الاتجاهات العالمية في التنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة: دراسة تحليلية مع تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية لغرف الأخبار المصرية والعربية في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية

د. حسين محمد ربيع*

ملخص الدراسة:

لا يخفى على أحد النمو المتسارع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحولها في مختلف المجالات بوتيرة غير مسبوقة، وهو ما صاحبه تزايد المخاوف بشأن آثارها الأخلاقية والمخاطر المحتملة، ومن ثم ظهرت دعوات لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي لضمان تطويره واستخدامه بشكل مسؤول سواء على مستوى التنظيم القانوني أو التنظيم الذاتي. وقد أفرز الاستخدام المتزايد لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، مشكلات قانونية وأخلاقية دفعت إلى البحث عن إطار قانوني وتشريعي يضبط تلك التقنيات المتسارعة، إلى جانب الدعوة إلى وضع مواثيق أخلاقية تضمن الاستخدام المسئول لهذه التقنيات في غرف الأخبار، وهو ما قامت به العديد من المؤسسات الإعلامية على المستوى الدولي. في هذا الإطار هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الاتجاهات العالمية في التنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وصولاً إلى تقديم تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية يمكن أن تسهم في ضبط وتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار المصرية والعربية في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية.

قام الباحث برصد وتحليل المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الخاصة بتنظيم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الصادرة عن (٣٦) مؤسسة وهيئة إعلامية وصحفية في أكثر من ٢٠ دولة ، وخلصت الدراسة إلى أن هذه المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية اشتملت على مجموعة من المعايير والإرشادات تنظم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية داخل غرفة الأخبار بما يضمن الاستخدام الآمن للتكنولوجيا الرقمية المتعلقة بعملية الإنتاج الصحفي داخل غرف الأخبار، وأجمعت المؤسسات الإعلامية في هذه المبادئ على أن القيم والأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الإعلام التقليدي تبقى محل اهتمام في مجال توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، انطلاقًا من أن استخدام التكنولوجيا داخل غرفة الأخبار لا يعدّ غاية في حد ذاته، بل يجب أن يساعد على تحقيق هدف أسمى وهو تقديم صحافة جيدة تحظى بثقة القراء. وقدم الباحث تصورًا مقترحًا لوثيقة مبادئ توجيهية عبارة عن ميثاق تحريري يتضمن المعايير والقواعد الإرشادية التي يمكن أن تسهم في تنظيم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في الصحف والمواقع المصرية والعربية استرشادًا بتجارب المؤسسات الإعلامية الدولية في هذا الشأن.

الكلمات الدالة: التنظيم الذاتي، المبادئ التوجيهية، غرف الأخبار، الذكاء الاصطناعي التوليدي، الاستخدام الآمن للذكاء الاصطناعي.

* أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة السويس

Global trends in self-regulation of using artificial intelligence in journalism: An analytical study with a proposed vision for a guidelines document for Egyptian and Arab newsrooms in light of the experiences of international media institutions

Dr. Hussein Mohamed Rabea*

Abstract:

This study aimed to monitor and analyze global trends in self-regulation of the use of artificial intelligence applications in journalistic work, leading to the presentation of a proposed vision for a guiding principles document that could contribute to controlling and regulating the use of artificial intelligence within Egyptian and Arab newsrooms in light of the experiences of international media institutions.

The researcher monitored and analyzed the guidelines and rules for regulating artificial intelligence and its applications issued by (36) media and journalistic institutions and bodies in more than 20 countries. The study concluded that these guidelines and rules included a set of standards and guidelines that regulate the use of artificial intelligence applications in journalistic practice within the newsroom, ensuring the safe use of digital technology related to the journalistic production process within newsrooms. The researcher presented a proposed vision for a guidelines document in the form of an editorial charter that includes the standards and rules that can contribute to regulating the use of artificial intelligence applications within newsrooms in Egyptian and Arab newspapers and websites, guided by the experiences of international media institutions in this regard.

Keywords: Self-regulation, guidelines, newsrooms, generative AI, safe use of AI.

* **Assistant Professor of Journalism, Faculty of Media and Communication Technology - Suez University**

مقدمة:

غالبًا ما يتم تأطير الذكاء الاصطناعي على أنه "بوابة إلى الجنة" "Gate to Heaven" و"يد المساعدة" "Helping Hand"[١]. وكان عام ٢٠٢٣ في جانب كبير منه هو عام صعود تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي إلى قمة أولويات الاهتمام العالمي. الحدث الذي حفّز ذلك الاهتمام الضخم كان طرح شركةOpenAI تطبيق المحادثة ChatGPT للاستخدام العام المجاني من خلال شبكة الإنترنت في معظم دول العالم. وقد ظهرت خلال الأعوام السابقة تطبيقات مثيرة للاهتمام لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي واجتذبت قدرًا متفاوتًا من اهتمام الرأي العام. لكن تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي Generative AI، ونماذج اللغة الضخمة Large Language Models التي تنافست شركات التكنولوجيا الكبرى في تطويرها وإتاحتها للاستخدام على نطاق واسع مثلت بداية لمرحلة جديدة في تاريخ التعامل مع تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. هذه المرحلة تحمل كثيرًا من الوعود والتطلعات، كما تحمل كثيرًا من المخاوف والمحاذير والتهديدات أيضًا، وهو ما أحدث جدلًا حول الحاجة إلى وضع أطر تنظيمية لها .[٢]

كما أثارت الضجة المحيطة بالذكاء الاصطناعي قدرًا كبيرًا من الاهتمام فيما يتعلق بالمناقشات التنظيمية، بما في ذلك إعطاء أولوية سياسية عالية للذكاء الاصطناعي، وصاحبت هذه الضجة حول الذكاء الاصطناعي جدلًا عامًا كبيرًا حول التأثيرات الإيجابية والسلبية للذكاء الاصطناعي[٣]. فمع تقدم هذا المجال، من المرجح أن نشهد قريبًا إنشاء صور ومقاطع فيديو شبه واقعية لأي شيء تقريبًا، مما قد يؤدي إلى طمس الخطوط الفاصلة بين المحتوى الذي يولد بواسطة الذكاء الاصطناعي والعالم الحقيقي. كما تظهر نماذج الذكاء الاصطناعي تحسنًا مستمرًا في قدراتها في تأليف الموسيقى وتقليد الكلام البشري، مما يؤدي إلى توسيع الاحتمالات الإبداعية بشكل أكبر. ومن الأمثلة الأخرى AutoGPT، الذي يساعد في إنشاء مطالبات خاصة به، مما يفتح المجال أمام القدرة على معالجة مهام أكثر تعقيدًا دون تدخل بشري. وبالتالي، تمتد إمكانات الذكاء الاصطناعي التوليدي إلى مجالات مختلفة تتجاوز وسائل الإعلام، بما في ذلك الرعاية الصحية، والتمويل، والنقل، والتعليم.[٤]

وفي المجال الصحفي والإعلامي، أدت الاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار إلى إحداث نقلة نوعية في مساعدة الصحفيين على إنجاز مهامهم اليومية، ومع تزايد تحديد الخوارزميات للقرارات التحريرية، أثيرت مخاوف محددة فيما يتعلق بالاستخدام المسؤول للأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي من قبل وسائل الإعلام الإخبارية، بما في ذلك الأسئلة التنظيمية والأخلاقية الجديدة[٥]. فقد خلصت الدراسات إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعتبر قيمة مضافة للصحافة في العصر الرقمي، وخاصة قدرتها على التغلب على المشاكل الأساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتحرير الأخبار وفقًا للسياسة التحريرية، فضلاً عن تخصيص المحتوى، وعلى الجانب الآخر، تثير هذه التقنيات قضايا مهنية وأخلاقية، ولا سيما؛ تقويض الإبداع، وغياب المراقبة، والتحيز، والشفافية، والإنصاف، واستخدام البيانات، وجودة البيانات[٦]، والتزييف العميق، والخصوصية، علاوة على المخاوف بشأن مصداقية المصادر؛ نظرًا لاعتماد الذكاء

الاصطناعي على بيانات متاحة ومنشورة سابقًا، والتي يمكن أن يؤدي الاعتماد عليها إلى نشر معلومات غير دقيقة أو مضللة إذا كانت البيانات الأصلية المستخدمة غير صحيحة.

وردًا على ذلك، بدأ الكثير من مؤسسات ووسائل الإعلام الدولية في وضع إرشادات الذكاء الاصطناعي كطريقة واحدة لمواجهة بعض هذه التحديات والمخاوف، لضمان الاستفادة من تلك التقنيات بأقصى إمكاناتها مع الحفاظ على قيم وأخلاقيات المهنة والمجتمع. وتستهدف الجهود المتسارعة لوضع قواعد تنظيمية بصورة أوضح وأعمّ للذكاء الاصطناعي (في مختلف القطاعات التي يظهر بها أثر تلك التقنيات) إلى تحقيق عدد من الأهداف، أهمها: حماية الخصوصية والأمان، إضافة إلى تجنب الانحياز والتمييز، وكذلك المسؤولية والشفافية، علاوة على تحفيز الابتكار والتنافسية، وتوجيه التنمية المستدامة، وتعزيز الثقة وقبول التكنولوجيا، وغيرها من الأهداف.[٧]

وبغض النظر عن المواقف المختلفة من تنظيم تكنولوجيا وصناعة الذكاء الاصطناعي، فإن أشكالًا مختلفة من هذا التنظيم قد بدأت في الظهور بالفعل. أبرز محاولات التنظيم هو قانون الاتحاد الأوروبي للذكاء الاصطناعي، الذي بدأ العمل عليه منذ عام ٢٠٢١، وأقر رسميًا في مارس ٢٠٢٤، وينتظر أن يتم إصداره خلال عام ٢٠٢٥.[٨]

وفي السياق المصري، فإن التشريعات الحالية تحكم بعض جوانب الذكاء الاصطناعي ولكن بشكل غير مباشر؛ حيث يحاول النظام القانوني التكيُّف مع التعقيدات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي، على سبيل المثال قانون تنظيم الاتصالات رقم ١٠ لسنة ٢٠٠٣ الذي يركز على خدمات الاتصالات وإدارة البيانات الرقمية، وهو الأمر الذي يُعَد عنصرًا أساسيًّا في عمليات الذكاء الاصطناعي؛ حيث يفرض هذا القانون مبادئ توجيهية صارمة لجمع البيانات وتخزينها ومعالجتها، وكلها جزء لا يتجزأ من عمليات الذكاء الاصطناعي في مختلف القطاعات. وأيضًا قانون حماية البيانات المصري رقم ١٥١ لسنة ٢٠٢٠؛ حيث يضع هذا القانون معايير لخصوصية البيانات وأمنها؛ مما يؤثر بشكل مباشر على أنظمة الذكاء الاصطناعي التي تتضمن كميات هائلة من البيانات الشخصية. ولا يزال التشريع المصري في حاجة إلى تنظيم الذكاء الاصطناعي بشكل كامل؛ حيث يوجد العديد من الجوانب التي لم تُنظَّم بشكل مباشر أو غير مباشر؛ وذلك يمكن رؤيته من خلال قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢؛ حيث لا يتناول بشكل صريح الأعمال التي ينتجها الذكاء الاصطناعي، وذلك يثير التساؤل حول حقوق الملكية الفكرية، وأهلية براءة اختراع الإبداعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي، وحماية الأسرار التجارية في خوارزميات الذكاء الاصطناعي. وأيضًا قانون العمل رقم ١٢ لسنة ٢٠٠٣؛ حيث لا يتناول آثار الذكاء الاصطناعي على التوظيف، أو العواقب الأخلاقية والقانونية لاستبدال أو استكمال العمل البشري بالذكاء الاصطناعي.[٩]

من ثمّ، فهناك حاجة إلى ضوابط أخلاقية أو مدونة سلوك لاستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة، فنحن لن نستطيع أن نعادي التكنولوجيا أو نتهرب من استخدامها، ولا يمكن أن ننتظر التنظيم العالمي لتكنولوجيا، ويتمثل دور الإرشادات في الصحافة -على عكس القواعد المطلقة- في مساعدة الممارسين على اتخاذ القرارات بطريقة عقلانية. بعبارة أخرى، فإنهم يفضلون نهجًا قائمًا على العلاقات relational وليس نهجًا تسلطيًا paramountcy[١٠].

وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقه من خلال رصد وتحليل المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الصادرة عن المؤسسات الإعلامية الدولية بشأن كيفية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بشكل آمن ومسئول، ثم الاسترشاد بها في وضع تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية يمكن تطبيقها في غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية والعربية.

مزايا التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام:

لتجنب تدخل الدولة في الحق في حرية التعبير على الإنترنت، شجع البعض صناعة الإنترنت على معالجة المحتوى غير القانوني أو قضايا حقوق الطبع والنشر على الفضاء الإلكتروني من خلال "التنظيم الذاتي"(١١). ولقد أدت عملية التحول الرقمي إلى زيادة كبيرة في كمية المحتوى الإعلامي المتاح. وتجعل هذه البيئة الجديدة الرقابة القانونية صعبة وبالتالي تفتح آفاقًا جديدة للتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام. أولاً، لأنه في وقت التغيير السريع والمستمر لتكنولوجيا الإعلام، حيث يوفر التنظيم الذاتي مرونة أكبر مقارنة بخيار التنظيم الحكومي. ثانيًا، لأن المحاكم تحتاج إلى مزيد من الوقت للتعامل مع مثل هذه القضايا، وهو العبء الذي يمكن تخفيفه من خلال هيئات التنظيم الذاتي. بالإضافة إلى ذلك، فإن التنظيم الذاتي أقل تكلفة للحكومات والمجتمع(١٢). كما أن تنظيم وسائل الإعلام والتنظيم الذاتي وجهان لعملة واحدة؛ فالأول يحمي الديمقراطية من خلال تنظيم المحتوى الذي من المفترض أن يكون حراً في الديمقراطية، في حين يركز الثاني على بناء الممارسات الديمقراطية من خلال التنظيم من قبل قطاع الإعلام نفسه.(١٣)

والتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام هو جهد مشترك بين المهنيين الإعلاميين لوضع مبادئ توجيهية تحريرية طوعية والالتزام بها في عملية تعليمية مفتوحة للجمهور. ومن خلال القيام بذلك، تقبل وسائل الإعلام المستقلة نصيبها من المسؤولية عن جودة الخطاب العام في الأمة، مع الحفاظ بشكل كامل على استقلاليتها التحريرية في تشكيله. من خلال تعزيز المعايير، ويساعد التنظيم الذاتي في الحفاظ على مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور. كما يساعد التنظيم الذاتي للإعلام في إقناع الجمهور بأن وسائل الإعلام الحرة مسؤولة. وفي الوقت نفسه، تحمي الرقابة الذاتية حق الصحفيين في الاستقلال، وفي أن تتم محاكمتهم على الأخطاء المهنية ليس من قبل أصحاب السلطة بل من قبل زملائهم(١٤). فالبيئة التنظيمية العادلة والآمنة تعزز التنظيم الذاتي، مما يقلل بدوره من المسؤوليات التنظيمية للحكومة ويجعل وسائل الإعلام أكثر حرية واستقلالية.(١٥)

ولا شك أن هناك أوقاتاً يختبر فيها الصحفيون حدود حرياتهم باسم الدفاع عن الصالح العام. وإذا عمل الصحفيون وفقاً لمعايير أخلاقية متفق عليها للسلوك -استناداً إلى الدقة والنزاهة والاستقلال والمساءلة= فإنهم يصبحون أقل عرضة للوقوع في مخالفة للقانون. والواقع أن قواعد الأخلاق تضمن سيادة حرية الصحافة(١٦)؛ حيث يلعب التنظيم الذاتي دوراً مهماً في وضع القواعد الأخلاقية، التي تهدف إلى حماية نزاهة وهوية المهنة الصحفية من الضغوط الخارجية والداخلية.(١٧)

وبالنسبة لأصحاب وسائل الإعلام والناشرين، فإن التنظيم الذاتي يكون بمثابة حماية ضد النقد والإجراءات القانونية؛ وبالنسبة للصحفيين، فهو بمثابة معيار يمكن الحكم على عملهم على أساسه؛ وبالنسبة للجمهور، فهو تضمن أن المعلومات التي يتلقونها عادلة ودقيقة ومدققة.[١٨]

وهناك خمسة أسباب تدفع وسائل الإعلام إلى تطوير التنظيم الذاتي:[١٩]

١. يحافظ على الحرية التحريرية.
٢. يساعد على تقليل تدخل الدولة.
٣. يعزز جودة وسائل الإعلام.
٤. إنه دليل على مساءلة وسائل الإعلام.
٥. يساعد القراء على الوصول إلى وسائل الإعلام.

ولا يمكن وضع معايير أخلاقية حقيقية إلا من قبل محترفي الإعلام المستقلين، ولا يمكن أن يلتزموا بها إلاّ طواعية. وسواء تم إقرارها بحسن نيّة أم لا، فإن أي محاولة لفرض معايير على الصحفيين بموجب القانون سوف تؤدي إلى تقييد تعسفي لحرياتهم المشروعة، وتقييد التدفق الحر للمعلومات في المجتمع.[٢٠]

ولقد جسدت مدونات أخلاقيات الصحفيين، التي تم تبنّيها خلال القرن العشرين في العديد من الدول الأوروبية، الطموح إلى تطوير الصحافة كمهنة متميزة وذات سمعة طيبة ذات مهمة خدمة عامة. ولقد اعتُبِر اختيار التنظيم الذاتي من خلال تبني مثل هذه المدونات وإنفاذها، بدلاً من التنظيم والإشراف من جانب الدولة أو غيرها من الهيئات العامة، أمراً ضرورياً للحد من الميل الدائم للنخب السياسية إلى التدخل في حرية التعبير والسلوك المستقل للصحفيين[٢١]. وتعتبر مدونات الأخلاقيات الصحفية بمثابة إعلانات تفيد بأن الصحفيين سوف يحاولون اتباع أفضل الممارسات المهنية والمعايير الأخلاقية، والوفاء بالتزاماتهم تجاه المسؤولية الاجتماعية، وقبول المساءلة العامة. إن التزامهم بالقيام بذلك على أساس التنظيم الذاتي يساعد في حماية وسائل الإعلام الإخبارية من التدخل السياسي، وبالتالي الحفاظ على الحرية والاستقلال والتعددية.[٢٢]

وعلى مستوى الذكاء الاصطناعي، هناك العديد من النداءات من جانب العلماء والممارسين في هذا الحقل، ومن جانب قادة التكنولوجيا أيضًا على مستوى العالم لوضع شكل من أشكال التنظيم الحكومي لأنشطة بحوث الذكاء الاصطناعي من أجل حماية المصلحة العامة[٢٣]، فالآثار السلبية المحتملة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتداعياتها الاجتماعية والأخلاقية تتطلب التدخل الحكومي من خلال وضع السياسات والأطر التنظيمية العامة التي يمكن من خلالها إدارة أنشطة الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته بطريقة تعظّم من المنافع وتقلل من المخاطر المحتملة .[٢٤]

وقد أشار إيلون ماسك Elon Musk –أحد مؤسسي شركة "OpenAI"- إلى أن الذكاء الاصطناعي أكثر خطورة من الأسلحة النووية، وعبّر عن ذلك بقوله: "أعتقد أنه يجب إنشاء هيئة تنظيمية للإشراف على الذكاء الاصطناعي للتأكد من أنه لا يشكل خطرًا على الجمهور"[٢٥]. فالبشرية في حاجة ماسّة وضرورية إلى ميثاق أخلاقي لاستخدام تقنيات

الثورة الصناعية الرابعة بصفة عامة والذكاء الاصطناعي بصفة خاصة لتنظيم تطبيقاتها في حياتنا والحد من الآثار السلبية لها أو ما يطلق عليه "أخلاقيات وفقه الذكاء الاصطناعي" .[٢٦] وفيما يتعلق بالتنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، فمع الزعم بأن الإفراط في تنظيم المجال قد يكون غير منتج، فإن المبادئ التوجيهية التي تدعم التدريب المحدد والوصول إلى التقنيات الجديدة والتمويل، فضلاً عن تطوير قوائم مرجعية للأدوات الذكية، من شأنها أن تساعد في معالجة القضايا الأخلاقية التي يثيرها الذكاء الاصطناعي[٢٧]. وقد أشار Paula Boddington في كتابه " Towards a Code of Ethics for Artificial Intelligence" إلى أن الإدراك التقني للمخاوف الأخلاقية هو شرط أساسي لتحقيق الذكاء الاصطناعي المفيد.[٢٨]

المبادئ التوجيهية كأحد آليات التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار:

