٥٠ درجة) مما يؤشر إلى أن الاتجاه يتخذ مساراً "إيجابياً قوياً" على هذا المستوى، نتيجة ارتفاع متوسطات موافقة المحررين على مؤشرات، خصوصاً الإيجابي منها.

جدول رقم (١٢): اتجاه المحررين نحو مؤشرات القيم المهنية

لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى

درجة الموافقة		المؤشرات
المتوسط	التشتت	متوسط درجة الموافقة
٤.٧٧	٠.٨١	من المهم أن يتعلم المحررون مهارات البرمجة حتى يساهموا في صناعة الخوارزميات الأكثر فائدة لصناعة المحتوى
٤.٥٤	٠.٦٨	من الضروري مراجعة محتوى البيانات جيداً قبل تزويد الخوارزميات بها
٤.٥٣	٠.٧٣	لا بد أن تخضع خوارزميات صناعة المحتوى الخبيري لمراجعة وتحديث مستمر
٤.٥٠	٠.٧١	أحياناً ما تكون الخوارزميات بوابة لإنتاج مادة صحفية قليلة الجودة بسبب اعتمادها على بيانات غير جيدة
٤.٤٩	٠.٧٦	من المهم تمييز المحتوى البشري عن المحتوى الآلي داخل المحتوى الصحفي الاستقصائي
٤.٤٨	٠.٨٠	تقدم خوارزميات صناعة الخبر الصحفي محتوى أكثر دقة وموضوعية
٤.٤٣	٠.٧١	من الصعوبة بمكان تحديد المسؤولية الأخلاقية في قصة خبرية صنعتها خوارزمية
٤.٣٨	٠.٩٥	انتشار خوارزميات صناعة المحتوى الإخباري تقلل من فرص الإبداع والابتكار البشري
٣.٥٠	١.٤	توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الخبيري يضمن التوازن وفصل المعلومة عن الرأي
٣.٤٠	٠.٧٨	لا بد من الالتزام بتنبيه الجمهور إلى القصص الخبرية المصنوعة بواسطة الخوارزميات

يولي الكثير من المحررين أهمية خاصة لضرورة الالتزام بالقيم المهنية، عند توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبيري، يؤشر إلى ذلك ارتفاع متوسطات موافقتهم على: "ضرورة أن يكون لهم دور في صناعة الخوارزميات من خلال تعلم البرمجة"، و"ضرورة أن تخضع هذه الخوارزميات للمراجعة والتحديث المستمر" و"ضرورة مراجعة محتوى البيانات جيداً قبل تزويد الخوارزميات به" لأن "اعتماد الخوارزميات على بيانات غير جيدة يؤدي إلى محتوى منخفض الجودة". ويوافق المحررون بمتوسطات مرتفعة أيضاً على عدد من القيم المهنية عند توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، يتصدرها حماية حقوق الملكية الفكرية من خلال التأكيد على "التمييز بين المحتوى البشري والآلي داخل المحتوى الصحفي الاستقصائي" عند نشره على منصات القناة التلفزيونية، ويوافق المحررون بمتوسط مرتفع على دور "خوارزميات صناعة الخبر الصحفي" في إنتاج محتوى أكثر التزاماً بقيمتي "الدقة والموضوعية". ويظهر الجانب السلبي في اتجاه المحررين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى في الموافقة بمتوسط مرتفع على أنه "من الصعوبة بمكان تحديد المسؤولية الأخلاقية في قصة خبرية صنعتها خوارزمية"، وأن "انتشار خوارزميات صناعة المحتوى الإخباري يقلل من فرص الإبداع والابتكار البشري"، والموافقة بمتوسط منخفض على أن "توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الخبيري يضمن التوازن وفصل المعلومة عن الرأي"، إذ لا توجد قناة كبيرة بذلك لدى محرري غرف الأخبار، وكذلك الموافقة بمتوسط منخفض على ضرورة "الالتزام بتنبيه الجمهور إلى القصص الخبرية المصنوعة بواسطة الخوارزميات".

٣-الاتجاه نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري:

تم الاعتماد على مقياس تجميعي يتكون من (٨ مؤشرات) لقياس اتجاه المحررين نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري، وبلغ المتوسط العام لدرجة المحررين عليه (٣٥ درجة) من إجمالي (٤٠ درجة)، بدرجة تشتت (٤.٢٩) ما يعني أن الاتجاه على هذا المستوى يتخذ اتجاهاً "إيجابياً قوياً" أكثر وضوحاً.