نظرًا لأن القوانين والأنظمة واللوائح لم تكن كافية لمواجهة كل الاختلالات في العملية الإعلامية في زمن الإعلام التقليدي، فإنها بالتأكيد ستكون قاصرة وغير كافية أيضًا في عصر الإعلام الجديد، لذلك اتجه المهتمون بالشأن الإعلامي قديمًا وحديثًا لما يُسمّى بـ"التنظيم الذاتي" الذي يأخذ أشكالاً متعددة، منها التوافق على مواثيق الشرف الأخلاقية[٢٩]. والتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام، كما يتم التعبير عنه من خلال المبادئ التوجيهية، يشمل المعايير الأخلاقية التي يحددها داخليًا محترفو غرف الأخبار بدلاً من فرضها خارجيًا من قبل الهيئات الحكومية .[٣٠]

وقد تنوعت وتعددت الأشكال التي بدأ بها الصحفيون في إنشائها أو بلورتها لمواجهة إشكالية أخلاقيات المهنة، فبدأت بإنشاء مجالس الصحافة، ثم إصدار والتوافق على مواثيق شرف ملزمة أو اختيارية، ولكن مع تعدد الرؤى واختلاف التوجهات للصحفيين بادرت العديد من المؤسسات الإعلامية لإصدار مذكرات أو مدونات السلوك الصحفي الخاص بها، وتوجِد أدوات التنظيم الذاتي آليات يستطيع من خلالها الصحفيون بلورة الشكل المناسب لحماية أخلاقيات المهنة وصيانتها، بعيدًا عن التدخل الحكومي، ومن أشكال أدوات التنظيم الذاتي: مجالس الصحافة، ومواثيق الشرف الصحفي، ونقابات الصحفيين، ومدونات السلوك، والمذكرات التوجيهية، ويضع الصحفيون المعايير والقواعد الأخلاقية الخاصة بالعمل الصحفي للاحتكام إليها[٣١]. ومن ثم، يستند التنظيم الذاتي إلى ركيزتين. أولاً، تنظم العديد من المؤسسات الإخبارية نفسها من خلال إنشاء مجالس صحفية غير حكومية، والتي غالبًا ما تصدر مبادئ توجيهية عامة تعمل بدورها على تشكيل عمل المنظمات المشاركة. ثانيًا، غالبًا ما يطور الناشرون مبادئ توجيهية فردية. ويشكّل الدليل التحريري editorial guideline مجموعة من القواعد التي تضعها منظمة محددة يجب على المهنيين الإعلاميين مراعاتها أو ينبغي لهم مراعاتها. وغالبًا ما تظهر مثل هذه المبادئ التوجيهية الداخلية تنوعًا كبيرًا، وتشمل وثائق مختلفة، من اللوائح الرسمية إلى المذكرات غير الرسمية .[٣٢]

وفي مجال الصحافة، تمثل المعايير والقيم من الناحية النظرية المبادئ والقيم الأساسية التي تشكل الأساس الأخلاقي للمهنة. ويتم تعزيز هذه المبادئ والقيم من خلال مدونات الأخلاقيات، التي ينبغي للصحفيين اتباعها وطلب المساعدة عند الحاجة. وعلى نحو مماثل، تعد المبادئ التوجيهية أدوات عملية وتعليمات مصممة لمساعدة الصحفيين في تطبيق هذه

المعايير في عملهم اليومي. ويسعى هذا إلى تحديد وإدراج واستبعاد وأحيانًا طمس معالم ما يشكل ممارسة "جيدة" للصحافة[٣٣]، وفي حين توفر المعايير ومدونات الأخلاقيات بوصلة أخلاقية، تقدم المبادئ التوجيهية خطوات وتوصيات محددة لضمان ممارسات صحفية فعالة وذات صلة[٣٤]. كما تعمل المبادئ التوجيهية كقواعد وإجراءات صارمة، وتضمن التزام الصحافة بأعلى المعايير، مما يعود بالنفع في نهاية المطاف على الجمهور، ومنع ممارسي وسائل الإعلام من القيام بسلوكيات غير مرغوب فيها[٣٥]، ونتيجة لذلك، تلعب المبادئ التوجيهية دورًا أساسيًا في دعم نزاهة الصحافة ومصداقيتها وسلوكها المسؤول داخل غرف الأخبار.

إن مدونات الأخلاقيات والمبادئ التوجيهية تشكل محوراً أساسياً في الصحافة، لأنها تعمل كأدوات لا غنى عنها للمساءلة عن العمل الإخباري. وتتجلى أهميتها في حقيقة مفادها أن كل منظمة إخبارية مهنية كبرى تقريباً تبنّت مجموعة من المدونات وأخضعتها للتكيف والتحسين المستمرين بمرور الوقت. وفي حين قد تكون المبادئ الشاملة مشتركة بين المبادئ التوجيهية لهذه المنظمات، فقد تقوم الكيانات الإخبارية الفردية أيضاً بصياغة مدوناتها الأخلاقية المميزة، وبالتالي تحديد المبادئ التوجيهية الصريحة التي تحدد التوقعات الأخلاقية لقوتها العاملة[٣٦]. حيث تحدد مدونات الأخلاقيات علنًا وظائف وحقوق وواجبات الصحفيين، وبالتالي توفر للصحفيين مبادئ توجيهية حول أفضل السبل لممارسة مهنتهم. وتختلف أسماء هذه المدونات: معايير الأخلاقيات، وميثاق الأخلاقيات، ومدونة السلوك، ومدونة الممارسة، ومدونة الأخلاقيات، وما إلى ذلك. ومع ذلك، فإن لها جميعًا أغراضًا مماثلة: حماية استقلالية المهنة وخدمة المصلحة العامة.[٣٧]

ولا شك في أن تدفق التطورات التكنولوجية الجديدة في المهن الإبداعية مثل الصحافة والإعلام يفرض تحديات كبيرة عند دمج هذه الأدوات، ومن الأهمية بمكان أن ندرك أن هذه الأدوات تجلب جوانب إيجابية وسلبية، ما يلزم وجود قواعد راسخة تحكم ممارستها؛ ويجب على المحترفين أن يكونوا مجتهدين في الالتزام بمسؤولياتهم. في المهن التي تركز على التحقق والتوثيق والتدقيق، من الضروري استخدام هذه الأدوات وتوجيه استخدامها بشكل مسؤول .[٣٨]وعندما يتعلق الأمر بتحديد القيم الأخلاقية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة - وهذا يشمل أيضًا مسائل الخصوصية والثقة- فإن الأمر لا يتعلق فقط بالمبادئ التوجيهية وقواعد الأخلاق؛ بل يتعلق الأمر أكثر بـ "التنظيم المسؤول للعمليات: العمليات التي تؤدي إلى تحديد القيم ذات الصلة، ولكن أيضًا طرق التركيز والتنافس وإضفاء الطابع الرسمي وتنفيذ وقياس وتحسين الطريقة التي يرقى بها الذكاء الاصطناعي الصحفي إلى هذه القيم باستمرار". يتضمن هذا مناقشة حول نوع الأغراض التي يجب أن يخدمها الذكاء الاصطناعي في الأخبار والصحافة، وكيف يجب إدارته في إطار معياري أوسع يتجاوز مؤشرات الأداء الرئيسية قصيرة الأجل، والذي (أ) يأخذ في الاعتبار المنظور المجتمعي، و(ب) يدرك "القيم المتنافسة المحتملة التي يجب أن تكون متوازنة عند نشر الذكاء الاصطناعي الصحفي".[٣٩]

والتنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي يعني أن المؤسسات الإعلامية ستكون مسئولة عن وضع المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية والتنظيمية التي تحكم وتضبط هذا

الاستخدام؛ ومع تزايد اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار، بدأت المؤسسات الإعلامية في نشر إرشادات تهدف إلى تعزيز التنفيذ المسؤول والأخلاقي وغير المتحيز للتكنولوجيات القائمة على الذكاء الاصطناعي. ومن المتوقع أن تخدم هذه الإرشادات الصحفيين والعاملين في وسائل الإعلام من خلال إرساء أفضل الممارسات وإطار العمل الذي يساعدهم على التنقل بين أدوات الذكاء الاصطناعي المتطورة باستمرار .[٤٠]فمن الأهمية بمكان تجنب سلسلة من المشاكل الأخلاقية التي يسبّبها الذكاء الاصطناعي، حتى يتمكّن الذكاء الاصطناعي من خدمة حياة الإنسان بشكل أفضل. وفي هذا الصدد، تطرح التدابير والاقتراحات التالية لتوفير مرجع للتعامل بشكل صحيح مع المعضلة الأخلاقية التي يسببها الذكاء الاصطناعي، أبرزها: تحسين قوانين ولوائح أخلاقيات الذكاء الاصطناعي؛ ففي مجال الصحافة، فإن أحد الأسباب المهمة لمعضلة أخلاقيات الذكاء الاصطناعي هو أن القوانين واللوائح ذات الصلة لم يتم وضعها بعد، ويجب تحسين القوانين واللوائح ذات الصلة حتى يمكن متابعة تطوير الذكاء الاصطناعي .[٤١]

وقد حدد عبد اللطيف حاج (٢٠٢٣) [٤٢]السياسات التحريرية التي يجب على غرف الأخبار التفكير بها عند استخدام الذكاء الاصطناعي، والتي من خلال تنفيذها يمكن للمؤسسات الإعلامية الاستفادة من مزايا أدوات الذكاء الاصطناعي مع الحفاظ على النزاهة الصحفية والدقة ومعايير الإبلاغ الأخلاقية في غرفة الأخبار، نوجزها فيما يلي:

- إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي: وضع مبادئ توجيهية واضحة حول الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في التقارير الإخبارية. يجب أن تتناول هذه الإرشادات التخفيف من التحيز والشفافية والمساءلة في تطوير خوارزميات الذكاء الاصطناعي ونشرها.
- الرقابة البشرية: تأكد من قيام المحررين والصحفيين من البشر بمراجعة والتحقق من المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي قبل النشر. الرقابة البشرية ضرورية للقبض على الأخطاء، والحفاظ على معايير التحرير، ومنع نشر المعلومات الكاذبة.
- التنوع والشمول: تشجيع وجهات النظر المتنوعة والشاملة في التقارير الإخبارية. يجب أن تعزز السياسات التحريرية إدراج الأصوات ووجهات النظر المختلفة لتجنب تعزيز التحيزات الموجودة في خوارزميات الذكاء الاصطناعي.
- القابلية للتفسير والإفصاح: الكشف بوضوح عن وقت استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وتقديم تفسيرات لكيفية إنشاء المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي. هذا يعزز الشفافية ويساعد في بناء الثقة مع الجمهور.
- حماية البيانات والموافقة: تأكد من أنّ جمع البيانات واستخدامها يتوافق مع لوائح حماية البيانات ذات الصلة. الحصول على موافقة صريحة من المستخدم لاستخدام البيانات وتنفيذ ممارسات تخزين البيانات الآمنة.
- التعلم والتحسين المستمر: تقييم أداء خوارزميات الذكاء الاصطناعي وفعاليتها بانتظام. يجب أن تكون المؤسسات الإعلامية منفتحة على التعلم من الأخطاء والتحسين المستمر لأنظمة الذكاء الاصطناعي لتعزيز الدقة والموثوقية.

- التدريب التحريري: توفير التدريب للصحفيين والمحررين على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وآثارها. يمكّنهم ذلك من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وفهم تأثيرها.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب، نوجزها على النحو التالي:

١. من خلال متابعة الأدبيات السابقة في موضوع الصحافة والذكاء الاصطناعي – خصوصًا في المكتبة العربية- لاحظنا أنه على الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت توظيف الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي سواء على مستوى المضمون أم القائم بالاتصال أم الجمهور، فإن الباحثين لم يتطرقوا بشكل مباشر إلى تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية في تنظيم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وهو ما تحاول هذه الدراسة تحقيقه. وهو ما يجعلها امتدادًا للدراسات التي عُنيت بموضوع الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ومن ثم، فإن هذه الدراسة تقدم مساهمة في هذا المجال من خلال تقديم تحليل شامل للاستراتيجيات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية الدولية لمعالجة هذه التحديات من خلال إرشادات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها، وفحص الأساليب المحددة التي تتبناها الكيانات الإعلامية المتنوعة عبر مناطق وسياقات ثقافية مختلفة.

٢. إن الاهتمام بتطبيقات الثورة الصناعية الرابعة وتطويرها ضروري لراحة البشرية ورفاهية واستمرار رخائها، ولكن تفادي المخاطر والتهديدات الناجمة عن زيادة الاعتماد عليها ضروري أيضًا؛ وذلك من خلال إنشاء آلية تنظيمية وأخلاقية تحكم عمل تلك التطبيقات، تساعد على تطويره، وتفادي سلبياته أيضًا، وتحدد وظائفه ومهامه، وذلك من خلال صياغة أطر أخلاقية وقانونية تضمن الحفاظ على حقوق البشر الأساسية، مع تشجيع الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي الصديق للإنسان، ووضع منظومة قيمية تحكم العلاقة بينهما في عصر قد تتفوق فيه الآلة على الإنسان .[٤٣]

٣. لا يتضمن العصر الرقمي مجرد تطبيق الذكاء الاصطناعي كطفرة تكنولوجية؛ بل يتعلق الأمر بانغماس تطبيقات الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل العمل الصحفي، وهو ما قد لا تكون كثير من هذه المؤسسات مستعدة له بالضرورة، وهذا يؤكد على الحاجة الملحّة لمناقشة الفرص والتحديات التي يفرضها استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، والتأكد من أن الطفرة التي تحققها تطبيقاته متوافقة مع المعايير الأخلاقية والمهنية في العمل الصحفي.

٤. الحدود التي أخذتها تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في كثير من المؤسسات الإعلامية محليًا ودوليًا في السنتين الأخيرتين منذ ظهور أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي كـChat GPT وغيره، ووصلت إلى حدّ أنها صارت من أبرز الأدوات التي تعتمد عليها غرف الأخبار في العمل الصحفي على مستوى الإنشاء والتحرير والنشر والتسويق.

٥. اهتمام هذه الدراسة ببحث آليات التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الخاصة بالمؤسسات الإعلامية الدولية بغرض تحليلها والاسترشاد بها في وضع مبادي

توجيهية يمكن تطبيقها في غرف الأخبار المصرية والعربية؛ انطلاقًا من أن إستراتيجية التنظيم الذاتي تبدو هى الأصلح للحالة العربية، بصفة خاصة مع التطورات المتسارعة في مجال تقنيات العمل الإعلامي وأدواته ووسائله، والتي قد لا تستطيع قوانين الإعلام وتشريعاته مجاراتها أو مواكبتها بالقدر نفسه من السرعة والتطور، نظرًا للطبيعة الاستاتيكية لهذه التشريعات، جرّاء الإجراءات التي ربما تستغرق سنوات في إقرار تعديلات على التشريعات الإعلامية القائمة، وهو ما لا يتناسب مع ديناميكية التطورات التي تتسم بها العملية الإعلامية(٤٤)؛ وخصوصًا بعد الظهور والانتشار المتزايد والمتسارع للذكاء الاصطناعي وتطبيقاته داخل غرف الأخبار سواء على مستوى العالم أو على المستوى المصري والعربي.

٦. إن عدم وجود إرشادات صادرة عن المؤسسات الإعلامية في دول العالم العربي تعكس فجوة متزايدة في معالجة تحديات تبنّي الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي والإعلامي في هذه الدول، وهذا الغياب الواضح للمبادئ التوجيهية والمعايير الإرشادية يؤكد الحاجة إلى سدّ هذه الفجوة من خلال وضع إرشادات محددة حول الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تعامل مع المخاوف المطروحة في ضوء الاعتبارات الأخلاقية التي تضمن أفضل الممارسات المهنية والأخلاقية لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؛ فمن المفترض أن تزيد هذه المبادئ التوجيهية –حال اعتمادها وتطبيقها داخل المؤسسة- من احتمالية ممارسات صنع القرار الأخلاقي في غرف الأخبار التي تستخدم تطبيقات تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ حيث إن تسليط الضوء على تعزيز القرار الأخلاقي ربما تسهم في توليد الدافع لدى الصحفيين ذوي الشأن لتبني الممارسات الأخلاقية وبالتالي استخدام هذه التقنيات بطريقة إيجابية.

٧. انتماء هذه الدراسة إلى نمط الدراسات التطبيقية التي تتشابك مع الواقع العملي بما يحقق التكامل بين المؤسسات الأكاديمية والمؤسسات الإعلامية، إلى جانب الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة؛ حيث إن الكشف عن تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية في تنظيم استخدام تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، ومن ثم تقديم تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية في هذا الشأن يمكن أن يفيد المؤسسات الصحفية المصرية والعربية في ازدهار فرص العمل والابتكار في إطار أخلاقي وخاضع للمساءلة، إلى جانب ضمان استمرار قدرة المؤسسات الإعلامية على إنشاء ونشر محتوى عالي الجودة ويعزز ثقة الجمهور في المؤسسة من خلال الاستخدام الآمن والمسئول لهذه التطبيقات والأدوات.

الدراسات السابقة:

كان الاتجاه الأكثر أهمية فيما يتعلق بالدراسات السابقة في هذه الدراسة هو الحصول على الدراسات والبحوث وغيرها من أدبيات سابقة تتعلق بالتنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بصفة خاصة دون الاستغراق في البحوث والدراسات التي تناولت موضوع الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام بوجه عام، ولتحقيق هذه الغاية، بدأ الباحث ببحث منظم في قواعد البيانات العالمية مثل: (Scopus وWeb of Science و Google

Scholar وProquest)، باستخدام مصطلحات البحث بما في ذلك "أخلاقيات الذكاء الاصطناعي" "AI ethics" و"إرشادات الذكاء الاصطناعي" "AI guidelines".
جمع الباحث الدراسات والبحوث التي وردت في نتائج البحث عبر هذه المحركات وقواعد البيانات مع التركيز بصفة رئيسية على الدراسات ذات الصلة الوثيقة بموضوع الدراسة الحالية، وكانت كلها باللغة الإنجليزية؛ حيث لم تتضمن نتائج البحث أيّة دراسات عربية في هذا الشأن، ثم وسّع الباحث نطاق البحث على أساس المراجع الواردة في الأدبيات المنشورة التي تم الحصول عليها بالفعل، وبناءً على ما تقدم، أسفرت عملية البحث المتخصص عن مجموعة من الدراسات والبحوث وأوراق العمل التي ركزت على المبادئ والمعايير الإرشادية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، نعرضها فيما يلي:

١. دراسة **Colin Porlezza (2024)**[٤٥]**:** بعنوان "التحول إلى البيانات في الصحافة الرقمية: تاريخ من التحديات الدائمة بين القضايا الأخلاقية والتنظيم"، هدفت إلى استكشاف إلى أي مدى أصبحت البيانات الرقمية حجر الزاوية في الممارسة الصحفية وإنتاج المعرفة، وخاصة منذ دخول الخوارزميات إلى غرف الأخبار، وإلى أي مدى تنظم مؤسسات التنظيم الذاتي استخدام البيانات في الصحافة الخوارزمية من حيث الشفافية والمساءلة والخصوصية، من خلال تحليل نقدي حول كيفية معالجة القضايا الأخلاقية المتعلقة بالخوارزميات والأتمتة حاليًا (أو عدم معالجتها) على مستوى التنظيم الذاتي المهني، أجرى المؤلف دراسة استكشافية لـ١٧ مدونة أخلاقية لـ ١٥ دولة أوروبية، وتم إجراء التحليل من خلال تحليل الوثائق لقواعد الأخلاق المهنية المتاحة في الصحافة باللغة الإنجليزية أو الفرنسية أو الإيطالية أو الألمانية، كشفت النتائج أن مدونات الأخلاقيات الحالية لا تقدم أي إرشادات حول كيفية استخدام البيانات والخوارزميات والأتمتة والذكاء الاصطناعي بطريقة شفافة وخاضعة للمساءلة والمسؤولية، ويمكن إرجاع السبب الرئيسي وراء ذلك إلى فكرة مفادها أن المبادئ الأخلاقية يجب أن تكون قابلة للتطبيق في مجالات مختلفة، بغض النظر عن سياقها الفعلي.

٢. دراسة**Mathias-Felipe de-Lima-Santos** وآخرون (٢٠٢٤)[٤٦]: بعنوان "توجيه الطريق: دراسة شاملة لإرشادات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام العالمية"، سعت إلى تسليط الضوء على الاستراتيجيات التي تستخدمها المنظمات الإعلامية لحماية المبادئ الصحفية الأساسية، بما في ذلك الشفافية والمساءلة والإنصاف والخصوصية، وبالاعتماد على النظرية المؤسسية institutional theory ومفاهيم عدم المساواة الرقمية digital inequality concepts، قام الباحثون في هذه الدراسة بتحليل عينة من ٣٧ من المبادئ والإرشادات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في الأغراض الإعلامية في ١٧ دولة، بهدف فهم استجابات الكيانات الإعلامية للانتشار المتزايد للذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وخاصة الذكاء الاصطناعي التوليدي، وكشف التحليل عن مجالات موضوعية رئيسية، مثل الشفافية والمساءلة والإنصاف والخصوصية والحفاظ على القيم الصحفية، وألقت الضوء على المبادئ المشتركة وأفضل الممارسات التي تنشأ عن هذه الإرشادات، بما في ذلك أهمية الإشراف البشري، وقابلية تفسير أنظمة الذكاء الاصطناعي، والإفصاح عن المحتوى الآلي، وحماية بيانات

المستخدم، وأشارت الدراسة إلى أن التوزيع الجغرافي لهذه الإرشادات، الذي يسلط الضوء على هيمنة الدول الغربية، وخاصة أمريكا الشمالية وأوروبا، يمكن أن يزيد من المخاوف المستمرة بشأن عدم التوازن في القوة في تبني الذكاء الاصطناعي وبالتالي التماثل خارج هذه المناطق.

٣. دراسة**Tania Forja-Pena** وآخرون (٢٠٢٤)[٤٧]: بعنوان " الثورة الأخلاقية: التحديات والتأملات في مواجهة دمج الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية"، هدفت إلى تحليل تصور المهنيين في مجال الاتصال في هذا المشهد الجديد، والتعرف على كيف تتعامل القواعد الأخلاقية مع إدراج الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ولتحقيق هذه الأهداف تمت الاستعانة بمدونات الأخلاقيات المهنية الدولية والوثائق الصادرة عن جمعيات الصحفيين الدولية، إلى جانب المراجعة الببليوغرافية وتحليل المحتوى، وتم تحليل ٩٩ مدونة أخلاقية و١٤ جمعية صحفية دولية، بالإضافة إلى رصد تصور الجمهور من خلال استطلاع أجري على ما يقرب من ٢٠٠٠ شخص، شملت العينة القواعد الأخلاقية والقيمية العامة لكل دولة، مع استبعاد القواعد الإقليمية، وأشارت النتائج إلى أنه مع ظهور وتطوير التقنيات الجديدة، قدمت المؤسسات الإعلامية توجيهات خاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وحذرت هذه التوجيهات من المخاطر المحتملة للذكاء الاصطناعي وحثّت على الامتثال لمبادئ مدونة الأخلاقيات عند تطبيق العمليات الآلية جزئيًا أو كليًا من خلال الذكاء الاصطناعي، وأوضحت النتائج أيضًا أن العديد من المدونات الأخلاقية نصت على أن استخدام هذه التقنيات يجب أن يكون منظمًا ذاتيًا داخل قطاع الإعلام نفسه. ورغم ذلك، لم تقدم أي إرشادات حول كيفية تنفيذ هذا التنظيم الذاتي، وأشارت فقط إلى أن الصحفيين يجب أن يكونوا مسؤولين عنه.

٤. دراسة**Tina Mioch** وآخرون (٢٠٢٤)[٤٨]: بعنوان "استكشاف ممارسات الذكاء الاصطناعي المسؤولة في المؤسسات الإعلامية الهولندية"، انطلقت هذه الدراسة من أن استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في صناعة الإعلام يثير مخاوف في المجتمع وقطاع الإعلام نفسه بشأن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي، في هذا الإطار بحثت في كيفية إدراك أصحاب المصلحة المختلفين في المؤسسات الإعلامية للقضايا الأخلاقية في عملهم المتعلق بتطوير الذكاء الاصطناعي وتطبيقه، وكيف يفسرونها ويضعونها موضع التنفيذ، أجرى الباحثون دراسة تجريبية تتكون من ١٤ مقابلة نوعية شبه منظمة مع أصحاب المصلحة المختلفين في أربع مؤسسات إعلامية وطنية كبيرة في هولندا، وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من اتجاه كثير من المؤسسات الإعلامية نحو اقتراح عدد كبير من المبادئ التوجيهية للذكاء الاصطناعي الأخلاقي التي تشتمل على العديد من الأدوات الأخلاقية، إلاّ أن معدل تبني مثل هذه الأدوات لا يزال منخفضًا، حيث لا تزال هذه الأدوات تفتقر إلى التطبيق العملي في الممارسة اليومية.

٥. دراسة **:Colin Porlezza (2023)**[٤٩] بعنوان "تعزيز الذكاء الاصطناعي المسؤول: منظور أوروبي لحوكمة الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام والصحافة"، هدفت إلى تحليل ما إذا كان استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الإخبارية خاضعًا للتنظيم حاليًا داخل الاتحاد الأوروبي ومجلس أوروبا وإلى أي مدى، من خلال

تحليل وثائق السياسات الرسمية، وتحديدًا قانون الذكاء الاصطناعي للاتحاد الأوروبي وتوصية لجنة وزراء مجلس أوروبا للدول الأعضاء بشأن التأثيرات على حقوق الإنسان للأنظمة الخوارزمية جنبًا إلى جنب مع المبادئ التوجيهية بشأن الذكاء الاصطناعي وحماية البيانات. تكونت العينة من ٢٤ وثيقة متعلقة بأطر الحوكمة والتنظيم للذكاء الاصطناعي نُشرت بين أبريل ٢٠١٨ ومايو ٢٠٢٢ على الموقعين الرسميين للمؤسستين "الاتحاد الأوروبي ومجلس أوروبا"، وتتراوح من الأوراق البيضاء إلى قرارات البرلمان، إلى القوانين المقترحة التي تشير صراحةً إلى الذكاء الاصطناعي في حالة الاتحاد الأوروبي، والتوصيات وكذلك دراسات الجدوى في حالة مجلس أوروبا، وتم تنظيمها بترتيب زمني للسماح بفهم أفضل لكيفية تطور وثائق السياسة وأظهرت النتائج أن الأطر التنظيمية حول الذكاء الاصطناعي نادرًا ما تشمل وسائل الإعلام، ولكن إذا فعلت ذلك، فإنها تربطها بقضايا مثل التضليل والبيانات ومحو أمية الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن التنوع والتعددية والمسؤولية الاجتماعية.

٦. دراسة **:Hannes Cools & Nicholas Diakopoulos (2023)**[٥٠] بعنوان "هل تريد كتابة إرشادات حول دور الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار الخاصة بك؟ إليك بعض الإرشادات"، تناولت سبب رغبة مؤسسات الإعلام في استخدام الذكاء الاصطناعي، والتطبيقات المسموح بها والمحظورة، وكيفية التعامل مع الإشراف البشري على المواد المنتجة بواسطة الذكاء الاصطناعي والشفافية، ومبادئ الذكاء الاصطناعي المسؤول، والديناميكية المحتملة للمبادئ التوجيهية، قام الباحثان بتحليل الإرشادات والمبادئ التوجيهية الصادرة عن مجموعة من المنظمات الأكبر وبعض المنظمات الأصغر حجمًا في الغالب في أوروبا والولايات المتحدة مع عدد قليل من أجزاء أخرى من العالم، بلغ عددها ٢١ وثيقة، وأظهر التحليل أن المبادئ التوجيهية أكدت على الرقابة وتربطها عمدًا بأهمية المشاركة البشرية والإشراف الهادف في استخدام الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك من خلال التحرير الإضافي والتحقق من صحة النتائج قبل النشر، كما ترفض المؤسسات الإخبارية فكرة استبدال الصحفيين بالآلات وتسلط الضوء على أهمية دور البشر في اتخاذ القرار عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية، واستنادًا إلى التحليل، اقترحت الدراسة بعض الإرشادات لصياغة الإرشادات كمؤسسة إخبارية، والتي تمكنها من تحسين جودة وفائدة إرشادات الذكاء الاصطناعي التوليدي الخاصة بها من خلال مراجعة المبادئ التوجيهية والمدونات الأخلاقية الحالية، وتبني نهج تقييم المخاطر، والاستفادة من وجهات نظر متنوعة داخل المنظمة.

٧. دراسة**Kim Björn Becker** وآخرون (٢٠٢٣)[٥١] بعنوان "سياسات متوازية؟ دراسة مقارنة لسياسات الذكاء الاصطناعي الصحفية في ٥٢ مؤسسة إخبارية عالمية"، قدم الباحثون دراسة مقارنة لسياسات الذكاء الاصطناعي الصحفية في ٥٢ مؤسسة إخبارية عالمية في بلجيكا والبرازيل وكندا وفنلندا وألمانيا والهند وهولندا والنرويج والسويد وسويسرا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة بهدف تقديم رؤى مقارنة حول كيفية تعامل منافذ الأخبار مع التوقعات والمخاوف عندما يتعلق الأمر باستخدام الذكاء الاصطناعي في الأخبار، أظهرت الدراسة أن مؤسسات الأخبار تتقارب في إرشاداتها

حول نقاط رئيسية مثل الشفافية والإشراف البشري عند التعامل مع المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، وخلصت الدراسة إلى أن التصور بأن إرشادات الذكاء الاصطناعي في حد ذاتها ستحل بطريقة سحرية تعقيدات تنفيذ الذكاء الاصطناعي والتحديات المصاحبة لها هو فكرة مشكوك فيها، إلا أن هذه الإرشادات يمكن أن تقدم مساهمة مهمة في ضمان الاستخدام المسؤول والأخلاقي والفعال للتكنولوجيا في غرف الأخبار.

٨. دراسة [٥٢] **Kim Björn Becker (2023)**: بعنوان "لعبة جديدة وقواعد جديدة: تحقيق في المبادئ التوجيهية التحريرية للتعامل مع الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار"، هدفت إلى توضيح المبادئ التي تستند إليها غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية عند استخدامها للذكاء الاصطناعي، من خلال فحص وتحليل مقارن للوثائق الصادرة عن سبع وسائل إعلام دولية من أوروبا وأمريكا الشمالية من أجل اكتساب فهم أساسي للمجالات التي ترى فيها مكاتب التحرير الفرص والمزالق التي تعالجها، وأشارت النتائج إلى وجود روابط بين الأسلوب الصحفي للمنظمة والشكل المختار للمبادئ التوجيهية، حيث تقدم وكالات الأنباء مبادئها التوجيهية بإيجاز بأسلوب يشبه الأخبار، في حين اختارت المجلات شكلاً أكثر سردية، واختارت هيئة البث البريطانية المعروفة بتعقيدها البنيوي شكل المبادئ التوجيهية التفصيلية"، وأوضحت الدراسة أن سياسات الذكاء الاصطناعي لمؤسسات الأخبار في القطاع الخاص تربط الذكاء الاصطناعي بمزايا تجارية نسبية، مثل السرعة واتساع التغطية، في حين ركزت هيئات البث في الخدمة العامة بشكل أكبر على الآثار المترتبة على الخدمة العامة. وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن وسائل الإعلام تبحث بالفعل في الأسئلة الأساسية التي تثيرها التكنولوجيا الجديدة، إلا أن غرف الأخبار لا تزال تعاني من نقاط عمياء عندما يتعلق الأمر بالتعامل مع الذكاء الاصطناعي، أبرزها المشاكل المتعلقة بـ «التحيز الخوارزمي المحتمل».

٩. دراسة :[٥٣] **Colin Porlezza & Tobias Eberwein (2022)** بعنوان "منطقة مجهولة: التحول إلى البيانات كتحدٍ لأخلاقيات الصحافة"، هدفت إلى تسليط الضوء على عمليات التغيير الحالية في أخلاقيات الصحافة، من أجل معرفة مدى قدرة ممارسة التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام على مواجهة التحديات التي تواجهها الأخلاقيات الصحفية في الوقت الحاضر، طبقت الدراسة أسلوب المقابلة النوعية مع ١٥ من الخبراء الممثلين لمجالس الصحافة في ألمانيا والنمسا وسويسرا، وجمعية الصحفيين الألمان، ومنتدى الصحافة والإعلام في النمسا، ولجنة الشكاوى المستقلة للإذاعة والتلفزيون في سويسرا، ومدرسة ميونيخ للفلسفة، وجامعتي سالزبورغ وفريبورغ، ومحررين من بعض الصحف الناطقة بالألمانية، وتضمنت العينة التحليلية مدونات الأخلاقيات كدليل إيرنكوديكس للصحافة النمساوية، ومدونة الأخلاقيات للصحافة الإستونية، والمبادئ التوجيهية الفنلندية للصحفيين، ومدونة الصحافة الألمانية، والنص الموحد لواجبات الصحفي الإيطالي، والمبادئ التوجيهية لمجلس الصحافة الهولندي، وميثاق أخلاقيات وسائل الإعلام البولندي، وقانون الأخلاقيات لاتحاد جمعيات الصحافة الإسبانية، والإعلان السويسري بشأن واجبات وحقوق الصحفي، ومدونة قواعد ممارسة المحررين

البريطانية، وأظهرت المقابلات النوعية مع ممارسي وسائل الإعلام وتحليل الوثائق الخاصة بقواعد الأخلاقيات والمبادئ التوجيهية في عشر دول أوروبية أن غرف الأخبار تواجه مجموعة واسعة من القضايا الأخلاقية التي يُنظر إليها على أنها نتيجة مباشرة لرقمنة الصحافة، وفي حين أدى العديد منها إلى تعديلات في ممارسات هيئات التنظيم الذاتي للإعلام في جميع أنحاء أوروبا، فإن التحويل إلى بيانات والعمل الإخباري القائم على الخوارزميات يظلان مجالًا مجهولًا.

١٠. دراسة: **Haley Kim (2019)**[٥٤] بعنوان "الذكاء الاصطناعي في الصحافة: إنشاء إطار أخلاقي"، سعت إلى استكشاف استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة وعملية اتخاذ القرار الأخلاقي التي ينبغي أن تأتي مع تنفيذ هذه التكنولوجيا في غرف الأخبار في الولايات المتحدة، وصولاً إلى بناء إطار أخلاقي لغرف الأخبار لتتبعه أثناء استخدام الذكاء الاصطناعي، اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة المتعمقة من خلال إجراء مقابلات مع ١٢ شخصًا يعملون في الصحافة والتكنولوجيا والقانون على قضايا التحيز والشفافية والتشريعات والإسناد للخوارزميات لرصد الطرق التي أدرجت بها مؤسساتهم عملية اتخاذ القرار الأخلاقي أثناء تنفيذ تكنولوجيتها، وأظهرت الدراسة أن أغلب من أجريت معهم المقابلات يقفون إلى جانب ضرورة أن يكون لدى المنظمات الإعلامية مدونة أخلاقية تتبعها فيما يتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي بغض النظر عن التشريعات، واقترحت الدراسة إطارًا أخلاقيًا يمكن للمؤسسات الإعلامية اتباعه أثناء دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الخاصة بها. ركزت هذه المبادئ التوجيهية على الخطوات اللازمة لتقييم جودة البيانات والخوارزميات باستمرار، وتحليل التحيز المحتمل في النماذج والتصرف بشفافية مع المساعي القائمة على الذكاء الاصطناعي.

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

١. انصبّ اهتمام الدراسات السابقة التي تم استعراضها –وكلها أجنبية- على رصد وتحليل المبادئ التوجيهية والمعايير التحريرية والقواعد الإرشادية التي أصدرتها المؤسسات الإعلامية في عدد من دول العالم بشأن التعامل المسئول مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرفة الأخبار، وهدفت هذه الدراسات إلى تسليط الضوء على استجابات المؤسسات الإعلامية للانتشار المتزايد للذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار واستكشاف كيفية معالجة القضايا الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي على مستوى التنظيم الذاتي المهني داخل هذه المؤسسات، من خلال رصد الاستراتيجيات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية لحماية المبادئ الصحفية الأساسية كالشفافية والمساءلة والإنصاف والخصوصية.

٢. أوضحت الدراسات أنه مع ظهور وتطوير التقنيات الجديدة إلى الحد الذي أصبحت فيه البيانات الرقمية حجر الزاوية في الممارسة الصحفية، وخاصة منذ دخول الخوارزميات إلى غرف الأخبار، اتجهت المؤسسات الإعلامية إلى إصدار توجيهات وقواعد إرشادية خاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي -وخصوصًا الذكاء الاصطناعي التوليدي- في غرف الأخبار، في إطار التأكيد على أن استخدام التقنيات الجديدة يجب أن يكون منظمًا ذاتيًا داخل قطاع الإعلام نفسه.

٣. حذرت التوجيهات الصادرة عن المؤسسات الإعلامية الدولية من المخاطر المحتملة للذكاء الاصطناعي وحثّت على الامتثال لمبادئ مدونة الأخلاقيات عند تطبيق العمليات الآلية جزئيًا أو كليًا من خلال الذكاء الاصطناعي، مع التأكيد على أن إرشادات الذكاء الاصطناعي في حد ذاتها لا يمكن اعتبارها طريقة سحرية لحل تعقيدات الذكاء الاصطناعي والتحديات المصاحبة له في غرف الأخبار، إلا أن هذه الإرشادات يمكن أن تقدم مساهمة مهمة في ضمان الاستخدام المسؤول والأخلاقي لهذه التطبيقات.
٤. أظهرت الدراسات السابقة أن المؤسسات الإعلامية ومنافذ الأخبار تتقارب في إرشاداتها حول نقاط رئيسية مثل الشفافية والإنصاف والمسئولية والإشراف البشري عند التعامل مع المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي كمحاور رئيسية في صياغة هذه المبادئ والإرشادات، وهو ما ساعد الباحث في نهاية الأمر على صياغة بنود وثيقة المبادئ التوجيهية المقترحة للتنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار المصرية والعربية.
٥. كشف إحدى الدراسات عن أنه على الرغم من اتجاه كثير من المؤسسات الإعلامية نحو وضع وإقرار مبادئ توجيهية للذكاء الاصطناعي الأخلاقي داخل غرف الأخبار، إلاّ أن معدل تبني مثل هذه المبادئ لا يزال منخفضًا، حيث تفتقر هذه المبادئ إلى التطبيق العملي في الممارسة اليومية.
٦. استخدمت الدراسات السابقة مجموعة من الأدوات البحثية، وكان اعتماد أغلبها على أداة التحليل الوثائقي للمبادئ الإرشادية، وأداة المقابلة النوعية في التطبيق على الصحفيين، إلى جانب أداة الاستبيان في التطبيق على الجمهور.
٧. كانت نتائج الدراسات السابقة بمثابة نقطة الضوء التي تبلورت على إثرها مشكلة الدراسة الراهنة وبلورتها وتحديد أبعادها بدقة، وفي اختيار المنهج والأدوات بصورة منهجية سليمة، بالإضافة إلى الطرق المنهجية في اختيار عينة الدراسة من المبادئ الإرشادية.

مشكلة الدراسة:

في يونيو ٢٠٢٣، وخلال كلمته في القمة العالمية للذكاء الاصطناعي أكد الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريش الحاجة الماسة للتوصل إلى إجماع بشأن ما يجب أن تكون عليه القواعد الإرشادية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات؛ فمع استمرار تقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبح من الضروري بشكل متزايد إنشاء أطر تنظيمية تحكم تطويرها ونشرها واستخدامها[٥٥]. وقبل ذلك التصريح بثلاثة أشهر، وفي مارس ٢٠٢٣ دعت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) بلدان العالم إلى تطبيق توصيتها الصادرة العام ٢٠٢١ لتنظيم الذكاء الاصطناعي، وأرجعت المنظمة الخلل في تقنين الذكاء الاصطناعي إلى غياب التنظيم الذاتي لهذا القطاع.