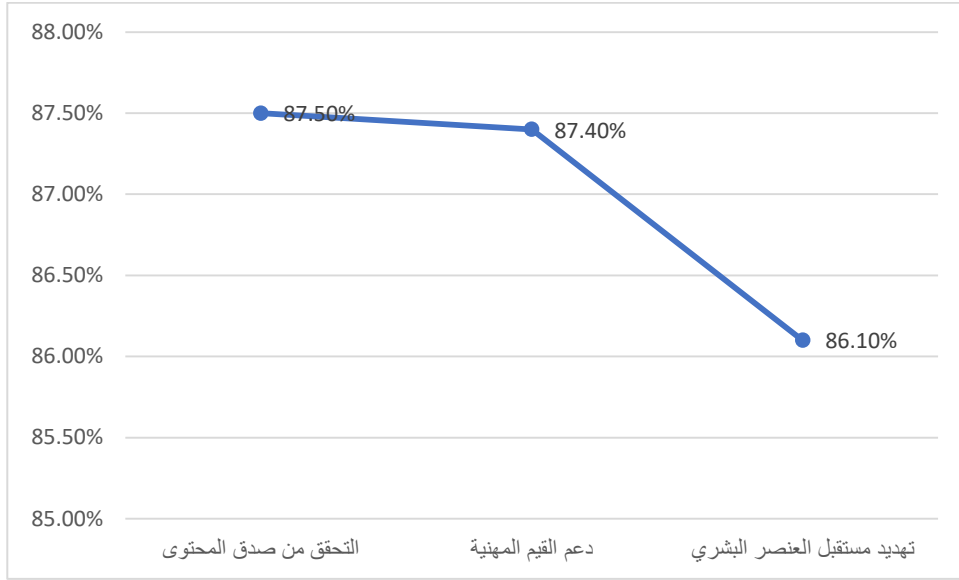
جدول رقم (١٣): اتجاه المحررين نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الكاذب

درجة الموافقة		المؤشرات
المتوسط	التشتت	الأدوار
٤.٤٩	٠.٧٤	من أكثر فوائد خوارزميات الذكاء الاصطناعي مكافحة الأخبار والمعلومات الزائفة
٤.٤٦	٠.٧١	تفيد برامج الذكاء الاصطناعي في اكتشاف الأخبار الكاذبة أكثر من الصور والفيديوهات الكاذبة
٤.٤٤	٠.٨٢	تمثل تقنيات الذكاء الاصطناعي حلاً سحرياً للأخبار الكاذبة في الإعلام
٤.٤٣	٠.٨٣	خوارزميات كشف التلاعب في الصور والفيديوهات هي الأكفأ في اكتشاف الكذب والفبركة
٤.٣٨	٠.٨٩	أحياناً ما يؤدي التلاعب بمعلومات الخبر أو عنوانه إلى زيادة الترافيك على الموقع
٤.٣٥	٠.٧٦	يفضل الاستعانة في غرف الأخبار بخبراء كشف فبركة الصور والفيديوهات
٤.٢٠	١.١٠	قد تفقد عملية التحقق من صدق المعلومات غرفة الأخبار القدرة على السبق
٢.٢٦	٠.٩٤	التحقق من صدق المعلومات بالمراجعة البشرية أدق من اكتشافه بالخوارزميات

تتأسس إيجابية اتجاه محرري غرف الأخبار نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى المعلوماتي والبصري للمواد الصحفية على الموافقة بمتوسط كبير على أن "من أكثر فوائد خوارزميات الذكاء الاصطناعي مكافحة الأخبار والمعلومات الزائفة"، وإن انحاز المحررون بمتوسط كبير إلى أن "برامج الذكاء الاصطناعي تفيد في اكتشاف الأخبار الكاذبة أكثر من الصور والفيديوهات الكاذبة"، لكنهم في الوقت نفسه لم يقللوا من أن "خوارزميات كشف التلاعب في الصور والفيديوهات هي الأكفأ في اكتشاف الكذب والفبركة"، وقد أشارت النتائج فيما سبق إلى أنهم يستخدمون مواقع ومنصات كشف التلاعب في الصور والفيديوهات بدرجة أكبر. في المقابل انخفض متوسط موافقة المحررين على المؤشرات التي تقلل من أهمية خوارزميات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى، ومن بينها أن "التلاعب بمعلومات الخبر أو عنوانه يؤدي إلى زيادة الترافيك على الموقع"، وأن "عملية التحقق من صدق المعلومات قد تفقد غرفة الأخبار القدرة على السبق". كما انخفض متوسط موافقة المحررين على أن "من الأفضل الاستعانة في غرف الأخبار بخبراء كشف فبركة الصور والفيديوهات"، وانخفض بشكل كبير متوسط موافقتهم على أن "التحقق من صدق المعلومات بالمراجعة البشرية أدق من اكتشافه بالخوارزميات"، ليصل إلى (٢.٢٦) من إجمالي (٥ درجات).

وبمقارنة الأوزان النسبية لقيم المتوسطات الخاصة بالمحاور الثلاث، نجد أن اتجاه المحررين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى داخل غرف الأخبار يأخذ مساراً إيجابياً أكثر قوة عندما يتعلق الأمر بأدوار التقنيات في التحقق من صدق

المحتوى المعلوماتي والبصري، وتنخفض قوة إيجابية الاتجاه بصورة محدودة عندما يتعلق الأمر بدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في دعم القيم المهنية عند صناعة المحتوى الخبري، وتضعف درجة إيجابية الاتجاه بعد ذلك فيما يرتبط بتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار على مستقبل العنصر البشري (المحررين).



شكل رقم (٥)

منحنى اتجاه محرري غرف الأخبار نحو محاور توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى

رابعاً- اختبار فروض البحث:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الحصول على دورات تدريبية تتعلق بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري وإدراك محرري غرف الأخبار للأبعاد الأخلاقية لتوظيف هذه التقنيات.

تم اختبار الفرض باستخدام معامل "كاسون"، وقد بلغت قيمة العلاقة بين هذين المتغيرين -طبقاً له- (٣.٩٩)، عند درجة حرية (١)، وبمستوى معنوية (٠.٠٤)، مما يعني وجود علاقة ارتباط دالة بين الحصول على دورات تدريبية في مجال الذكاء الاصطناعي، وإدراك محرري غرف الأخبار التليفزيونية للأبعاد الأخلاقية لتوظيف تقنياته في صناعة المحتوى. ورغم ثبوت هذا الفرض إلا أن العلاقة بين المتغيرين اتسمت بضعفها، حيث بلغ معامل التوافق بينهما (٠.١٥)، بمستوى معنوية (٠.٠٤)، واتخذت العلاقة شكلاً متوسطاً طبقاً لمعامل ارتباط جاما Gamma، حيث بلغت قيمته (٠.٣٩) بمستوى معنوية (٠.٠٣).

جدول رقم (١٤): العلاقة بين الحصول على دورات تدريبية وإدراك الأبعاد الأخلاقية لتوظيف الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار

لا يدرك		يدرك		إدراك الأبعاد الأخلاقية
ك	%	ك	%	الدورات التدريبية
9	25.7	59	44.4	حصل على دورات
26	74.3	74	55.6	لم يحصل على دورات
35	100	133	100	المجموع

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه محرري غرف الأخبار نحو القيم المهنية التي تحكم توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، ومعدلات اعتمادهم على تقنياته في المراحل المختلفة للكتابة الخيرية.

تم الاعتماد في اختبار الفرض على معامل ارتباط بيرسون، الذي يستخدم لقياس علاقة الارتباط بين متغيرين كميين، وقد بلغت قيمته بين المتغيرين (0.53)، بمستوى معنوية (0.00)، ما يعني ثبوت صحة فرض علاقة الارتباط بين اتجاه محرري غرف الأخبار نحو القيم المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى ومعدل الاعتماد على تقنياته في المراحل المختلفة للكتابة التي تشمل التحقق من صحة المحتوى، وتصحيح الأخطاء اللغوية، وصياغة المحتوى، واقتراح بعض العناوين، وبعض الصور والفيديوهات المصاحبة، وتقديم مقترحات بتخصيص المحتوى لفئة معينة من الجمهور.

جدول رقم (١٥): العلاقة بين الاتجاه نحو القيم المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى والاعتماد على تقنياته في المراحل المختلفة للكتابة الخيرية

معامل ارتباط بيرسون	الاتجاه نحو القيم المهنية	اسهام الذكاء الصناعي في كتابة المحتوى
١	١	.533**
١٦٨	١٦٨	٠.٠٠٠
١٦٨	١٦٨	١
١٦٨	١٦٨	٠.٠٠٠
١٦٨	١٦٨	١

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري، طبقاً لسنوات الخبرة في العمل.