وقد حملت الموجة الأخيرة من الذكاء الاصطناعي التوليدي تحديات جمّة، صارت مركز الاهتمام في ظل التنبشير بما سيفعله هذا "المارد" الذي أطلقته شركات التكنولوجيا الكبرى تباعًا، خصوصًا مع مهنة الصحافة والإعلام، تطول هذه التحديات الجديدة عمليات التشغيل وإنتاج المحتوى والمعيارية وأخلاقيات العمل الصحفي فضلاً عن التوظيف والمسئولية تجاه

المجتمع[٥٦]. ورغم أن هذه الأدوات ما زالت في مرحلة الاستكشاف، غير أنه بحكم الواقع وخبرة التعامل مع التكنولوجيا، ستكون تلك الأدوات عاملاً مؤثرًا في تشكيل غرف أخبار المستقبل، بما تطرحه من إمكانات وكيفية الاستعانة بها، وأين يقف استخدامها، وما هو الإطار الحاكم لدمجها في عمليات جمع وكتابة الأخبار، الابتكار داخل صالات التحرير، وصياغة القصص، والتغطيات اليومية، وإنتاج المحتوى المرئي والمسموع، ومدى ملاءمة هذا الإطار لمنهجيات وصرامة معايير وأخلاقيات العمل الصحفي، والمسئولية لمؤسسات الإعلام في إنتاج وبث المحتوى للجمهور.[٥٧]

لا يزال استخدام غرف الأخبار العربية لنماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي في بدايته في ظل حداثته، باستثناء محاولات مبدئية لكتابة مقالات عبر "ChatGPT" مع تنقيح بشري، أو نشر حوارات معه كابتكار يشغل العالم، أو استخدام أفاتار أو مذيع افتراضي لبعض نشرات الأخبار المرئية الرقمية، والتنسيقات الصوتية الرقمية، ويدفع واقع الممارسة الحالية داخل غرف الأخبار العربية إلى التنبيه بشأن المخاطر التي تحيط بالمهنة جراء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي وإمكاناتها في إنشاء وتوليد المحتوى.[٥٨]

ومع التحول السريع للذكاء الاصطناعي التوليدي، تواجه غرف الأخبار تحديات ومعايير جديدة عندما يتعلق الأمر بالالتزام بالمعايير الأخلاقية. وفي حين لا يوجد معيار أخلاقي واحد بشأن تنفيذ الذكاء الاصطناعي في الصحافة، فقد وضعت مجالس إعلامية مختلفة إرشادات، أو حتى أضافت فصولاً حوله في مدوناتها الأخلاقية. إن استخدام الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى تنظيم على هذا النحو، وذلك لتمكين الصحفيين من العمل بشكل أسرع وأكثر كفاءة وابتكارًا، بدلاً من استبدال غيابهم. ولهذا السبب، قدمت مجالس الإعلام والصحافة قواعد وإرشادات بشأن الذكاء الاصطناعي[٥٩]. ففي السنوات الأخيرة، اتجهت المؤسسات والمنافذ الإخبارية الدولية إلى وضع إرشادات وأدلة تحريرية في موضوعات محددة، على سبيل المثال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ حددت فيها كيفية استخدام الصحفيين العاملين لديها لهذه التطبيقات الجديدة على غرف الأخبار ونوع السلوك الذي تتطلبه من صحفييها عند استخدام هذه المنصات أو التطبيقات.

ونظرًا لأن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي يطرح مخاوف مثل المسئولية المعنوية للقرارات التي يتخذها النظام الذكي وتأثيرها على المجتمع، وهو ما يتطلب وضع إطار قانوني وأخلاقي واضح لتحديد استخدامات الذكاء الاصطناعي وضمان تطبيقها بطريقة تحافظ على المبادئ الأخلاقية وحقوق الإنسان[٦٠]. واستجابة لذلك، كان مجلس الصحافة الناطق باللغة الهولندية في بلجيكا أول مجلس صحفي في أوروبا يدرج إرشادات حول استخدام الذكاء الاصطناعي في مدونته. تحتوي الإرشادات على جزأين أساسيين: مبدأ أن مكتب التحرير مسؤول دائمًا عما يتم نشره، وأهمية الشفافية حول استخدام الذكاء الاصطناعي تجاه الجمهور. كما أعطت مجالس إعلامية أخرى الأولوية للشفافية والذكاء الاصطناعي في مدوناتها الأخلاقية، وتعمل العديد من مجالس الإعلام والصحافة الأخرى على وضع بنود أو إرشادات جديدة بشأن تطبيق الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار[٦١]. ولقد قامت منظمات حرية الإعلام بقيادة الحائزة على جائزة نوبل للسلام ماريا ريسا Maria Ressa بتطوير ميثاق باريس بشأن الذكاء الاصطناعي والصحافة، وهو ميثاق بادرت به

منظمة مراسلون بلا حدود (RSF) والذي يحدد الأخلاقيات والمبادئ التي يجب على الصحفيين وغرف الأخبار تطبيقها في عملهم مع الذكاء الاصطناعي.[٦٢]

وفي السياق المصري والعربي، ما زلنا بحاجة إلى مبادرة جادة ومسؤولة لوضع تصور مقترح لآليات التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، من خلال إقرار مبادئ توجيهية وقواعد إرشادية تسهم في ضبط وتنظيم الممارسات الصحفية المستعينة بتطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي لضمان الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية من جهة، ومواكبة التطورات المتسارعة في مجال الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في العمل الصحفي من جهة أخرى، وعلى هذا الأساس، تنبع مشكلة هذه الدراسة من غياب آليات التنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية والعربية، وما يمكن أن يترتب على ذلك من ممارسات غير مسئولة في كثير من هذه المؤسسات فيما يتعلق بهذه التطبيقات، ومن ثمّ ضرورة التوصل إلى صيغة مقترحة لوثيقة مبادئ توجيهية يمكن أن تسهم في ضبط وتنظيم استخدام غرف الأخبار في مصر والعالم العربي لتطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية استرشادًا بمدونات السلوك والمبادئ الإرشادية التي أصدرتها المؤسسات الإعلامية الدولية في هذا الشأن.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام للدراسة الراهنة في التعرف على كيفية تعامل المؤسسات الإعلامية الدولية مع الوجود المتزايد للذكاء الاصطناعي -خصوصًا الذكاء الاصطناعي التوليدي- في غرف الأخبار في إطار التنظيم الذاتي، من خلال تحليل المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية التي وضعتها هذه المؤسسات فيما يتعلق بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية، لضمان الاستخدام الآمن والأخلاقي لهذه التطبيقات.

يتفرع من هذا الهدف العام مجموعة من الأهداف الفرعية تتلخص في:

١. رصد المعايير الأخلاقية والقيم الصحفية التي اهتمت المؤسسات الإعلامية الدولية بإدراجها في المبادئ التوجيهية التي أصدرتها للتعامل الآمن والمسئول مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الخاصة بها، وبيان إلى أي مدى تتوافق هذه المؤسسات بشأن معايير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية.
٢. رصد السمات الموضوعية لإرشادات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الخاصة بالمؤسسات الإعلامية الدولية.
٣. الكشف عن المعايير والقواعد المهنية التي لم تنل حظها في الاهتمام عند قيام المؤسسات الإعلامية الدولية بوضع الإرشادات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي.

ويتكامل مع هذا الهدف العام هدف خاص يتمثل في الاسترشاد بهذه المبادئ والتوجيهات في تقديم تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية يمكن أن تسهم في الضبط والتنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية والإعلامية المصرية والعربية.

تساؤلات الدراسة:

١. كيف تعاملت المؤسسات الإعلامية الدولية مع الوجود المتزايد للذكاء الاصطناعي - خصوصًا الذكاء الاصطناعي التوليدي- في غرف الأخبار فيما يتعلق بإدراج المعايير الأخلاقية مثل الشفافية والمساءلة والخصوصية وتجنب التحيز في مبادئها التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي؟
٢. كيف تستخدم المؤسسات الإعلامية المبادئ التوجيهية والإرشادية للذكاء الاصطناعي لإضفاء الطابع المؤسسي كألية لمواجهة التحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؟ وما يرتبط بذلك من التزام هذه المؤسسات بالحفاظ على المعايير الصحفية المهنية في محاولتها للتكيف مع التقنيات الجديدة في غرف الأخبار؟
٣. إلى أي مدى تظهر إرشادات الذكاء الاصطناعي التي وضعتها المؤسسات الإعلامية الدولية اتفاقًا بشأن معايير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بهذه المؤسسات؟
٤. ما هي السمات الموضوعية لإرشادات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الخاصة بالمؤسسات الإعلامية الدولية؟
٥. هل هناك جوانب لم تحظَ باهتمام الإرشادات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي الحالية في المؤسسات الإعلامية الدولية؟

نوع الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية من خلال محاولتها الخروج بمؤشرات أساسية حول القواعد والمعايير والمبادئ التوجيهية المنظمة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الخاصة بالمؤسسات الإعلامية الدولية، ونشير هنا إلى أن هذه الدراسة تتجاوز مرحلة رصد القواعد والإرشادات المدرجة في المبادئ التوجيهية عينة الدراسة إلى صياغة وتقديم تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية يمكن أن تسهم في ضبط وتنظيم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الخاصة بالمؤسسات الصحفية في مصر والعالم العربي استرشادًا بالتجارب الدولية في هذا الشأن.

مناهج الدراسة:

نظرًا لطبيعة أهداف الدراسة الراهنة واعتمادها على رصد تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية في التنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية، فقد اعتمدت الدراسة على كل من:

١. منهج المسح (بشقّيه الكيفي والكمي): حيث إن هذا المنهج هو الأكثر ملاءمة لخدمة أهداف الدراسة التي ينصبّ اهتمامها على رصد وتحليل معايير التنظيم الذاتي التي تضمن الاستخدام الأخلاقي والمسئول للذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات عينة الدراسة، وقد تم تطبيق الشقّ الكيفي في تحليل خطاب نصوص المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الصادرة عن عدد من المؤسسات الإعلامية الدولية بشأن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما تم تطبيق الشقّ الكمي في حصر التكرارات الدالة على أساليب التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية المتمثلة في القيم المهنية والقواعد الإرشادية في وثائق المبادئ التوجيهية عينة الدراسة.

٢. كما تعتمد هذه الدراسة أيضًا على المنهج الاستقرائي**Inductive Method** ، حيث تم توظيف هذا المنهج من خلال رصد وتتبّع القواعد والمعايير ذات الصلة بالتنظيم الذاتي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في عينة من المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الصادرة عن المؤسسات الإعلامية والصحفية الدولية.

مجتمع الدراسة وعيّنتها:

في ضوء الهدف الرئيسي لهذه الدراسة وهو رصد وتحليل الاتجاهات العالمية في التنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العالمية، فإن مجتمع الدراسة الراهنة يتمثل في المؤسسات الإعلامية الدولية على اختلاف أشكالها، وللحصول على المبادئ التوجيهية والمواثيق التحريرية التي وضعتها هذه المؤسسات الإعلامية الدولية بشأن كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الخاصة بها، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب التي سمحت للباحث بالعثور على المبادئ والإرشادات ذات الصلة من خلال القيام بالإجراءات التالية:

- المرحلة الأولى: تم تحديد الكلمات المفتاحية المناسبة للبحث عن المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في الصحافة وغرف الأخبار، تمثلت الكلمات البحثية في:
  - AI ethics.
  - AI Code of ethics.
  - AI principles.
  - AI guidelines.
  - AI Ethical Guidelines
  - AI Policies.
  - AI standards.
- المرحلة الثانية: تم استخدام هذه الكلمات المفتاحية في عملية البحث بالاعتماد على مجموعة من قواعد البيانات المتخصصة، تمثلت في:

١.	قاعدة بيانات الصحافة المسؤولة التابعة لمعهد Donald W. Reynolds للصحافة بجامعة ميسوري https://accountablejournalism.org
٢.	قاعدة بيانات EthicNet التابعة لجامعة تامبيري في فنلندا https://research.tuni.fi/ethicnet
٣.	قاعدة بيانات MediaWise Trust http://www.mediawise.org.uk
٤.	قاعدة بيانات قواعد الأخلاقيات التابعة لـ PressCouncils.eu https://www.presscouncils.eu/ethical-codes-database/codes
٥.	المخزون العالمي Algorithmwatch لإرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي https://algorithmwatch.org/en/project/ai-ethics-guidelines-global-inventory
٦.	موقع مبادرة الأخلاقيات والصحافة في جامعة نيويورك https://ethicsandjournalism.org/resources/ai-guidelines
٧.	موقع صندوق أدوات الصحفي journalists toolbox https://journaliststoolbox.ai/ai-and-ethics

نشير هنا إلى أن البحث تم بمختلف اللغات؛ الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الصينية .... إلخ، وهو الأمر الذي مكّن الباحث من الوصول إلى مجموعة متنوعة من الإرشادات والمبادئ التوجيهية المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل هذه المؤسسات.

وأسفرت نتائج البحث في ضوء ما تقدم، عن مجموعة متنوعة من المؤسسات الإعلامية في عدد من دول العالم، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، وسائل الإعلام التقليدية، ومنافذ الأخبار الرقمية، ووسائل الإعلام الخدمية العامة، ووكالات الأنباء والصحف والقنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية، إلى جانب مجالس الصحافة والهيئات والشبكات والروابط والشركات الإعلامية.

وبعد تطبيق الإجراءات المذكورة، تمثلت عينة الدراسة في ٣٦ مؤسسة إعلامية دولية، ونشير هنا إلى أن الإرشادات والمبادئ التي توصلنا إليها لإخضاعها للتحليل في هذه الدراسة منها ما هو مستقل حول إرشادات ومعايير استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، ومنها ما هو جزء تم تضمينه أثناء تحديث مدونات السلوك الموضوعة سابقًا من قبل المؤسسات الإعلامية وتم تحديثها لمواكبة التطورات في مجال العمل الإعلامي. كما نشير أيضًا إلى أنه نظرًا لأن الإرشادات والمبادئ التوجيهية عينة الدراسة موجودة في لغاتها الأصلية مثل الإنجليزية والفرنسية والألمانية والنرويجية .....إلخ، فقد قام الباحث بترجمتها إلى اللغة العربية باستخدام Google Translate لترجمة المستندات.

وفي الجدولين التاليين نعرض المبادئ التوجيهية والإرشادية حسب نوع الجهات الصادرة عنها والدول التابعة لها وتواريخ إصدارها وإقرارها:

جدول رقم (١) توزيع المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي عينة الدراسة حسب نوع الجهة الإعلامية التي صدرت عنها

الجهة	ك	%
وسيلة إعلامية (صحيفة/مجلة/موقع إخباري/قناة تليفزونية/محطة إذاعية/وكالة أنباء/ ...)	١٦	٤٤.٤
رابطة/جمعية/شبكة/اتحاد/منظمة/هيئة...	١٥	٤١.٧
مجالس أخلاقيات للصحافة	٥	١٣.٩
المجموع	٣٦	١٠٠

توضح البيانات الواردة في الجدول السابق توزيع المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي -عينة الدراسة- حسب نوع الجهة الإعلامية التي صدرت عنها، حيث صدرت ٤٤.٤% من هذه المبادئ التوجيهية عن وسائل إعلامية تمثلت في صحف ومجلات ومواقع إخبارية ووكالات أنباء وقنوات تليفزيونية ومحطات إذاعية، ثم جاء ٤١.٧% من هذه المبادئ صادرة عن نقابات واتحادات وروابط وجمعيات صحفية وهي جهات غير حكومية، وأخيرًا ١٣.٩% منها صادرة عن مجالس أخلاقيات للصحافة.

جدول رقم (٢) توزيع المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي وفقًا للمؤسسات الإعلامية الصادرة عنها والدول التابعة لها وتواريخ إصدارها

الجهات الصادر عنها المدونات	الدولة/ المقرّ	تاريخ الإصدار
١. مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة (CDJM)	فرنسا	يوليو ٢٠٢٣
٢. مجلس أخلاقيات الصحافة (RVDJ)	بلجيكا	مارس ٢٠٢٣
٣. مجلس الصحافة في كيبيك	كندا	أبريل ٢٠٢٤

٤. مجلس الصحافة في جنوب أفريقيا	جنوب أفريقيا	أكتوبر ٢٠٢٣
٥. مجلس الصحافة في كاتالونيا Catalan Press Council	مقاطعة كتالونيا/أسبانيا	٢٠٢١
٦. جمعية الأخبار الرقمية الإذاعية والتلفزيونية (RTDNA)	الولايات المتحدة	مايو ٢٠٢٣
٧. جمعية الصحفيين الألمان (DJV)	ألمانيا	أبريل ٢٠٢٣
٨. شبكة صحافة الذكاء الاصطناعي في دول الشمال الأوروبي	السويد	أبريل ٢٠٢٤
٩. مؤسسة الإذاعة العمومية الوطنية (NPR)	الولايات المتحدة	أكتوبر ٢٠٢٣
١٠. شركة Ringier AG	سويسرا	مايو ٢٠٢٣
١١. رابطة Mediahuis	أوربا (بلجيكا وهولندا وأيرلندا ولوكسمبورج وألمانيا)	٢٠٢٣
١٢. تحالف وسائل الإعلام الإخبارية The News/Media Alliance	الولايات المتحدة	أبريل ٢٠٢٣
١٣. رابطة ناشري الصحف الأوروبية (ENPA) وآخرون	دول العالم	أغسطس ٢٠٢٣
١٤. هيئة مراقبة الصحافة المستقلة (Impress)	بريطانيا	2023
١٥. منظمة مراسلون بلا حدود	فرنسا	نوفمبر ٢٠٢٣
١٦. شبكة swissinfo.ch	سويسرا	يناير ٢٠٢٤
١٧. شبكة France Médias Monde	فرنسا	ديسمبر ٢٠٢٣
١٨. هيئة البث العامة الوطنية في كندا CBC/Radio-Canada	كندا	مايو ٢٠٢٤
١٩. هيئة الإذاعة البافارية (Bayerischer Rundfunk)	ولاية بافاريا/ألمانيا	يوليو ٢٠٢٣
٢٠. هيئة الإذاعة البريطانية BBC	بريطانيا	فبراير ٢٠٢٤
٢١. موقعHeidi.news	سويسرا	أبريل ٢٠٢٣
٢٢. صحيفة Aftonbladet	السويد	أبريل ٢٠٢٤
٢٣. صحيفة Hong Kong Free Press	الصين	٢٠٢٣
٢٤. صحيفة Financial Times	بريطانيا	مايو ٢٠٢٣
٢٥. صحيفة La Presse	أمريكا الشمالية	أكتوبر ٢٠٢٣
٢٦. صحيفة lemonde	فرنسا	مارس ٢٠٢٤
٢٧. صحيفة الجارديان البريطانية	بريطانيا	يونيو ٢٠٢٣
٢٨. صحيفة واشنطن بوست The Washington Post	الولايات المتحدة	يوليو ٢٠٢٤
٢٩. صحيفة USA TODAY	الولايات المتحدة	ديسمبر ٢٠٢٣
٣٠. مجلة Wired	الولايات المتحدة	مايو ٢٠٢٣
٣١. صحيفة نيويورك تايمز	الولايات المتحدة	مارس ٢٠٢٤
٣٢. وكالة أنباء أسوشيتد برس (AP)	الولايات المتحدة	أغسطس ٢٠٢٣
٣٣. وكالة الأنباء البريطانية الدولية (REUTERS)	بريطانيا	٢٠٢٣
٣٤. وكالة الأنباء الألمانية (DPA)	ألمانيا	أبريل ٢٠٢٣
٣٥. وكالة الأنباء الفنلندية(STT)	فنلندا	يونيو ٢٠٢٣
٣٦. وكالة الأنباء العامة الهولندية (ANP)	هولندا	مارس/أبريل ٢٠٢٣

توضح البيانات الواردة في الجدول السابق توزيع المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية المعنية بالتنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار وفقًا للمؤسسات الإعلامية الصادرة عنها والدول التابعة لها وتواريخ إصدارها وإقرارها، بالنسبة للمؤسسات الإعلامية الصادرة عنها هذه المبادئ يتضح التنوع ما بين صحف ومجلات ومواقع إخبارية وقنوات وإذاعات ووكالات أنباء ومجالس صحافة واتحادات وشركات وهيئات..إلخ، ما يعني حرص المؤسسات الإعلامية أيًا كان نوع نشاطها الإعلامي بتنظيم

التعامل مع الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي اليومي، كما يتضح أيضًا أن كل المؤسسات المذكور–باستثناء مجلس الصحافة في كاتالونيا- أصدرت المبادئ التوجيهية خلال عامي ٢٠٢٣ و٢٠٢٤ وهو استجابة للتحديات التي فرضها التطور المتسارع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والتي تمثلت في أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي اقتحمت غرف الأخبار بشكل كبير ومتزايد، وبصفة خاصة تطبيق ChatGPT منذ نوفمبر ٢٠٢٢، ولعل هذا ما دفع كثير من المؤسسات الإعلامية إلى وضع القواعد الإرشادية للتعامل مع مثل هذه التطبيقات المستخدمة في توليد وإنشاء المحتوى الصحفي، كما يتض أيضًا من الجدول أن المؤسسات الإعلامية تنتمي لأكثر من ٢٠ دولة حول العالم وما يرتبط بذلك من اختلاف الأنظمة الإعلامية التي تنتمي إليها هذه المؤسسات ومع ذلك لم تختلف المؤسسات الإعلامية حول ضرورة التعامل مع التحديات أخلاقية التي يفرضها الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

أدوات الدراسة:

في ضوء الأهداف المحددة للدراسة، وفي إطار المناهج المستخدمة، فقد اعتمدنا على أداة تحليل الوثائق باعتبارها الأداة الأكثر مناسبة لتحليل نصوص وثائق المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية المعنية بالتنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية داخل غرف الأخبار بعينة من المؤسسات الإعلامية الدولية. وفي هذا الإطار، اعتمدنا على التحليل الموضوعي، وهو أسلوب بحث نوعي يستخدم على نطاق واسع ويساعد في تحديد وتحليل والإبلاغ عن الأنماط أو الموضوعات داخل مجموعة البيانات[٦٣]، مما يجعله مناسبًا بشكل خاص لفحص المبادئ التوجيهية.