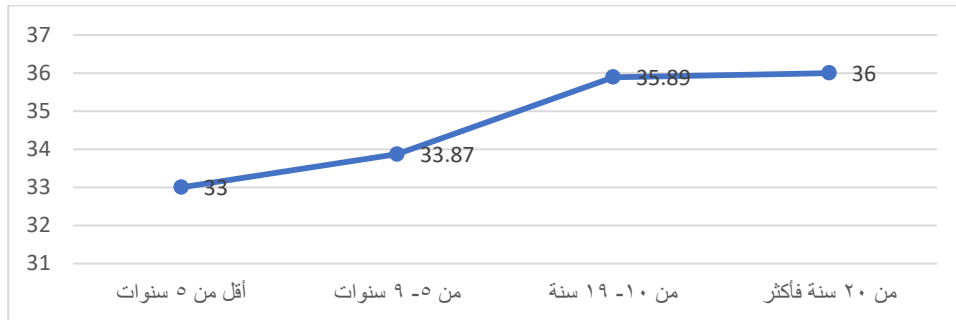
بتحليل التباين أحادي الاتجاه بين محرري غرف الأخبار، تبعاً لعدد سنوات الخبرة، لتحديد مستوى تدخل هذا المتغير في تحديد الاتجاه نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري، وجد أن قيمة "ف" بلغت (٢.٨١) عند درجة حرية (٤) وبمستوى معنوية (٠.٠٢) ما يعني أن الفروق بين متوسطات اتجاه المحررين على هذا المستوى مردها عدد سنوات الخبرة الوظيفية.

جدول رقم (١٦): الفروق بين متوسطات الاتجاه نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي

في التحقق من صدق المحتوى تبعاً لعدد سنوات الخبرة

التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	مربع المتوسط	قيمة ف	درجة المعنوية
بين المجموعات	198.138	4	49.534	2.813	0.02
داخل المجموعات	2869.862	163	17.607		
	3068.000	167			

ومن مراجعة متوسطات اتجاه محرري غرف الأخبار نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من مصداقية المحتوى المعلوماتي والبصري يتضح أن متوسط إيجابية الاتجاه نحو هذا المحور يرتفع كلما ارتفعت سنوات الخبرة الوظيفية في العمل داخل غرف الأخبار التليفزيونية، حيث يبلغ في (٣٣ درجة) لدى أصحاب الخبرة (أقل من ٥ سنوات)، ويرتفع لدى أصحاب الخبرة (من ٥ - ٩ سنوات) إلى (٣٣.٨٧)، ويأخذ المستوى طريق الارتفاع لدى أصحاب الخبرة (من ١٠ - أقل من ٢٠ سنة) ليصل إلى (٣٣.٨٩)، ويصل إلى ذروته (٣٦ درجة) لدى من تبلغ سنوات خبرتهم (٢٠ سنة فأكثر).



شكل رقم (٦)

اتجاه محرري غرف الأخبار نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري طبقاً لعدد سنوات الخبرة

الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، طبقاً للنوع.

تم اختبار صحة الفرض بمقياس "ت" لاختبار معنوية الفروق بين المتوسطات داخل مجموعتين، وقد بلغت قيمة "ت" طبقاً لهذا المقياس (١١٢.٨٠) عند درجة حرية (١٦٧) وبمستوى معنوية (٠.٠٠)، ما يعني أن عنصر النوع (ذكور- إناث) يتدخل نسبياً في تحديد متوسط اتجاه المحررين نحو التأثيرات المستقبلية لتقنيات الذكاء الاصطناعي على العنصر البشري، ورغم أن الفروق بين متوسطات اتجاه الذكور والإناث نحو هذا المتغير ليست كبيرة، إلا أنها ذات معنوية، حيث تميل الإناث بمتوسط أكبر نسبياً إلى أن وجود تقنيات الذكاء الصناعي داخل غرف الأخبار قد يؤثر سلباً على فرص العمل المتاحة في المستقبل.