بعد الحصول على وثائق المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية عينة الدراسة -وفق الإجراءات التي سبق ذكرها في اختيار العينة- وترجمتها إلى اللغة العربية، بدأ الباحث في مراجعة شاملة عبر قراءة متأنية لنصوص هذه المبادئ، ومن ثم تحديد الموضوعات الرئيسية والموضوعات الفرعية، وتم هذا التحديد في ضوء مجموعة من المؤشرات تتمثل في: (الجهة التي أصدرت المبادئ التوجيهية وتواريخ الإقرار- المصطلح المستخدم في تسمية المبادئ التوجيهية -أهداف وضع المبادئ الإرشادية للذكاء الاصطناعي- القيم المهنية التي تضمنتها وثيقة المبادئ- الاستخدام المسموح به للذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية- الحفاظ على الشفافية عند استخدام الذكاء الاصطناعي- نطاق تطبيق الإرشادات داخل المؤسسة- مجالات الرقابة والإشراف البشري- آليات التعامل مع التحيز الخوارزمي- الهلوسة الرقمية وحقوق الملكية الفكرية- الخصوصية وحماية البيانات الشخصية- تدريب الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي- إمكانية تحديث المبادئ والإرشادات- نطاق تطبيق الإرشادات داخل المؤسسة- آليات تطبيق المبادئ التوجيهية داخل غرف الأخبار)
وبعد هذا التحديد أجرى الباحث تحليلاً أعمق للبيانات داخل كل موضوع من الموضوعات التي تم رصدها من واقع وثائق المبادئ الخاضعة للتحليل، وبعد تحليل البيانات داخل كل موضوع، قمنا بتفسير النتائج في إطار الأهداف والتساؤلات المحددة لهذه الدراسة، وتضمنت هذه الخطوة تحديد الاتجاهات السائدة في المبادئ التوجيهية فيما يتعلق بالقيم والمعايير المهنية المطلوب مراعاتها عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار،

وجاءت الخطوة النهائية من خلال سرد النتائج التفصيلية للتحليل متضمنًا اقتباسات توضيحية من المبادئ التوجيهية عينة الدراسة.

نتائج الدراسة:

فيما يلي نعرض نتائج التحليل النصي للمبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي في إطار مجموعة من القواعد والمعايير والإرشادات تم الاستدلال عليها من وثائق المبادئ التوجيهية عينة الدراسة.

- **المصطلح المستخدم في تسمية المبادئ التوجيهية:**

جدول رقم (٣) مسميات المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي وفقًا للمؤسسات الإعلامية الصادرة عنها

الجهات الصادر عنها المدونات	المسمى
١. مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة (CDJM)	الصحافة والذكاء الاصطناعي: أفضل الممارسات
٢. مجلس أخلاقيات الصحافة/بلجيكا (RVDJ)	مبادئ توجيهية جديدة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة
٣. مجلس الصحافة في كيبيك/كندا	المبدأ الأخلاقي الجديد بشأن الذكاء الاصطناعي
٤. مجلس الصحافة في جنوب أفريقيا	مبادئ إرشادية حول الذكاء الاصطناعي
٥. مجلس الصحافة في كاتالونيا Catalan Press Council	الخوارزميات في غرف الأخبار: التحديات والتوصيات للذكاء الاصطناعي مع القيم الأخلاقية للصحافة
٦. جمعية الأخبار الرقمية الإذاعية والتلفزيونية (RTDNA)	استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة
٧. جمعية الصحفيين الألمان (DJV)	مواقف بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة
٨. شبكة صحافة الذكاء الاصطناعي في دول الشمال الأوروبي	شفافية الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام السويدية
٩. مؤسسة الإذاعة العمومية الوطنية (NPR)	قسم خاص: الذكاء الاصطناعي التوليدي
١٠. شركة Ringier AG	المبادئ التوجيهية لاستخدام الذكاء الاصطناعي
١١. رابطة Mediahuis	إرشادات Mediahuis للذكاء الاصطناعي
١٢. تحالف وسائل الإعلام الإخبارية The News/Media Alliance	مبادئ الذكاء الاصطناعي لتحالف وسائل الإعلام الإخبارية
١٣. رابطة ناشري الصحف الأوروبية (ENPA)	المبادئ العالمية للذكاء الاصطناعي
١٤. هيئة مراقبة الصحافة المستقلة(Impress)	مدونة معايير Impress
١٥. منظمة مراسلون بلا حدود	ميثاق باريس بشأن الذكاء الاصطناعي والصحافة
١٦. شبكة swissinfo.ch	المبادئ التوجيهية التحريرية حول استخدام الذكاء الاصطناعي
١٧. شبكة France Médias Monde	دليل الممارسات الجيدة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في النشاط التحريري في FMM
١٨. هيئة البث العامة الوطنية في كندا CBC/Radio-Canada	نهجنا في التعامل مع الذكاء الاصطناعي
١٩. هيئة الإذاعة البافارية	العمل مع الذكاء الاصطناعي: إرشادات الذكاء الاصطناعي في هيئة الإذاعة البافارية
٢٠. هيئة الإذاعة البريطانية BBC	إرشادات تحريرية حول استخدام الذكاء الاصطناعي
٢١. موقعHeidi.news	ميثاقنا الأخلاقي فيما يتعلق بالذكاء الاصطناعي التوليدي والمحتوى الاصطناعي
٢٢. صحيفة Aftonbladet	سياسة الذكاء الاصطناعي في Aftonbladet: هذه هي الطريقة التي نتعامل بها مع التكنولوجيا الجديدة
٢٣. صحيفة Hong Kong Free Press	سياسات وأخلاقيات وأفضل الممارسات في HKFP: أدوات الذكاء الاصطناعي
٢٤. صحيفة Financial Times	رسالة من المحرر حول الذكاء الاصطناعي التوليدي وصحيفة الفاينانشال تايمز
٢٥. صحيفة La Presse	إرشادات لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي
٢٦. صحيفة lemonde	ميثاق لوموند بشأن الذكاء الاصطناعي
٢٧. صحيفة الجارديان البريطانية	نهج الجارديان في التعامل مع الذكاء الاصطناعي التوليدي

الجهات الصادر عنها المدونات	المسمى
٢٨. صحيفة واشنطن بوست	سياسة الذكاء الاصطناعي
٢٩. صحيفة USA TODAY	المبادئ التوجيهية الأخلاقية والسياسة المتعلقة بالمحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي
٣٠. مجلة Wired	كيف ستستخدم WIRED أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي
٣١. صحيفة نيويورك تايمز	مبادئ استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في غرفة أخبار صحيفة التايمز
٣٢. وكالة أنباء أسوشيتد برس (AP)	معايير AP حول الذكاء الاصطناعي التوليدي
٣٣. وكالة الأنباء البريطانية ((REUTERS	مبادئ أخلاقيات البيانات والذكاء الاصطناعي
٣٤. وكالة الأنباء الألمانية ((DPA	مفتوحة ومسؤولة وشفافة: إرشادات وكالة الأنباء الألمانية للذكاء الاصطناعي
٣٥. وكالة الأنباء الفنلندية ((STT	تعليمات STT حول الذكاء الاصطناعي في العمل التحريري
٣٦. وكالة الأنباء العامة الهولندية (ANP)	مبادئ نشر الذكاء الاصطناعي

توضح البيانات الواردة في الجدول السابق المسميات التي استخدمتها المؤسسات الإعلامية الدولية كعنوان للمعايير والإرشادات التي تنظم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وقد تنوع المسميات؛ وتمثلت في: ميثاق، مدونة، مبادئ، إرشادات، مواقف، تعليمات، نهج، سياسة، رسالة من المحرر، دليل ممارسات، ورغم اختلاف التسمية إلاّ أن المضمون واحد كما سيتضح في عرض النتائج التحليلية لهذه المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية في السطور التالية.

جدول رقم (٤) الاتجاهات السائدة والموضوعات الرئيسية داخل وثائق المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي

القواعد	التكرار	
	ك	%
أهداف وضع المبادئ التوجيهية للذكاء الاصطناعي	٢٤	٦٦.٧
القيم المهنية التي ينبغي مراعاتها عند استخدام الذكاء الاصطناعي	١٧	٤٧.٢
الاستخدام المسموح به للذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية	٢٤	٦٦.٧
الحفاظ على الشفافية عند استخدام الذكاء الاصطناعي	٣٢	٨٨.٩
مجالات الرقابة والإشراف البشري	٢٩	٨٠.٦
آليات التعامل مع التحيز الخوارزمي	١٣	٣٦.١
الهلوسة الرقمية وحقوق الملكية الفكرية	٩	٢٥
الخصوصية وحماية البيانات الشخصية	١٣	٣٦.١
تدريب الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٩	٢٥
إمكانية تحديث المبادئ والإرشادات	١٩	٥٢.٨
نطاق تطبيق الإرشادات داخل المؤسسة	١	٢.٨
آليات تطبيق المبادئ التوجيهية داخل غرف الأخبار	٣	٨.٣
ن=٣٦		

توضح البيانات الواردة بالجدول السابق الاتجاهات السائدة والموضوعات الرئيسية داخل وثائق المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي، وقد تمثلت هذه الاتجاهات والموضوعات الرئيسية في: "الحفاظ على الشفافية عند استخدام الذكاء الاصطناعي" في المرتبة الأولى، حيث وردت في ٣٢ وثيقة بنسبة ٨٨.٩% من إجمالي عدد الوثائق التي خضعت للتحليل، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسات الإعلام بالشفافية كمبدأ توجيهي تلزم صحفييها بالالتزام به عند استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى الصحفي، تلاه "مجال الرقابة والإشراف البشري" في المرتبة الثانية، حيث ورد في ٢٩ وثيقة بنسبة

٨٠.٦%، وهذا يعكس أيضًا اهتمام المؤسسات الإعلامية بضرورة الرقابة البشرية على المحتوى المنتج بواسطة تطبيقات الكاء الاصطناعي في إطار تأكيد هذه المؤسسات على أن هذه التطبيقات لن تغني عن العنصر البشري في غرفة الأخبار، في المرتبة الثالثة كان اهتمام المؤسسات بتوضيح كل من: "الهدف من وضع المبادئ التوجيهية" و"الاستخدام المسموح به للذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية" حيث ورد كل منهما في ٢٤ وثيقة بنسبة ٦٦.٧%، وجاءت الإشارة إلى "إمكانية تحديث المبادئ والإرشادات" في ١٩ وثيقة بنسبة ٥٢.٨%، تلتها "القيم المهنية التي ينبغي مراعاتها عند استخدام الذكاء الاصطناعي" في ١٧ وثيقة بنسبة ٤٧.٢%، وجاء كل من: "آليات التعامل مع التحيز الخوارزمي" و"الخصوصية وحماية البيانات الشخصية" في ١٣ وثيقة بنسبة ٣٦.١% لكل منهما، تلاهما كل من: "الهلوسة الرقمية وحقوق الملكية الفكرية" و"تدريب الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي" في تسع وثائق بنسبة ٢٥%، بينما قل اهتمام المؤسسات الإعلامية بتضمين كل من: "آليات تطبيق المبادئ التوجيهية داخل غرف الأخبار" و"نطاق تطبيق الإرشادات داخل المؤسسة"، حيث جاءت الأولى في ثلاث وثائق فقط، بنسبة ٨.٣%، والأخرى في وثيقة واحدة فقط بنسبة ٢.٨%. وفيما يلي نتناول هذه الاتجاهات السائدة والموضوعات الرئيسية التي تضمنتها عينة الدراسة من المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية بالتفصيل:

- **أهداف وضع المبادئ التوجيهية للذكاء الاصطناعي:**

كشف التحليل عن اهتمام ٢٤ مؤسسة إعلامية من المؤسسات عينة الدراسة بتوضيح أهدافها من إصدار المبادئ التوجيهية الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، وتمثلت أبرز هذه الأهداف –على سبيل المثال لا الحصر- فيما يلي:

- تحديد كيفية تطبيق مبادئ المواثيق المرجعية لأخلاقيات الصحافة عند استخدام الذكاء الاصطناعي؛ من خلال تحديد خطوط حمراء لا ينبغي تجاوزها، ووصف الممارسات الجيدة التي يجب احترامها، بشكل يضمن عدم حرمان هيئة التحرير من الأدوات اليومية المفيدة. (مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة **CDJM** بفرنسا)
- مساعدة الصحفيين على شرح المخاطر المحتملة والمتأصلة والتأثيرات المتنوعة للذكاء الاصطناعي ونماذج الذكاء الاصطناعي التوليدية بدقة. (وكالة أنباء أسوشيتد برس **AP**)
- تعزيز التعاون بين البشر والذكاء الاصطناعي. (هيئة الإذاعة البافارية **Bavarian Broadcasting)**
- تقديم المشورة بشأن أين ومتى وكيف ينبغي الحصول على مزيد من المشورة في أي مرحلة بشأن أي استخدام تحريري مقترح للذكاء الاصطناعي بطريقة تتفق مع القيم التحريرية. **(BBC)**
- الحفاظ على أعلى معايير الصحافة والحفاظ على ثقة القراء في الصحافة الجيدة التي ننتجها والتي تتحقق من خلال الدقة والإنصاف والشفافية. (صحيفة فاينانشيال تايمز)
- اغتنام الفرص للبقاء على صلة بالمشهد الإعلامي المتغير بسرعة والتعامل مع تحديات الذكاء الاصطناعي بما في ذلك التحديات الأخلاقية. (هيئة البث العامة الوطنية في كندا)
- استكمال ميثاق الأخلاقيات والواجبات المهنية. (صحيفة **le Monde**)

- حواجز أمان حتى لا تتعرض المهنة الصحفية للخطر من خلال منع الاستخدام غير المنضبط للذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة. (جمعية الصحفيين الألمان **DJV**)

- **القيم المهنية التي ينبغي مراعاتها عند استخدام الذكاء الاصطناعي:**

هناك محاولات عالمية للعديد من الأطراف العالمية بشأن اعتماد معيار أخلاقى مُلزِم للذكاء الاصطناعي، للتعامل مع الفرص والمخاطر محتملة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، ومن هذه المحاولات، محاولة البرلمان الأوروبي التي تُوجت فى شهر ديسمبر ٢٠٢٣ باتفاق البرلمان الأوروبى والمفوضية الأوروبية والدول الأعضاء على إطار تنظيمي ملزم لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وهو الأول من نوعه على مستوى عالمي؛ مشتملًا خمس قيم أساسية: الشفافية، والعدالة والإنصاف، ومنع الضرر، والمسؤولية، وحماية البيانات والخصوصية.

وفي سياق تركيز الحديث عن الصحافة، يشير مصطلح "الأخلاقيات الصحفية" إلى مجموعة القيم والمعايير المهنية والمبادئ التوجيهية السلوكية التي ينبغي اتباعها في ممارسة إنتاج الأخبار ونشرها. ولا تملي الأخلاقيات الصحفية القيم والاعتبارات الأخلاقية المتعلقة بتغطية الأخبار فحسب، بل تحدد أيضًا معايير وحدود الممارسات الصحفية[٦٤]. وتاريخيًا، كان يُنظَر إلى الصحافة باعتبارها مهنة تسترشد بمبادئ الموضوعية والصدق والدقة والإنصاف والتوازن والمسؤولية. والالتزام بهذه المبادئ أمر مرغوب فيه لصالح مصداقية الصحافة. وباستخدام هذه المبادئ، ابتكرت جمعيات الصحافة والمنظمات الفردية مجموعة من القواعد الأخلاقية التي يتعين على الصحفيين اتباعها في سلوكهم المهني. وتم تطوير آليات مختلفة لضمان التزام الصحفيين بقواعد الأخلاقيات.[٦٥]

وفيما يتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في الممارسات الصحفية، هناك قيم معيارية كالإنصاف والنزاهة والموضوعية من شأنها أن تصبح مهددة في ظل الذكاء الاصطناعي التوليدي، وما يستدعيه العمل الصحفي في إنتاج القصص عبر الحقائق الموضوعية والمصادر المعتبرة، فضلاً عن غياب يبدو أصيلاً في شأن العمق، والقيمة المضافة للمحتوى، وشروط الاستيفاء والاستدلال للمادة الصحفية التي يجب أن يستدل عليها ويمكن التعرف على مصادرها وقابلية المعلومات الواردة فيها للتحقق.[٦٦]

في ضوء ما سبق، كان من الطبيعي أن تؤكد المؤسسات الإعلامية في المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي على مجموعة من القيم التحريرية التي ينبغي مراعاتها في هذا الشأن، وقد تضمّنت ١٧ وثيقة من وثائق المبادئ التوجيهية -عينة الدراسة- مجموعة من القيم التحريرية التي يجب مراعاتها عند استخدام الذكاء الاصطناعي وأدواته في غرفة الأخبار كجزء من الامتثال للقواعد التي تقوم عليها أخلاقيات الصحافة وأن الاستخدام الواعي للذكاء الاصطناعي يجب أن يخدم هذه القيم، وتمثلت هذه القيم في: الدقة الصدق، موثوقية المعلومات، الحياد، النزاهة، الإفصاح، الشمولية والتنوع، الاستقلال الضروري للعمل التحريري، احترام الكرامة، الخصوصية، حماية المصادر وسريتها، وعدم تأجيج الكراهية، ضمان سلامة البيانات وأمنها، المساءلة والمسئولية.

- **الاستخدام المسموح به للذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية:**

لاشك في أن المؤسسات الصحفية والإخبارية تستفيد من تأثيرات الذكاء الاصطناعي عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، نظرًا لما يوفره الذكاء الاصطناعي من أدوات لمساعدة العاملين في مجال الصحافة على تحديد الأخبار الزائفة، مما يمنح المحررين الفرصة لبناء التقارير بشكل متوازن وموضوعي غير متحيز، مستندين إلى تحليل المعلومات الدقيق وليس العاطفة الشخصية أو المسيسة، وسيكون لذلك تأثيرات إيجابية على تلك المؤسسات منها –على سبيل المثال لا الحصر– تخفيف العبء المالي عنها، وتطوير مخرجاتها الإخبارية للصمود في وجه التنافس الإعلامي الشرس، وأهم من ذلك تطوير الأداء المهني للصحفيين وقدراتهم بما يوائم متطلبات المستقبل الجديد.(٦٧)

وعلى الرغم من هذه المزايا التي يوفرها استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار، إلاّ أن هناك تحديات ومخاوف متعددة تواجه غرف الأخبار في حال إساءة استخدام الذكاء الاصطناعي؛ ومن ثم، فقد أشارت ثلثا المؤسسات الإعلامية عينة الدراسة في مبادئها التوجيهية بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي إلى مجالات الاستخدام المسموح لهذه التطبيقات في مجال الممارسة الصحفية، وفي الوقت ذاته حددت محاذير الاستخدام، وفي هذا الصدد، نجد على سبيل المثال، أن مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة (**CDJM**) (فرنسا) قد قسّم أدوات الذكاء الاصطناعي التي يمكن استخدامها من قبل الصحفيين وهيئة التحرير إلى ثلاث فئات، بناءً على مخاطرها المحتملة لانتهاك الأخلاقيات الصحفية؛ الأولى هو "الاستخدامات منخفضة المخاطر"، وهي فئة الأدوات التي يمكن للصحفيين استخدامها دون إخبار الجمهور عنها. وهذا يشمل استخدام الذكاء الاصطناعي للتصحيحات النحوية وتوليد محركات البحث والتحقق من المعلومات أو المساعدة في تحديد واختيار المعلومات التي يتم تداولها على الشبكات الاجتماعية، الفئة الثانية: "الاستخدامات متوسطة المخاطر" وتتمثل في أدوات مثل الترجمات الآلية ومولدات الملخصات وإنشاء المحتوى السمعي والبصري وملخص نتائج الانتخابات، وهنا توجد حاجة لإعلام الجمهور بذلك. الفئة الثالثة: "الاستخدامات المحظورة" التي تتعارض جوهريًا مع احترام الأخلاقيات الصحفية، مثل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج صور أو رسومات أو أصوات أو مقاطع الفيديو قد تقود الجمهور إلى الاعتقاد بواقعيتها، وأوصى المجلس بعدم استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي دون إشراف بشري، بعد مراحل التدقيق اللغوي والتحقق من صحة المعلومات التي تضمن للقارئ صحة وجودة المعلومات المنشورة أو المذاعة.

كما حددت وكالة أنباء أسوشيتد برس (**AP**) ثلاثة مجالات لاستخدام محرريها للذكاء الاصطناعي التوليدي، وهي: ترجمات قصص AP باللغة الإنجليزية إلى الإسبانية، إنشاء ملخصات آلية للأخبار، كتابة العناوين: اقتراح عناوين لبعض القصص، والتي سيتم مراجعتها من قبل المحرر وتحريرها حسب الضرورة قبل النشر.

كما حددت هيئة الإذاعة البافارية مجالات الاستخدام المسموح في إعداد محتوى جديد وتطوير أساليب جديدة للصحافة الاستقصائية ودعم سير العمل وتحسين المنتج الصحفي في ضوء الاعتبارات الأخلاقية. اتفقت معها صحيفة **le Monde** الفرنسية في أنه "لا يُسمح باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي إلا في ظل ظروف محددة بدقة كأداة لمساعدة الإنتاج

التحريري"، وأن "أحد شروط استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي هو أنه يجب أن "يحسن جودة المحتوى الإخباري"، وكذلك صحيفة الجارديان البريطانية التي نصّت في مبادئها التوجيهية على أنه: "عندما نستخدم الذكاء الاصطناعي التوليديGenAI، سنركز على المواقف التي يمكنها فيها تحسين جودة عملنا، من خلال مساعدة الصحفيين في استجواب مجموعات البيانات الكبيرة، أو مساعدة الزملاء من خلال التصحيحات أو الاقتراحات، أو خلق أفكار للحملات التسويقية، أو تقليل البيروقراطية في عمليات الأعمال التي تستغرق وقتًا طويلاً".

في السياق ذاته اشترطت هيئة الإذاعة البريطانية **BBC** في استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء أو تقديم أو توزيع المحتوى أن يتوافق ذلك مع المبادئ التوجيهية التحريرية لهيئة الإذاعة البريطانية وقيمها التحريرية، وحددت أمثلة للاستخدام المقبول مثل إنشاء صوت مركب لتقديم محتوى نصي، أو استخدام وجه "مزيف" للحفاظ على عدم الكشف عن الهوية في فيلم وثائقي، وكذلك استخدامه في محركات التخصيص والتوصية لتنظيم المحتوى للجمهور على منصات مثل iPlayer وSounds، شرط خضوع هذه الاستخدامات للموافقة التحريرية والإشراف البشري، من ناحية أخرى تضمنت مبادئها التوجيهية محاذير الاستخدام مثل: عدم جواز التلاعب بمقاطع الفيديو والصور الثابتة للأخبار والشؤون الجارية والصحافة الواقعية بما يتجاوز القص المتعاطف والتعديلات الطفيفة على السطوع والتباين.

أيضًا ذهبت صحيفة **Hong Kong Free Press** في مبادئها التوجيهية إلى وجوب أن يطمئن جمهورها إلى أن منتجها الصحفي هو عمل محرريها، وليس من صنع تقنية تابعة لجهات خارجية، وقد أجازت استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي للتحقق من القواعد النحوية/الإملائية، وإعادة صياغة/تلخيص النص الموجود الذي كتبه المحررون، والمساعدة في الترجمات أو النسخ أو البحث، أو الحصول على أفكار لقصة/أسئلة مقابلة، أو للمساعدة في الترميز أو المهام الرياضية أو تحليل البيانات. في نفس الاتجاه، أكدت وكالة الأنباء الفنلندية **SST** في وثيقتها على أن المبدأ هو "أن الجمهور يجب أن يكون قادرًا على الوثوق بالنصوص والصور التي ينتجها وينقلها محررو الوكالة في جميع المواقف".

وفي تحديد مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة أخبارها أوضحت هيئة البث العامة الوطنية في كندا **CBC/Radio-Canada** في مبادئها أنه لا ينبغي بأي حال من الأحوال أن يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي على مصداقيتها، ومن ثم فهي تتعامل مع الذكاء الاصطناعي بعين ناقدة.

وحظرت صحيفة **La Presse** الفرنسية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنتاج نصوص أو صور أو مقاطع فيديو أو صور مخصصة للنشر أو التعديل عليها إلا بتصريح من إدارة المعلومات، وأكدت على ضرورة إجراء مراجعة والتحقق من صحة أي نتائج تم الحصول عليها من أداة الذكاء الاصطناعي التوليدية قبل استخدامها للنشر، كما حظرت الاعتماد على ملخصات المستندات التي تنتجها أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية الخارجية كمصدر للمعلومات، دون قراءة المستندات كاملة.

صحيفة **The Washington Post** أيضًا، حددت أوجه الاستخدام المسموح للذكاء الاصطناعي مثل اقتراح محتوى ذي صلة، أو الترجمة بين اللغات، أو غربلة صفحات من المستندات أو آلاف الصور، مع التأكيد على ضرورة إدراك أن هذه تقنية جديدة وغير كاملة مما يعني أنه لا يمكن افتراض الدقة والتحقق. وكذلك صحيفة **New York Times** ذكرت في مبادئها التوجيهية "ستصبح صحيفة نيويورك تايمز أكثر سهولة في الوصول إليها من قبل المزيد من الناس من خلال ميزات مثل المقالات الصوتية الرقمية والترجمات إلى لغات أخرى واستخدامات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي لم نكتشفها بعد".

ولعل هذه الاستخدامات التي تمت الإشارة إليها أسمتها شبكة **France Médias Monde** "الاستخدام المعقول" Une utilisation raisonnée الذي يمكن أن يؤدي ذلك إلى تحسين الجودة والأصالة وتقليل وقت المعالجة.

- **الحفاظ على الشفافية عند استخدام الذكاء الاصطناعي:**

إن العديد من القضايا الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في الصحافة هي قضايا يواجهها الصحفيون بالفعل، ولكن في سياق مختلف. أحد الأمثلة على ذلك هو أهمية البيانات النظيفة والموثوقة، وهو أمر ضروري أيضًا للصحافة القائمة على البيانات. وهناك مثال آخر وهو الحاجة إلى سياسات الشفافية والإفصاح للقصص التي يتم إنشاؤها من المحتوى الآلي، وهو ما تحتاج إليه المؤسسات الإعلامية بالفعل لمشاريع مثل الصحافة الاستقصائية .[٦٨]في هذا الإطار، حازت الشفافية كمبدأ على اهتمام أغلب المؤسسات الإعلامية والصحفية الدولية – عينة الدراسة- (٣٢ مؤسسة بنسبة ٨٨.٩% من إجمالي عدد المؤسسات عينة الدراسة)، حيث نصّت في مبادئها التوجيهية بشأن الذكاء الاصطناعي على الحفاظ على الشفافية، من خلال مجموعة من الإجراءات نذكر منها على سبيل المثال:

- إعلام الجمهور عند استخدام أداة الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى البث أو المنشور، ويجب أن تظهر هذه الإشارة في كل مرة يكون فيها المحتوى المنشور أو المذاع ليس في الأساس نتيجة لنشاط أدمغة الإنسان. على سبيل المثال، يجب توضيح أصل أي صورة اصطناعية تم نشرها أو توزيعها. في الصحافة المكتوبة (الورقية أو الرقمية) من خلال تعليق مصاحب "صورة تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي"، أو في حالة إدراج عنصر مرئي في تسلسل فيديو، فيجب أن تشير إليه علامة مرئية طوال مدة اللقطة. (مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة **CDJM** فرنسا)
- إذا كان الرسم التوضيحي أو العمل الفني الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي هو موضوع قصة إخبارية، فيمكن استخدامه طالما تم تصنيفه بوضوح على هذا النحو في التسمية التوضيحية. (وكالة أنباء أسوشيتد برس **AP**)
- يجب أن يكون أي استخدام للذكاء الاصطناعي من قبل هيئة الإذاعة البريطانية في إنشاء أو تقديم أو توزيع المحتوى شفافًا وواضحًا للجمهور. يجب إعلام الجمهور بطريقة مناسبة للسياق وقد يكون من المفيد شرح ليس فقط استخدام الذكاء الاصطناعي ولكن كيف ولماذا تم استخدامه. (هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**)

- يكون من الواضح للمستخدم متى تم إنشاء عناصر الأخبار أو اختيارها بناءً على الذكاء الاصطناعي. يشير المحررون إلى متى تم إنتاج عنصر إخباري أو جزء من عرض المعلومات جزئيًا أو كليًا على أساس العمليات الآلية، ويشيرون قدر الإمكان إلى المصادر التي يستند إليها العنصر. (مجلس الصحافة/بلجيكا)
- أي صورة اصطناعية يتم نشرها ستكون مصحوبة بعلامة واضحة توضح أصلها. ستذكر وسيلة الإيضاح نموذج الذكاء الاصطناعي المستخدم والتعليمات الرئيسية المقدمة له. (موقع **Heidi.news)**
- يجب تحديد النصوص والصور والعناصر الصوتية التي تم إنشاؤها بشكل كبير بواسطة الذكاء الاصطناعي بوضوح لإزالة أي شك حول طبيعة المعلومات المرسلة إلى الجمهور. يجب أن يتم دمج التعريف في المحتوى، ويجب ألا ينفصل عنه قدر الإمكان، لتجنب أي مشاركة دون تحديد الهوية. (مجلس الصحافة في كيبيك/كندا)
- يعد نشر المحتوى الذي تنتجه أدوات الذكاء الاصطناعي الخارجية، مثل ChatGPT أو Bing Chat أو Bard أو Midjourney أو Dall-E، دون الكشف عن المصدر، شكلاً من أشكال الانتحال ويشكل خداعًا تجاه قرائنا وبالتالي قد يؤدي إلى فرض عقوبات تأديبية. (صحيفة **La Presse)**
- من الضروري "تصنيف" المحتوى العام الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي التوليدي أو باستخدامه بشكل واضح، في حال: ١) تمت كتابة النصوص بشكل أساسي بواسطة الذكاء الاصطناعي، أو تمت ترجمتها بواسطة الذكاء الاصطناعي. ٢) تم إنشاء الصور التوضيحية بواسطة الذكاء الاصطناعي أو بمساعدته. ٣) تم إنشاء التسجيلات الصوتية جزئيًا بواسطة الذكاء الاصطناعي (على سبيل المثال: تركيب الصوت لإخفاء هوية الشهادة على سبيل المثال. شبكة **(France Médias Monde)**

- **مجالات الرقابة والإشراف البشري:**

سام ألتمان المدير التنفيذي لشركة "Open AI" التي طورت برنامج المحادثة " Chat GPT" خلال جلسة استماع أمام لجنة فرعية بمجلس الشيوخ الأميركي معنية بالخصوصية والتكنولوجيا والقانون في مايو ٢٠٢٣ دعا المشرّعين الأميركيين إلى تنظيم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي سريعة التقدم، موضحًا مخاوفه بشأن إمكانية تقديمها "معلومات مضللة تفاعلية"، وأقرّ بقدرتها على التلاعب قائلاً: "القدرة العامة لهذه النماذج على التلاعب والإقناع وتوفير نوع من التضليل التفاعلي هو أمر مثير للقلق بشكل كبير" .[٦٩]

في خضم هذه الشبكة المعقدة من التكنولوجيا، تظل الرقابة البشرية حاسمة. لا يتعلق الأمر فقط بالإشراف على الخوارزميات؛ إن الأمر يتعلق بتشابك القيم الإنسانية والأخلاق والخبرة مع منطق الآلة. إن ضمان هذا الانسجام ليس مجرد تحدٍ تقني بل هو تحدٍ مجتمعي، ويرسم الطريق إلى الأمام لدمج الذكاء الاصطناعي في عالمنا.[٧٠]

وما يؤكد هذا التحدي، كون روبوت المحادثة نموذج ذكاء اصطناعي عند الإجابة عن الأسئلة التي توجه إليه يجلب رأيه من مصادر متعددة دون أن يسمّي هذه المصادر، ولا يمكن هنا ضمان الموضوعية في هذه الإجابة ولا يمكن الاعتماد عليها إلاّ إذا قام الصحفي أو غيره

بالتحقق والتدقيق في هذه النتائج والمعلومات، وهو ما يؤكد أهمية الرقابة والإشراف البشري عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار، ووفقًا لـ Haley Kim(٢٠١٩)، فإن الفكرة الأكثر أهمية للاستخدام الأخلاقي لجميع التقنيات، بغض النظر عن المجال، هي إشراك الإنسان، أو ما يعرف بـ"الإنسان في الحلقة" " human in the loop"[٧١]. ولعل هذا ما دفع المؤسسات الإعلامية الدولية –عينة الدراسة- (٢٩ مؤسسة بنسبة ٨٠.٦% من إجمالي عدد المؤسسات) إلى الاهتمام بالدور المركزي للعنصر البشري في غرفة الأخبار في الإشراف والمراقبة عند استخدام تطبيقات وأدوات الذكاء الاصطناعي في توليد أو إنشاء المحتوى، وقد أكدت هذه المؤسسات في مبادئها التوجيهية على أن الذكاء الاصطناعي رغم أهميته في العمل الصحفي إلاّ أنه لا يمكن أن يكون بديلاً عن الإنسان كإجراء لضمان جودة هذا المحتوى وموافقته للقيم والمعايير المهنية، وذلك عبر مجموعة من البنود، نذكر منها على سبيل المثال:

- نحن لا نرى الذكاء الاصطناعي كبديل للصحفيين بأي شكل من الأشكال. يجب التعامل مع أي مخرجات من أداة الذكاء الاصطناعي التوليدية على أنها مادة مصدر لم يتم فحصها. في النهاية تقع على عاتق كل صحفي في AP أن يكون مسؤولاً عن دقة وعدالة المعلومات التي تتم مشاركتها مع عملائنا وجمهورنا. (وكالة أنباء أسوشيتد برس **(AP)**
- يجب ألا تحرم أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة فرق التحريري من السيطرة على الخط التحريري. (مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة **CDJM** فرنسا)
- تتحمل Aftonbladet المسؤولية عن كل ما ننشره على الموقع، بما في ذلك المواد التي يتم إنتاجها باستخدام الذكاء الاصطناعي أو أي تقنية أخرى أو تعتمد عليه. تتم مراجعة جميع المواد المنشورة من قبل أحد الأشخاص وتقع ضمن سلطة النشر لدى إدارة تحرير الصحيفة. (صحيفة **Aftonbladet**)
- موظفونا في Bavarian Broadcasting لا يمكن الاستغناء عنهم. يظل مبدأ الرقابة التحريرية إلزاميًا مع المحتوى الآلي. (هيئة الإذاعة البافارية)
- يجب مراقبة أي استخدام للذكاء الاصطناعي التوليدي أو الأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي بشكل نشط ويجب تقييم النتائج بشكل أكبر من خلال الإشراف التحريري البشري قبل استخدامها في محتوى .BBC(هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**)
- صحافة فاينانشال تايمز في عصر الذكاء الاصطناعي الجديد ستستمر في أن يكتبها ويحررها بشر هم الأفضل في مجالاتهم والذين يكرسون أنفسهم للإبلاغ عن العالم وتحليله كما هو بدقة وإنصاف. **(Financial Times)**
- يمكن لطاقم التحرير استخدام الذكاء الاصطناعي لتسهيل عملهم أو تحسينه، لكن الذكاء البشري يظل في قلب كل إنتاجنا التحريري. لن يتم نشر أي محتوى دون إشراف بشري مسبق. (موقع **Heidi.news**)
- يجب أن يخضع كل المحتوى الإعلامي الناتج عن الذكاء الاصطناعي إلى "مراجعة تحريرية بشرية" قبل نشره للجمهور. (مجلس الصحافة في كيبيك/كندا)
- يجب استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة لخدمة الصحفيين وغيرهم من موظفي غرف الأخبار، وليس كوسيلة لاستبدالهم. (صحيفة **La Presse**)

- لا يمكن للذكاء الاصطناعي بأي حال من الأحوال أن يحل محل البشر في إنتاجاتنا وإنجازاتنا الصحفية. (صحيفة **le Monde**)
- أدوات GenAI مثيرة ولكنها غير موثوقة حاليًا. لا مجال لعدم الموثوقية في صحافتنا، ولا في أعمالنا التسويقية والإبداعية والهندسية. على مستوى بسيط، هذا يعني أن استخدام GenAI يتطلب إشرافًا بشريًا. **(The Guardian)**
- القرار النهائي بشأن استخدام المنتجات القائمة على الذكاء الاصطناعي يتم اتخاذه من قبل الإنسان. نحن نحترم استقلالية الإنسان وأولوية القرارات البشرية. (وكالة الأنباء الألمانية **DPA**)
- تختار NPR إبقاء البشر في السيطرة بقوة. والحفاظ على هذه السيطرة يعني أننا نحافظ على معاييرنا الصحفية حتى مع إيجاد طرق لدمج الذكاء الاصطناعي العام في عملنا. (مؤسسة الإذاعة العمومية الوطنية **NPR**)
- حتى لو تغيرت المهام أو تم إلغاؤها بالكامل من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي، فلن يصبح الأشخاص في قسم التحرير زائدين عن الحاجة. وذلك لأن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في الصحافة يتطلب دائمًا وجهة نظر تحريرية لا يمكن الاستغناء عنها للصحفيين بشأن المحتوى الناتج كإجراء تصحيحي لضمان جودته والامتثال لالتزامات العناية الواجبة الصحفية. (جمعية الصحفيين الألمان **DJV**)
- إن الخبرة والحكم الذي يتمتع به صحفيونا هي مزايا تنافسية لا يمكن للآلات ببساطة أن تضاهيها، ونتوقع أن تصبح أكثر أهمية في عصر الذكاء الاصطناعي. **(New York Times)**
- يمكننا استخدام الذكاء الاصطناعي أو أنظمة مماثلة لدعم التحرير النهائي، بشرط أن يقوم الإنسان بعد ذلك بإجراء فحص نهائي. في سلسلة الإنتاج لدينا، نلتزم بالخط المطبق بالفعل وهو الإنسان>الآلة>الإنسان، حيث يبدأ التفكير وصنع القرار وينتهي بالبشر. (وكالة الأنباء العامة الهولندية **ANP**)
- لا تنس أبدًا أن البشر قادرون على إجراء تقييمات أخلاقية لا تستطيع الآلات القيام بها. (مجلس الصحافة في كاتالونيا)

- **آليات التعامل مع التحيز الخوارزمي:**

نشرت مفوضيّة الأمم المتّحدة السامية لحقوق الإنسان في منتصف سبتمبر ٢٠٢١، ضمن إطار عملها في مجال التكنولوجيا وحقوق الإنسان، تقريرًا يحلل كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي -بما في ذلك التصنيف وأتمتة عمليّة اتخاذ القرارات وغيرها من تكنولوجيات التعلم الآلي الأخرى- على حق الأشخاص في الخصوصية والحقوق الأخرى. ويوضح التقرير بالتفصيل كيف تعتمد أنظمة الذكاء الاصطناعي على مجموعات كبيرة من البيانات، تتضمّن معلومات حول الأفراد يتم جمعها ومشاركتها ودمجها وتحليلها بطرق متنوّعة ومبهمة في أغلب الأحيان. وقد تكون البيانات المستخدمة لإثراء أنظمة الذكاء الاصطناعي وتوجيها معيبة أو تمييزية أو قديمة أو لا تمتّ بصلة بالموضوع المطروح. ويولّد تخزين البيانات الطويل الأمد مخاطر معينة، حيث يمكن استغلال البيانات في المستقبل بطرق غير معروفة بعد في يومنا هذا.[٧٢]

كما أن الطبيعة التفاعلية للمنصات الرقمية تمكن التضليل من الانتشار من خلال مزيج من التوصيات الخوارزمية والمشاركة التي يقودها المستخدم، والتي غالبًا ما تعزز غرف الصدى echo chambers[٧٣]. والطريقة التي ينشأ بها المحتوى عبر نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي، ستكون خاضعة في الأصل إلى البيانات الأصلية التي تغذّت بها الشبكات العصبية الآلية لروبوتات المحادثة وغيرها من التطبيقات، فضلاً عن طرائق التعلم الآلي التي جرى وضعها لتوليد معلومات جديدة، هذه المعلومات أو الصور المولدة وغيرها من أشكال المحتوى ستكون تعبيرًا عمن وضعها في البداية بكل انحيازاته، ووجهات نظره وأفكاره، ثم ستكون تبريرًا آليًا عما تجده على شبكة الإنترنت أيًّا كان مصدره.[٧٤]