شكل رقم (٧)

اتجاه محرري غرف الأخبار نحو تأثيرات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري طبقاً للنوع

خاتمة البحث: (تم ربط النتائج مع الدراسات السابقة)

من العرض السابق لنتائج تحليل اتجاه محرري غرف الأخبار التليفزيونية نحو توظيف تقنيات الذكاء الصناعي في صناعة المحتوى نخلص إلى أن أغلب المحررين يميلون إلى الخيارات الأسهل والأرخص على مستوى الاستفادة من التقنيات الذكية في صناعة المحتوى الخبري، فهم يفضلون الخوارزميات "البرامج" على التكنولوجيا المعقدة "الأجهزة" مثل الدرونز والروبوتس"، ويميل محررو غرف الأخبار التليفزيونية إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل الإعداد وتجهيز البيانات، كمرحلة من مراحل صناعة المحتوى الإخباري، ويوظفونها بشكل أساسي في أداء المهام التي تتطلب وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً، على المستوى البشري، خصوصاً فيما يتعلق بجمع المعلومات ومعالجتها، وكذلك في تسهيل عملية الوصول بالمحتوى إلى الجمهور، عبر توظيف خوارزميات تحليل البيانات. وتتسق هذه النتيجة مع توصلت إليه دراسة (Canavilhas, 2022) حول الصعوبات المهنية

والتمولية، وتأثيرها في الحد من الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وميل المحررين إلى الخيارات الأسهل والأقل تكلفة، ونتائج دراسة (الزهراني، ٢٠٢٢) حول المشكلات المتعلقة بالبنية التحتية داخل غرف الأخبار، وعدم قدرتها على التواء مع متطلبات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري. ويمكن تفسير النتيجة السابقة التي خلص إليها البحث بعاملين: أولهما الدور الذي تقوم به هذه الخوارزميات في المساعدة في تحليل البيانات الضخمة، وثانيهما المساعدة في إنتاج محتوى أكثر دقة وسرعة. وهي الأدوار التي أبرزتها دراسة (All & Hassoun, 2019)، حين نبهت إلى الأدوار التي تقوم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفق السياسة التحريرية، وكذلك تخصيص المحتوى.

وتظهر قناتا سكاى نيوز والعربية كأكثر القنوات الإخبارية اتجاهاً إلى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي على هذا المستوى، مقارنة بقناتي بي بي سي عربية والقاهرة الإخبارية. ولا تهتم القنوات الإخبارية بتدريب محرري غرف الأخبار على الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بالقدر الكافي، فنسبة ٤٠% فقط من المحررين حصلت على دورات تدريبية. وتعد قناة سكاى نيوز الأكثر اهتماماً بتدريب محرريها، يأتي بعدها قناة بي بي سي عربية، ثم قناة القاهرة الإخبارية، ثم قناة العربية. وتركز الدورات التدريبية بشكل أساسي على موضوع "أساسيات الذكاء الصناعي". وتتناقض هذه النتيجة مع ما نبهت إليه دراسة (All & Hassoun, 2019) من أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي سيعزز عمل محرري غرف الأخبار بدلاً من أن تحل محلهم، وبالتالي من الضروري تدريبهم على استخدامها والاستفادة منها في صناعة المحتوى.

وتحدد مجالات الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بشكل أساسي في مرحلة جمع ومعالجة المادة الخبرية، ثم مرحلة التغطية الإخبارية، ثم مرحلة كتابة المحتوى الإخباري، ثم مرحلة التحقق من مصداقية الصور والفيديوهات، ثم مرحلة التحقق من صدق المعلومات، ثم مرحلة بناء المحتوى. وهناك اتفاق بين محرري غرف الأخبار - خصوصاً داخل قناتي سكاى نيوز والعربية- على جدوى وأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع ومعالجة المعلومات الخبرية. وعلى مستوى الكتابة الخبرية، وُجد أن هذه التقنيات تستخدم بشكل أساسي في عملية التحقق من صحة المعلومات التي تتأسس عليها القصاص الخبرية، ثم يبرز الدور المتعلق بتصحيح الأخطاء اللغوية. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أبو عرقوب، ٢٠١٩) من أن الوسائل الاتصالية الحديثة فرضت تغيرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري الخمسة الرئيسية (جمع الأخبار، التحقق والتثبت، المعالجة البصرية والتحريرية، النشر، التغذية الراجعة).