ولعل ذلك انعكس على المؤسسات الإعلامية الدولية، فقد كشف تحليل المبادئ التوجيهية الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار عن تضمين عدد من هذه المؤسسات الإعلامية في هذه مبادئها الإرشادية بنود تتعلق بآليات التعامل مع التحيز الخوارزمي، وأكدت على ضرورة إجراء المراجعة والتدقيق للمحتوى الذي يتم إنشاؤوه باستخدام الذكاء الاصطناعي للتأكد من عدم وجود أي تحيزات، وتمثّلت هذه البنود فيما يلي:

- إن النتائج التي تنتجها الذكاء الاصطناعي يتم تحديدها من خلال كل من الخوارزمية التي تقف وراءها والبيانات التي تم تدريبها عليها. وقد تؤدي كل من الخوارزمية وبيانات التدريب إلى إدخال تحيزات. يجب على أي استخدام مقترح لأي ذكاء اصطناعي أن يأخذ في الاعتبار ما إذا كانت هناك أي تحيزات متأصلة تؤثر على نشره من قبل هيئة الإذاعة البريطانية وبالتالي ما إذا كان أداة مناسبة. (هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**)
- يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي أيضًا أن تعكس تحيزات المصادر المستخدمة لتشغيلها. وبالتالي، من الضروري إجراء مراجعة والتحقق من صحة أي نتيجة تم الحصول عليها من أداة الذكاء الاصطناعي التوليدية قبل استخدامها للنشر. (صحيفة **La Presse)**
- قد يبدو GAI مستقلاً، لكنه نتاج بشر. وعلى هذا النحو، فإنه يشارك ويمكن أن يؤدي إلى تفاقم تحيزات أولئك الذين أنشأوه وبرمجوه بالإضافة إلى تحيزات المواد التي تم استخدامها لتدريبه. عندما نستخدمه، يجب أن نكون على اطلاع على هذه التحيزات تمامًا. (مؤسسة الإذاعة العمومية الوطنية **(NPR)**
- يجب أن يكون الصحفيون على دراية بأي تحيزات محتملة في المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي الذي يستخدمونه. يتعين عليهم التأكد من أن المحتوى الذي يستخدمونه لا يميز ضد أي فرد أو مجموعة على أساس العرق أو الإثنية أو الدين أو الجنس أو التوجه الجنسي أو أي سمة أخرى. صحيفة **(USA TODAY)**
- إن ما يسمى بفقاعات التصفية تخضع المستخدمين لنوع من التغليف الذهني، مع ما يترتب على ذلك من تراجع في الاستقلال الشخصي، والأسوأ من ذلك، التعددية. لذا، فمن المهم، عند تصميم خدمات التخصيص أو التوصية، التأكد من أن الأتمتة لا تخفي أو تحجب المعلومات ذات الأهمية العامة الأكبر. (مجلس الصحافة في كاتالونيا)

- **الهلوسة الرقمية وحقوق الملكية الفكرية:**

في عمليات الإنتاج اليومي في غرف الأخبار، يجمع الصحفيون المعلومات سواء من مصادر بشرية أو مصادر أخرى عبر الوكالات أو الإنترنت، وفيما يخص الأخيرة تحدث انتهاكات يومية بالمخالفة للمعايير المهنية بعدم النسب لهذه المصادر ونسخ وجمع المحتوى بكل أشكاله دون إعمال القواعد الأخلاقية وحقوق الملكية الفكرية للتعامل مع محتوى الغير، ومع الذكاء الاصطناعي التوليدي سيتضاعف الأمر في ظل ما تجمعه أدواته العملاقة من معلومات وصور وخلافه، ويتقاءها المرء دون أي ذكر للمصادر أو النسب إليها مما يهدد حقوق الملكية .[٧٥]

من ناحية أخرى، مع ظهور وانتشار نماذج اللغات الطبيعية الكبيرة (LLMs) التي تعتمد على التعلم الآلي، وما تقوم به هذه النماذج في بعض الأحيان من إنشاء مخرجات غير منطقية أو غير واقعية، سواء كانت نصوصًا أو صورًا أو غيرها من أشكال المحتوى، ظهر مصطلح "هلوسة الذكاء الاصطناعي" AI Hallucination، والذي يشير إلى تضمن النتائج تفاصيل خاطئة أو اختلاق معلومات بالكامل، أو الجمع بين المعلومات الخاطئة أو المضللة والمعلومات الحقيقية، وما يترتب عليه من تشويه معلوماتي من شأنه إلحاق الضرر بموثوقية المعلومات، ويمثل هذا الأمر خطورة بصفة خاصة في مجال الاستخدام الإعلامي لمخرجات هذه النماذج لما يتطلبه المحتوى الإعلامي من الدقة وموثوقية المعلومات، ومن ثم قد يتسبب في الإضرار بسمعة المؤسسة الإعلامية وفقدان المصداقية والموثوقية لدى القراء، فضلاً عن ما يمكن أن يترتب على ذلك من إشكالات قانونية وأخلاقية في حال تبيّن أن هذه النتائج غير صحيحة أو مضللة، وبناءً على ذلك ظهرت الحاجة إلى ضرورة أن يضطلع المسئولون في غرف الأخبار بمسؤولية التحقق الدقيق من مخرجات هذه الأنظمة كإجراء احتزاري للكشف عن أي "هلوسة محتملة" قبل نشرها.

في ضوء ما سبق، فقد اهتمت بعض المؤسسات الإعلامية والصحفية الدولية –عينة الدراسة- بهذا الأمر عند وضع المبادئ التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي، مع الإشارة إلى أن التحليل كشف ضعف هذا الاهتمام؛ حيث لم تتجاوز نسبة المؤسسات التي أبرزت موضوع الهلوسة الرقمية وحقوق الملكية الفكرية في مبادئها التوجيهية ٢٥% من إجمالي المؤسسات عينة الدراسة، وعلى كلٍّ، نذكر فيما يلي بعض الأمثلة على البنود التي سلطت الضوء على الهلوسة وحقوق الملكية الفكرية في المبادئ التوجيهية التي أخضعناها للتحليل في هذه الدراسة:

- يجب أن يأخذ أي استخدام مقترح للذكاء الاصطناعي التوليدي في الاعتبار احتمال أن يكون المحتوى المقدم على أنه دقيق، في الواقع، من صنع الخوارزمية ويكون "هلوسة" أو اختلاقًا لا أساس له من الصحة. يجب أن يأخذ أي استخدام للذكاء الاصطناعي في الاعتبار حقوق المواهب والمساهمين، مع السماح أيضًا بالاستخدام الإبداعي لأشكال التعبير الجديدة. (هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**)
- يمكن لنماذج الذكاء الاصطناعي اختلاق الحقائق -وهذا ما يشار إليه بـ"الهلوسة"- واختلاق المراجع والروابط. إذا تم التلاعب بها بشكل كافٍ، يمكن لنماذج الذكاء

الاصطناعي إنتاج صور ومقالات كاذبة تمامًا. كما أنها تكرر وجهات النظر المجتمعية القائمة، بما في ذلك التحيزات التاريخية. **(Financial Times)**

- نحن نحترم حقوق المبدعين ونضمن التعويض العادل. الأدوات المتاحة لنا الآن تسمح لنا بالتكيف والتعلم من التجارب عبر قطاعاتنا الإبداعية. سنبذل قصارى جهدنا لضمان تبني أفضل الممارسات من أجل احترام وحماية حقوق المبدعين. (هيئة البث العامة الوطنية في كندا)
- يجب على الصحفيين الامتثال للاعتبارات القانونية والأخلاقية للاستخدام العادل عند استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي. يجب عليهم التأكد من عدم انتهاكهم لحقوق الملكية الفكرية للآخرين. (صحيفة **USA TODAY**)
- يجب على مطوري ومشغلي وموزعي أنظمة الذكاء الاصطناعي احترام حقوق الملكية الفكرية، التي تحمي استثمارات أصحاب الحقوق في المحتوى الأصلي. وتشمل هذه الحقوق جميع حقوق الطبع والنشر المعمول بها، والحقوق الإضافية، وغيرها من الحماية القانونية. (رابطة ناشري الصحف الأوروبية **ENPA**)
- من المعروف أن الذكاء الاصطناعي التوليدي عرضة لاختراع الحقائق (المعروفة باسم "الهلوسة"). يجب على الصحفيين التحقق بعناية من الحقائق في النص الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي. لقد سهلت أدوات الذكاء الاصطناعي توليد المعلومات المضللة. يجب التحقق من الادعاءات المتداولة على وسائل التواصل الاجتماعي وأماكن أخرى بعناية أكبر من ذي قبل. (مجلس الصحافة في جنوب أفريقيا).

- **الخصوصية وحماية البيانات الشخصية:**

هناك مخاوف متعلقة بالخصوصية وأمن البيانات، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقوم بتجميع وتحليل كميات ضخمة من البيانات حول الأفراد والمجتمعات، مما يعرض سرية المعلومات الشخصية والبيانات الحساسة للخطر، في هذا الإطار، كشف التحليل عن اهتمام ١٣ مؤسسة إعلامية بنسبة ٣٦.١% من إجمالي عدد المؤسسات عينة الدراسة بالتأكيد على مبدأ الخصوصية وحماية البيانات الشخصية في مبادئها التوجيهية الخاصة بالذكاء الاصطناعي، عبر مجموعة من البنود، نذكر منها على سبيل المثال:

- نحث الموظفين على عدم وضع معلومات سرية أو حساسة في أدوات الذكاء الاصطناعي. (وكالة أنباء أسوشيتد برس **AP**)
- نحن نحمي مصادرنا ولا نقوم بتزويد منصات خارجية مثل ChatGPT بمعلومات حساسة أو خاصة. (صحيفة **Aftonbladet**)
- يمنع منعًا باتًا تقديم نصوص غير منشورة أو مواد صحفية سرية، مثل تسجيلات المقابلات أو الاجتماعات، لفتح مصادر الذكاء الاصطناعي التوليدي (أدوات خارجية)، حتى لا تغذي هذه الأدوات الخارجية وبالتالي تصبح علنية. (صحيفة **La Presse**)
- يجب على الصحفيين التأكد من أن استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي لا ينتهك حقوق الخصوصية للأفراد. يجب عليهم التأكد من جمع البيانات المستخدمة لإنشاء المحتوى واستخدامها وفقًا لقوانين حماية البيانات. (صحيفة **USA TODAY)**

- لا يُسمح لموظفينا بإدخال معلومات سرية أو أسرار تجارية أو بيانات شخصية لمصادر صحفية أو موظفين أو عملاء أو شركاء تجاريين أو أشخاص طبيعيين آخرين في أداة الذكاء الاصطناعي. (شركة **Ringier AG**)
- يجب أن يكون جمع واستخدام البيانات الشخصية في تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي والتدريب عليها واستخدامها قانونيًا مع الإفصاح الكامل للمستخدمين بطريقة يمكن فهمها بسهولة. (رابطة ناشري الصحف الأوروبية **ENPA**)
- يجب توخي الحذر الشديد عند نقل المعلومات إلى منصات خارجية (مثل ChatGPT) أو استخدام محتوى سري في أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية. وذلك لحماية المصادر والمعلومات الحساسة التي بحوزة الصحفيين. عندما تكون المعلومات أو البيانات السرية على المحك، يجب استخدام منصات آمنة ومخصصة، داخلية لـ .FMM (شبكة **France Médias Monde**)
- جمع البيانات الشخصية المطلوبة فقط، وجعلها مجهولة الهوية إذا لم تكن ذات صلة وحمايتها من سوء الاستخدام من قبل أطراف ثالثة. ينبغي اتخاذ جميع الاحتياطات اللازمة لحماية خصوصية الناس، مثل إخفاء هوية البيانات، وتخزين قواعد البيانات بشكل آمن، والحد من استخدامها وحفظها. (مجلس الصحافة في كاتالونيا)

- **تدريب الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي:**

موجة الابتكار التكنولوجي المقبلة لا تختلف عن سابقاتها، بمعنى أن نجاحها سيظل يعتمد على كيفية تطبيق الصحفيين للأدوات الجديدة. فالذكاء الاصطناعي صناعة بشرية، وكافة التأثيرات الأخلاقية والتحريرية والاقتصادية المرعية لدى إنتاج محتوى إخباري تقليدي لا تزال تطبّق على هذا العصر الجديد من الصحافة. وعلى الرغم من تنامي دخول الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة وغيرها من المجالات الإبداعية، ورغم المزايا العديدة التي يقدمها في هذا المجال، فإنه ما زال يواجه العديد من الصعوبات.[٧٦] من هذه الصعوبات، عدم اهتمام كثير من المؤسسات الإعلامية التي أسرعت إلى اللحاق بركب الذكاء الاصطناعي واعتمدت على تطبيقاته في غرف أخبارها بتأهيل وتدريب منتسبيها من المحررين ليكونوا جاهزين للاستخدام المسئول والأخلاقي للذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي اليومي، حيث إنه من متطلبات الاستثمار الأمثل لهذه التكنولوجيا داخل غرفة الأخبار فهم كيفية استخدامها بشكل مسئول يأخذ في اعتباره القيم والمعايير المهنية، كإجراء احترازي من الانزلاق في مخالفات مهنية قد تضر بسمعة المؤسسة الإعلامية.

وفي ضوء ذلك، وعلى الرغم من أهمية تنبّه المؤسسات الإعلامية لهذا الأمر والتخطيط بشكل واضح لكيفية تنمية قدرات محرريها ورفع كفاءتهم حول أفضل الطرق للاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية المهنية، إلاّ أن التحليل كشف عن ضعف الاهتمام بمسألة تدريب الصحفيين على الاستخدام الآمن والمسئول للذكاء الاصطناعي؛ حيث وجدنا ٢٥% فقط من إجمالي عينة الدراسة حرصت على تضمين بنود خاصة بالتدريب في مبادئها التوجيهية، نذكر فيما يلي نماذج من هذه البنود:

- يتعين على الصحفيين تلقي التدريب والتطوير الكافيين لاستخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي بشكل فعال وأخلاقي. ويجب أن يظلوا على اطلاع

بأحدث التطورات في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتداعياتها الأخلاقية. (صحيفة **USA TODAY)**

- يعد تدريب هيئة التحرير على قضايا وأدوات الذكاء الاصطناعي أمرًا ضروريًا للتخفيف من المخاطر المرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدي وتعزيز المساءلة والشفافية. ومن الضروري أيضًا الإبلاغ عن هذه المشكلات للجمهور. (شبكة **France Médias Monde)**
- ينبغي تدريب الموظفين على استخدام الذكاء الاصطناعي، لتمكينهم من التكيف مع المتطلبات التكنولوجية الجديدة. (مجلس الصحافة في جنوب أفريقيا)
- لا توجد معايير أخلاقية للتكنولوجيا في حد ذاتها. فالصحفيون وحدهم هم القادرون على طبع مبادئ الصحافة على المنتج. ولهذا السبب، من المهم أيضًا أن تكون قادرًا على مراقبة التكنولوجيا، وهذا يتطلب التدريب. الوصول إلى مستويات كافية من التدريب للجمع بين المعرفة التقنية وتطبيق المبادئ الأخلاقية. يحتاج الصحفيون إلى تدريب فني لمواكبة العمليات والوعي بالمخاطر التي تنطوي عليها. (مجلس الصحافة في كاتالونيا)
- التدريب والمهارات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي: تدريب وتأهيل المسؤولين عن اتخاذ القرارات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي. الاستثمار في التوعية والتواصل في غرف الأخبار حول ممارسات الذكاء الاصطناعي المقبولة. **(Mediahuis)**
- يجب أن يصبح التعامل مع الذكاء الاصطناعي جزءًا لا يتجزأ من تدريب الصحفيين وتعليمهم الإضافي. ويُطلب من شركات الإعلام إنشاء دورات تدريبية مناسبة. بالإضافة إلى الاستخدام والإمكانيات الناتجة (على سبيل المثال عند استخدامه في البحث)، يجب أن يكون محتوى هذه الدورات التعليمية في المقام الأول لزيادة الوعي بإساءة استخدام الذكاء الاصطناعي (على سبيل المثال لإنشاء مقاطع فيديو مزيفة) وخلق فرص للكشف عنها في العمل الصحفي اليومي. (جمعية الصحفيين الألمان **DJV)**
- سوف يتم توفير التدريب لصحافيينا على استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لاكتشاف القصص من خلال سلسلة من الدورات التدريبية الرئيسية. **(Financial Times)**
- يشجع المجلس الصحفيين وطاقم التحرير على التدريب على أدوات الذكاء الاصطناعي، لفهم ما ينتجونه بشكل أفضل أو لتحديد مخاطرهم وتحيزاتهم وحدودهم. (مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة **CDJM** فرنسا)

- **إمكانية تحديث المبادئ والإرشادات:**

حددت دراسة لموقع "مسار" (٢٠٢٤)[٧٧] بعنوان "تنظيم الذكاء الاصطناعي: مقاربات لضمان الاستخدام الآمن للتقنية" عدة ضوابط ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار عند إعداد أي من الأطر التنظيمية لضمان تعظيم العائد المرغوب فيه وتحجيم أيّة عواقب سلبية. من هذه الضوابط المراجعة الدورية والتحديث المستمر؛ فتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي هي مجال يتطور بسرعة عالية. ذلك يعني أن هناك دائمًا إمكانية أن تظهر تهديدات جديدة لم توضع في الحسبان سابقًا، أو يتضح أن أساليب وآليات بعينها لم تعد مجدية بالقدر الكافي. بناءً على ذلك، فإن أي إطار تنظيمي للذكاء الاصطناعي لابد أن يتضمن آليات لكل من المراجعة الدورية وإمكانية الاستجابة العاجلة لأي جديد لا يحتمل إرجاء التعامل معه. مثل تلك الآليات

قد تتضمن إنشاء مؤسسات متابعة دائمة أو ترتيب عمليات مراجعة جزئية أو شاملة بشكل دوري.

ومن الأهمية بمكان ألا تغفل المؤسسات الإعلامية التعامل مع الذكاء الاصطناعي باعتباره مجالاً سريع التطور والتغيير، ومن ثم، الاعتراف بضرورة المراجعة والتحديث المستمريْن للمبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية التي تعتمدها في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، في هذا الإطار، كشف التحليل اهتمام ما نسبته ٥٢.٨% من إجمالي عدد المؤسسات الإعلامية التي أخضعنا مبادئها التوجيهية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي للتحليل، ومع أن هذه النسبة غير كافية، إلاّ أننا نتوقع أن عدم تضمين باقي المؤسسات في مبادئها ما ينصّ على المراجعة والتحديث الدوري لهذه المبادئ ربما يعود إلى اعتقاد القائمين على هذه المؤسسات أن مسألة المراجعة والتحديث أمر منطقي لا يحتاج الاعتراف به إلى تضمينه كبند في وثيقة المبادئ والإرشادات.. وفيما يلي نذكر بعض النماذج من البنود التي أوردتها المؤسسات الإعلامية في المبادئ التوجيهية -عينة الدراسة- فيما يتعلق بإمكانية تحديث المبادئ والإرشادات، مع الإشارة إلى أن المؤسسات حينما ذكرت أن قواعد استخدام الذكاء الاصطناعي ستخضع للتحديث، أوضحت مبرر هذا الأمر كما سيتضح من النماذج على النحو التالي:

- قد يتم تحديث وثيقة توصيات CDJM هذه، نظرًا للتطور المتسارع للممارسات والتفكير حول هذا الموضوع. (مجلس أخلاقيات الصحافة والوساطة **CDJM** فرنسا)
- قد يتم تحديث السياسة بما يتماشى مع التطورات. (صحيفة **Aftonbladet)**
- مع تغير الخبرة والتخصص والتكنولوجيا، سيتم تحديث هذه الإرشادات بانتظام. (هيئة الإذاعة البريطانية **BBC**)
- مع تطور الذكاء الاصطناعي بسرعة كبيرة، من الأهمية بمكان أن نعتمد إرشادات واضحة لاستخدامه، حتى مع احتمال تطور هذه التوجيهات بمرور الوقت. (هيئة البث العامة الوطنية في كندا)
- نظراً للسرعة المذهلة للتقدم التكنولوجي في مجال الذكاء الاصطناعي، فإن هذه المبادئ التوجيهية تخضع بالضرورة للتعديل في المستقبل. (صحيفة **La Presse**)
- نحن نعتبر هذه المبادئ التوجيهية بمثابة "وثيقة حية" سنقوم بتعديلها وتحديثها باستمرار بناءً على ردود الفعل من صحفيينا، ومن قرائنا ومن تصوراتنا لاحتياجاتنا المتغيرة. **(The Washington Post)**
- تستجيب ANP للطرق المحتملة التي يمكن للذكاء الاصطناعي -مثل الأتمتة السابقة- من خلالها تغيير العمل الصحفي. إنها وثيقة حية يمكن لرئيس التحرير تعديلها عندما تتطلب التطورات ذلك. (وكالة الأنباء العامة الهولندية **ANP**)
- تستند هذه المبادئ إلى فهمنا لهذه الأنظمة والتقنيات كما يتم استخدامها حاليًا. وبالتالي قد يتم تعديلها مع تطور هذه التقنيات والاستخدامات. (تحالف وسائل الإعلام الإخبارية **The News/Media Alliance)**
- ستتم مراجعة هذه الوثيقة بشكل دوري، مع الأخذ بعين الاعتبار التطورات التكنولوجية والقانونية بشكل خاص. (شبكة **France Médias Monde**)

- **نطاق تطبيق الإرشادات داخل المؤسسة:**

كشف تحليل المبادئ التوجيهية الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية الدولية –عينة الدراسة- عن عدم اهتمام هذه المؤسسات بتحديد نطاق تطبيق هذه الإرشادات داخل المؤسسة، باستثناء صحيفة **La Presse** الفرنسية، فهي المؤسسة الوحيدة التي حرصت على تضمين هذا الأمر في وثيقة مبادئها الإرشادية، حيث تضمن أحد بنودها:" تنطبق هذه المبادئ التوجيهية على جميع أعضاء فريق العمل في غرفة الأخبار في La Presse، أي أعضاء قسم المعلومات والصحفيين من خدمات المعلومات، بما في ذلك الصحفيين في المكتب ومصممي الجرافيك والمصورين ومصوري الفيديو وكذلك جميع المتعاونين والمتدربين في La Presse.