وبرز -على مستوى إدارة التغطية الإخبارية- أدوار التطبيقات المتعلقة بالتعرف على أهم الترددات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وتطبيقات التواصل بين فرق العمل الإخباري. وتفوقت قناتا العربية وسكاى نيوز على مستوى الاستفادة من هذه المواقع والمنصات الخاصة بالتحقق من صدق المحتوى المعلوماتي داخل غرف الأخبار التليفزيونية، وكانت هاتان القناتان أيضاً الأكثر استخداماً لمحرك البحث العكسي في التحقق

من مصداقية الصور والفيديوهات، يأتي بعد ذلك قناة بي بي سي عربية، في حين تعد قناة القاهرة الإخبارية الأقل استفادة منه. وينتشر كل من المحتوى الاقتصادي والتعليمي أنواع المحتوى المختلفة التي تستفيد من تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالقنوات التلفزيونية، وكان من الملفت أن تتراجع أهمية هذه التقنيات على مستوى المحتوى الاستقصائي، رغم ضرورتها وفوائدها على مستوى هذا النوع من المحتوى.

وفيما يتعلق بالاتجاه نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى داخل غرف الأخبار تبني المحررون اتجاهاً "إيجابياً ضعيفاً" نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، وتتأسس إيجابية الاتجاه على قناعة المحررين بالدور الذي تقوم به هذه التقنيات في أداء المهام الروتينية، ومنحهم فرصة أكبر للتحليل والتعمق في الأحداث، والإبداع والابتكار، لكنهم رأوا في المقابل أن الاستثمار في العنصر البشري أجدي من الاستثمار في الذكاء الاصطناعي. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (All & Hassoun, 2019) من أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار يثير قضايا مهنية وأخلاقية عديدة؛ من بينها: تفويض الإبداع البشري، وغياب المراقبة، والتحيز والشفافية. وخلصت أيضاً إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستعزز عمل محرري غرف الأخبار بدلاً من أن تحل محلهم، وذلك إذا أحسن توظيفها.

واتخذ الاتجاه نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري مساراً "إيجابياً قوياً"، يؤكد قناعة المحررين بأهمية مساهمتهم في بناء خوارزميات صناعة المحتوى، وأهمية الدعم والتحديث المستمر لدورها في دعم الدقة والسرعة والموضوعية والقدرة على المنافسة داخل المحتوى. في المقابل رأى المحررون ضرورة الالتزام بحماية حقوق الملكية الفكرية عند توظيف التقنية في صناعة المحتوى، وتمييز المحتوى الآلي عن المحتوى البشري بصورة واضحة، والتنبيه إلى دور الإنتاج الآلي في تنميط المحتوى، ومحاصرة الإبداع والابتكار. وأخذ الاتجاه نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري مساراً "إيجابياً قوياً" أكثر وضوحاً، من خلال التأكيد على دور التقنيات في مكافحة الكذب والتزييف في المعلومات، وكشف أنماط التلاعب بالصور والفيديوهات، في المقابل انخفض متوسط موافقة المحررين على المؤشرات التي تقلل من أهمية خوارزميات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى، ورجحوا دور التقنيات الآلية على العنصر البشري في سياق التحقق من المحتوى داخل غرف الأخبار. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما توصلت إليه دراسة (Kim, 2019) من أن هناك أبعاداً أخلاقية تتدخل في تحديد استفادة المحررين من الخوارزميات، مثل تزويدها ببيانات نظيفة وموثوق بها حتى تُخرج الخوارزمية محتوى يتمتع بالمصداقية لدى الجمهور، والالتزام بالشفافية في الإفصاح عن المحتوى الآلي الذي تم إنشاؤه بمعرفة الخوارزميات، وضرورة مشاركة المحررين في بناء الخوارزميات بصورة تجعلها قادرة على الاستجابة لاحتياجاتهم المهنية، وخصوصاً حاجتهم إلى الإبداع وعدم التنميط.

وقد ثبت الفرض الذي يذهب إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الحصول على دورات تدريبية تتعلق بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبيري،

وإدراك محرري غرف الأخبار للأبعاد الأخلاقية لتوظيف هذه التقنيات، ورغم ثبوت هذا الفرض إلا أن العلاقة بين المتغيرين اتسمت بضعفها. كما ثبت الفرض الذي يقول بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اتجاه محرري غرف الأخبار نحو القيم المهنية التي تحكم توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، ومعدلات اعتمادهم على تقنياته في المراحل المختلفة للكتابة الخبرية. وقد أشارت دراسة (عبد الحميد، ٢٠٢٠) أن ترتيب عناصر التحقق من مصداقية الرسالة التي تم إنشاؤها عبر أدوات الذكاء الاصطناعي تمثلت بشكل أساسي في الدقة، ثم الموضوعية، ثم فصل الحقيقة عن الرأي، ثم التوازن في عرض كل وجهات النظر. وثبت أيضاً الفرض الذي يذهب إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو أدوار تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صدق المحتوى المعلوماتي والبصري، طبقاً لسنوات الخبرة في العمل، إذ يرتفع متوسط إيجابية الاتجاه نحو هذا المتغير كلما ارتفعت سنوات الخبرة الوظيفية في العمل داخل غرف الأخبار التلفزيونية. وثبت فرض وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المحررين نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستقبل العنصر البشري داخل غرف الأخبار، طبقاً للنوع، إذ تميل الإناث بمتوسط أكبر نسبياً إلى أن وجود تقنيات الذكاء الصناعي داخل غرف الأخبار قد يؤثر سلبياً على فرص العمل المتاحة في المستقبل.

ويوصى البحث في الختام بضرورة التخطيط الدقيق للاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى داخل غرف الأخبار التلفزيونية، والتوازن ما بين الاستثمار في التقنيات والعنصر البشري العامل داخل هذه الغرف، وتخصيص ميزانيات كافية لتدريب الكوادر البشرية على الاستفادة من هذه التقنيات، وضرورة التنبيه إلى بعض التأثيرات السلبية التي تدعمها هذه التقنيات، عبر الترويج لترددات معينة، أو نشر شائعات أو أخبار كاذبة، أو صور وفيديوهات ملفقة، تستعين بخوارزمياتها. كما تحتاج قناة القاهرة الإخبارية إلى تطويرات مستمرة على مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى داخل غرفة أخبارها.

مراجع البحث:

- All, Waleed, and Hassoun, Mohamed (2019), “Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities”, International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJC) Volume 5, Issue 1, PP 40-49.
- Canavilhas, João, (2022) “Artificial Intelligence and Journalism: Current Situation and Expectations in the Portuguese Sports Medi”, Journal. Media, 3, 510–520.
- Hauer, Thomas (2017), “Technological determinism and new media”, International Journal of English, Literature and Social Science, Vol-2, Issue-2.
- Kim, Haley, (2019), “Creating an Ethical Framework”, Syracuse University Honors Capstone Projects.
- Lewis, Seth C., Sanders, Amy Kristin, and Carmody, Casey (2019), “Libel by Algorithm? Automated Journalism and the Threat of Legal Liability” Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 96(1) 60 –81.
- Mardiana, Harisa, and Daniel, Haris Kaisar (2019), “Technological Determinism, New Literacies and Learning Process And The Impact Towards Future Learning”, Journal of Educational Science and Technology, Volume 5 Number 3 December.
- Okocha, Desmond Onyemечи (2020), “Journalistic metamorphosis: Robot journalism adoption in Nigeria in adigital age”, African Journal of Arts and Humanities, Vol. 8. No. 1.
- Pashevich ,Ekaterina (2018),” Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence”. Unpublished Master’s Thesis in Nordic Media Department of Media & Communication Faculty of Humanities University of Oslo.
- Serdouk, Ali and Bessam, Ahmed Cherif (2023), “Bots in Newsrooms: What Future for Human Journalists?”, Media Watch 14(1) 100–115.
- Tandoc , Edson C. Jr. and Oh ,Soo-Kwang (2017), “Small departures, Big Continuities? Norms, values, and routines in The Guardian’s big data journalism” Journalism Studies, Vol. 18, No. 8, 997–1015.
- Túñez-López ,Miguel and Toural-Bran, Carlos (2019), “Automation, bots and algorithms in newsmaking. Impact and quality of artificial journalism”, RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 74 – Pages 1411 to 1433.
- أبو عرقوب، عمر (٢٠١٩)، "نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها"، معهد الجزيرة للإعلام.
- الزهراني، أحمد علي (٢٠٢٢)، "تبنى الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام.

- بريك، أيمن محمد ابراهيم (٢٠٢٠)، "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام.
- خطاب، أمل محمد (٢٠٢١)، "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- عبد الحميد، عمرو محمد محمود (٢٠٢٠)، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى العالمي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام، العدد (٥٥).
- عبد الحميد، محمد (٢٠٠٤)، "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط ٢، القاهرة، عالم الكتاب.
- مرسل، أحمد بن (٢٠٠٢)، "مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام"، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.