- **آليات تطبيق المبادئ التوجيهية داخل غرف الأخبار:**

على الرغم من اعتراف كثير من المؤسسات الإعلامية –عينة الدراسة- بأهمية الرقابة والإشراف البشري على المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وهو أمر ضروري وحيوي لضمان الاستخدام الآمن لهذه التطبيقات، إلاّ أن هذه المؤسسات أغفلت أو لم تهتم في مبادئها التوجيهية بتحديد آليات معينة لضمان تنفيذ المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي داخل غرفة الأخبار، وكان ينبغي لهذه المؤسسات أن تنصّ في مبادئها التوجيهية على وجه التحديد من هو المسؤول داخلها عن الإشراف على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومتابعة تنفيذ ما تتضمنه هذه المبادئ والإرشادات، ومن ثم محاسبة من يخالفها، وذلك باستثناء ثلاث مؤسسات إعلامية فقط من المؤسسات عينة الدراسة، هي التي اهتمت بتحديد مسئولين داخل غرفة الأخبار، وهي: مجلس الصحافة/ بلجيكا، وجمعية الصحفيين الألمان **DJV**، ومؤسسة **Mediahuis**، وفيما يلي نذكر البنود الخاصة بآليات تطبيق المبادئ التوجيهية داخل غرف الأخبار كما أوردتها هذه المؤسسات في وثائقها:

- يجب على شركات الإعلام تعيين ممثلين سيقارنون ممارسة استخدام الذكاء الاصطناعي داخليًا بالقواعد المعمول بها، مثل مدونة قواعد السلوك المستقبلية بشأن الذكاء الاصطناعي، والذين سيعملون أيضًا كأشخاص اتصال في حالة الشكاوى. (جمعية الصحفيين الألمان **DJV**)
- تعيين جهة اتصال رئيسية للأسئلة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والمراقبة في غرفة الأخبار. **(Mediahuis)**
- يمكن أن يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا في جمع وتحرير وإنتاج وتوزيع المواد الإخبارية، مثل المقالات والتقارير والرسوم التوضيحية والرسوم البيانية وما إلى ذلك. وتلعب الاختيارات التحريرية دورًا في مثل هذه العمليات المؤتمتة جزئيًا أو كليًا. ويجب أن تتوافق هذه الاختيارات مع مبادئ المدونة. ويكون المحررون مسؤولين عن هذه الاختيارات التحريرية، وتقع المسؤولية النهائية على عاتق رئيس التحرير. يضمن رئيس التحرير مبادئ المدونة عند تطوير الأنظمة التي تعتمد جزئيًا أو كليًا على الذكاء الاصطناعي. ويقوم بمراقبة تطبيق وتنفيذ هذه المبادئ فيما يتعلق بمطوري النظام. وهو

مسؤولة في جميع الأوقات عن المعلومات المقدمة، بغض النظر عن طريقة إنتاجها وبغض النظر عن القناة أو الشكل الذي يتم تقديمها به. (مجلس الصحافة بلجيكا)

خاتمة الدراسة:

لعل من المتطلبات الضرورية صياغة قانون لتنظيم الذكاء الاصطناعي في كل المجالات سواء من حيث الاستخدامات أو التطوير من قبل الشركات؛ نظرًا لتقاطعه مع العديد من القوانين سواء القوانين المنظمة لأنشطة الشركات العاملة على تطوير الذكاء الاصطناعي من جهة أو القوانين اللازمة لتنظيم استخداماته أو التعامل مع مخرجاته، ولعل أبرز أمثلة تلك القوانين: قانون حرية تداول البيانات والمعلومات كمتطلب رئيس يسهم في الحد من مخاطر الاستخدام غير الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في مجالات صنع المحتوى الرقمي المنشور وغير المنشور.[٧٨]

وتنبغي الإشارة هنا إلى أن عدالة مجتمع المعلومات لا تتحقق بواسطة القانون وحده، ولكن من خلال الفضائل والقيم والأخلاقيات العامة[٧٩]. وفي هذا الإطار استهدفت هذه الدراسة رصد الاتجاهات العالمية في التنظيم الذاتي لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية من خلال تحليل وثائق المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الصادرة عن عينة من المؤسسات الإعلامية الدولية بشأن ضبط وتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، بغية الوصول إلى صياغة وتقديم تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية تنظم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في مصر والعالم العربي، استرشادًا بتجارب المؤسسات الإعلامية الدولية في هذا الشأن.

ومن خلال رصد وتحليل الاتجاهات السائدة والموضوعات الرئيسية في المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الخاصة بالذكاء الاصطناعي والصادرة عن ٣٦ مؤسسة إعلامية وصحفية في عدد من دول العالم، تم الكشف عن توافق هذه المؤسسات في مبادئها التوجيهية حول التأكيد على أهمية التعامل مع هذا الوافد الجديد إلى غرف الأخبار وهو الذكاء الاصطناعي، ومحاولة تعظيم الاستفادة من إيجابياته وتجنب مخاطره المحتملة من خلال وضع وإقرار مبادئ توجيهية وقواعد إرشادية توضح وتشرح كيفية الاستخدام الآمن والمسئول لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية.

عبّرت المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية عينة الدراسة عن اتجاه عام لدى المؤسسات الإعلامية الدولية حول ضرورة الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، من خلال التأكيد على أهمية مراعاة القيم التحريرية والمبادئ المتعارف عليها في المواثيق الخاصة بالممارسات الصحفية الأخلاقية، وقد اتضح ذلك في الأهداف التي أوردتها المؤسسات الإعلامية عينة الدراسة كبنود تمهيدية في مبادئها التوجيهية بشأن الذكاء الاصطناعي، وعلى رأسها البقاء على صلة بالمشهد الإعلامي المتغير بسرعة والتعامل مع تحديات الذكاء الاصطناعي بما في ذلك التحديات الأخلاقية، كما انعكس هذا التوافق على طبيعة القيم التي أكدت عليها المبادئ التوجيهية وفي مقدمتها قيم الدقة والصدق والحياد والنزاهة والشمولية والتنوع ومراعاة الخصوصية وحماية المصادر....إلخ.

كما كشف التحليل عن أن التأكيد على أهمية الإشراف البشري على استخدام الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار كان من بين الموضوعات الأكثر بروزًا في المبادئ التوجيهية التي وضعتها المؤسسات الإعلامية الدولية لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي وأدواته في العمل الصحفي بكل مراحله في ضوء اعتراف هذه المؤسسات بمحورية دور العنصر البشري الذي لا يمكن الاستغناء عنه في غرفة الأخبار، وربما يمثل ذلك الاعتراف رسالة طمأنة لكثير من الصحفيين الذين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي على أنه يهدد وجودهم في المهنة عبر تأكيد كثير من هذه المؤسسات على أن سلسلة التفكير واتخاذ القرار داخل غرفة الأخبار تبدأ وتنتهي مع البشر، وأن دور الذكاء الاصطناعي بمثابة أداة لتعزيز كفاءة المحررين البشريين ودعمهم في الأداء المهني ولا يمكن أن تكون بديلاً عنهم، إلى جانب ذلك، برز في المبادئ التوجيهية أحد المخاوف الأساسية المحتملة وهو التحيز الخوارزمي الناتج عن معلومات غير منضبطة وما يمكن تسميته "الهلوسات الرقمية" التي تؤدي بدورها إلى تآكل مصداقية الصحافة وفقدان ثقة القراء بها، ومن ثم تسليط الضوء عليها في المبادئ التوجيهية مع بيان آليات التعامل مع هذا التحيز الخوارزمي المحتمل.

ونظرًا لأهمية الشفافية في تعزيز وتقوية العلاقة المبنية على الثقة بين المؤسسة الإعلامية وجمهورها، حظيت الشفافية كمبدأ توجيهي على اهتمام مناسب في وثائق المبادئ الإرشادية التي خضعت للتحليل، مع بيان آليات تطبيق الشفافية في المحتوى الذي يتم إنشاؤه باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلى رأسها إعلام القراء بشكل واضح عندما يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى الصحفي، كما أكدت المؤسسات الإعلامية الدولية عبر مبادئها التوجيهية على احترام الخصوصية وضمان سرية البيانات الشخصية من خلال حظر إدخال المعلومات السرية أو الأسرار التجارية أو البيانات الشخصية في أدوات الذكاء الاصطناعي.

على الجانب الآخر، أغفلت المؤسسات الإعلامية الدولية في مبادئها التوجيهية تحديد نطاق تطبيق الإرشادات داخل المؤسسة، وكذلك آليات تطبيق المبادئ التوجيهية داخل غرف الأخبار التي تضمن فاعلية هذه المبادئ من خلال تكوين أو تخصيص فريق داخل غرفة الأخبار تكون مهمته متابعة تنفيذ المعايير والإرشادات الواردة في هذه المبادئ التوجيهية.

في الختام، لا يفوتنا أن نؤكد على أهمية تبنّي المؤسسات الإعلامية للذكاء الاصطناعي بأدواته وتطبيقاته داخل غرف أخبارها، على أن يكون هذا التبني مدفوعًا بسياسة واضحة تتمثل في الاستخدام الهادف لهذه التطبيقات وليس مجرد مجاراة للمؤسسات الأخرى أو لمجرد تجربة كل ماهو جديد في التكنولوجيا المرتبطة بالعمل الصحفي والإعلامي، لأن ذلك الاستخدام غير المخطط ستكون مساوئه أكبر من منافعه. نؤكد أيضًا على أن وضع وإقرار مبادئ توجيهية خاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار لا يمثل العصا السحرية للتعامل مع المخاوف والتحديات التي يثيرها الذكاء الاصطناعي، وإنما يمكن لهذه المبادئ –حال الالتزام بها- أن تسهم في ضمان الاستخدام المسئول والأخلاقي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية.

التصور المقترح لوثيقة مبادئ توجيهية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار المصرية والعربية

بعد رصد وتحليل ما يتعلق بالتنظيم الذاتي لاستخدام الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الإعلامية الدولية، يمكن للباحث -كمُخرَج تطبيقي لهذه الدراسة- تقديم تصور مقترح لوثيقة مبادئ توجيهية يمكن أن تسهم –بعد مناقشتها وتقويمها من جانب الجهات ذات الاختصاص- في ضبط وتنظيم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأدواته داخل غرف الأخبار المصرية والعربية. وتعد هذه الوثيقة المقترحة ثمرة اطلاع الباحث على مجموعة من تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية في مجال ضبط وتنظيم الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية، مع التأكيد على أن هذه الوثيقة مجرد "تصور مقترح" قابل لكل أنواع التطوير والتعديل بما يضمن قابليتها للاعتماد والتطبيق من قبل المؤسسات الصحفية والإعلامية في مصر والعالم العربي، وتحاول هذه الوثيقة بما تتضمنه من قواعد ومعايير إرشادية توفير مصادر لمساعدة الصحفيين وفرق العمل داخل غرف الأخبار على اتخاذ قرارات أخلاقية أفضل، لأنفسهم، وللمؤسسة وللمجتمع عند الاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية.

نطاق تطبيق وثيقة المبادئ التوجيهية المقترحة:

تطبق القواعد والمعايير الإرشادية الواردة بهذه الوثيقة على كافة الصحفيين العاملين في كافة أقسام المؤسسة، وفي مختلف جوانب العمل الصحفي داخل غرفة الأخبار، وسواء كانوا معينين في المؤسسة أو منتدبين ومتعاملين معها من الخارج.

ويدعو الباحث إدارة المؤسسة لاعتبار هذه المبادئ والمعايير جزءًا من السياسة التحريرية للمؤسسة، وتعميمها على جميع العاملين لديها على اختلاف المستويات التحريرية والإدارية، كما يقترح الباحث تشكيل لجنة داخل المؤسسة تكون مهمتها متابعة تطبيق هذه المبادئ والمعايير، ولديهم كافة الصلاحيات لضمان ذلك.

الصيغة المقترحة لوثيقة المبادئ التوجيهية:

(دليل الممارسات الجيدة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في النشاط الصحفي)

ديباجة: مع هذا الانصهار اليومي للذكاء الاصطناعى فى العمل الصحفي، أصبحت هناك حاجة ملحة إلى وضع المبادئ التوجيهية والقواعد الإرشادية الأخلاقية التي تنظم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، بحيث تهدف إلى ضمان مواكبة التطورات المتلاحقة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وفي الوقت نفسه تضمن الاستخدام المسئول والمهني لهذه التطبيقات. وستدخل هذه المبادئ التوجيهية حيز التنفيذ بمجرد نشرها وستتم مراجعتها وتحديثها بانتظام وفقًا لما تتطلبه الطبيعة المتسارعة للذكاء الاصطناعي.

تهدف هذه الإرشادات إلى توضيح كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي من قبل فريق التحرير بالمؤسسة، بطريقة تتفق مع القيم التحريرية العامة للمؤسسة والمهنة، ومن أجل تقديم

ممارسة مهنية مسئولة، يحرص كل العاملين في المؤسسة في كل الإصدارات المرتبطة بها على الالتزام بالمعايير والمبادئ التالية:

(١):المساءلة والمسؤولية Accountability &Responsibility:

١/١- المؤسسة مسؤولة عن كل ما تنشره على الموقع، بما في ذلك المواد التي يتم إنتاجها باستخدام الذكاء الاصطناعي أو أي تقنية أخرى أو بناءً عليها وتقع تحت سلطة النشر لدينا.

٢/١-إدارة التحرير بالمؤسسة يجب أن تصدر موافقة منظمة للمحتوى الصحفي عندما يتعلق الأمر بالذكاء الاصطناعي.

٣/١- يجب على مديري التحرير بالمؤسسة التأكد من أنهم على دراية بأي استخدام للذكاء الاصطناعي من قبل فرقهم وإدارته بشكل فعال.

٤/١- إن جمهورنا يجب أن يثق في أننا مسئولون عن دقة كل قصة ننشرها ونزاهتها وأصالتها وجودتها.

٥/١- استخدامنا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل مسئول وهادف وليس مجرد الفضول. لا تعد التكنولوجيا غاية في حد ذاتها داخل مؤسستنا. بل يجب أن تساعدنا على تحقيق هدف أسمى وهو تقديم صحافة جيدة.

(٢): الاستخدم المسموح به Permitted Use:

نحن منفتحون على الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي في الأغراض المختلفة داخل غرفة الأخبار، يجب وأن يكون أي استخدام للذكاء الاصطناعي من قبل المحررين في إنشاء أو تقديم أو توزيع المحتوى متوافقًا مع القيم المهنية، بما في ذلك مبادئ الحياد والدقة والإنصاف والخصوصية، ويجب أن يظل الاستخدام تحت المسؤولية المباشرة للمحررين، مع مراعاة أن يكون الاستخدام في الأغراض التالية على سبيل المثال:

١/٢- التحقق من القواعد النحوية/الإملائية.

٢/٢- الترجمة الآلية للمعلومات والبيانات والمقالات ..إلخ المنشورة بلغات أخرى غير العربية. مع ضرورة مراجعتها وتدقيقها من قبل المحرر أو متخصص قبل استخدامها في القصة الصحفية.

٣/٢-إنشاء ملخصات للمقالات أو القصص أو العناصر السمعية والبصرية.

٤/٢-اقتراح عناوين لبعض القصص، على أن تتم مراجعتها من قبل المحرر وتحريرها حسب الضرورة قبل النشر.

٥/٢-العصف الذهني للموضوعات النصية وأفكار للقصص/أسئلة مقابلة.

٦/٢- الاستخدامات المذكورة أعلاه لا تشكل قائمة شاملة لما تسمح به المؤسسة. من الضروري التحقق من صحة أي استخدام آخر مخطط له للذكاء الاصطناعي التوليدي مع إدارة التحرير.

(٣):**محاذير الاستخدام Forbidden Use**:

١/٣- لا ينبغي استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنتاج محتوى إخباري مباشر مرتبط بالشئون الجارية. يمكن اعتبار الأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي للاستخدام كجزء من عملية الإنتاج حيث لا تقوم بإنشاء محتوى للنشر بشكل مباشر ولكنها توفر معلومات أو رؤى أو تحليلات قد تساعد في هذه العملية.

٢/٣- لا نتلاعب أو نشوه الصور الإخبارية، سواء بمساعدة الذكاء الاصطناعي أو أي تكنولوجيا أخرى.

٣/٣- لا يمكن نشر المحتوى الذي تم إنشاؤه بالكامل بواسطة أدوات الذكاء الاصطناعي أو توزيعه دون مراقبة تحريرية. يتحمل المحرر وإدارة التحرير مسؤولية هذا المحتوى.

٤/٣- لا يستخدم الصحفي أدوات الذكاء الاصطناعي لإنتاج صور أو أصوات أو مقاطع فيديو قد تؤدي واقعيتها إلى تضليل الجمهور أو تركه في حالة من الغموض، وذلك من خلال تقديم معلومات مخالفة لحقائق الواقع.

٥/٣-ومع ذلك، إذا كانت الصورة أو الرسم التوضيحي أو غير ذلك من محتوى تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي هو موضوع قصة إخبارية، فيمكن استخدامه طالما تم تصنيفه بوضوح على هذا النحو في التسمية التوضيحية.

٦/٣- يُحظر الاعتماد على ملخصات المستندات التي تنتجها أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي الخارجية كمصدر للمعلومات، دون قراءة المستندات كاملة.

(٤):**الخصوصية وسرية البيانات الشخصية Privacy and confidentiality of personal data**

١/٤- نحن ملتزمون بحماية مصادرنا ولا تغذي المنصات الخارجية مثل ChatGPT بمعلومات حساسة أو خاصة لأي سببٍ كان.

٢/٤- يُحظر تقديم نصوص غير منشورة أو مواد صحفية سرية، مثل تسجيلات المقابلات أو الاجتماعات، إلى أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي الخارجية.

٣/٤- سنعطي الأولوية للأمان والخصوصية في استخدامنا للبيانات وخلال تصميم وتطوير ونشر المحتوى الصحفي وخدمات الذكاء الاصطناعي.

٤/٤- يجب على الصحفي التأكد من أن استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي لا ينتهك حقوق الخصوصية للأفراد.

٥/٤-يجب أن نمتثل للقوانين والمعايير المتعلقة بالخصوصية والحصول على موافقة المستخدم عند الحاجة قبل استخدام المعلومات الشخصية.

٦/٤- قد تُستخدم البيانات الشخصية في تطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي، وينبغي على الصحفي أن يحرص على عدم انتهاك الحقوق والتشريعات ذات الصلة (مثل قانون حماية البيانات الشخصية).

(٥):**الدقة والمصداقية: Accuracy & reliability**

١/٥- إذا أنتج المحرر معلومات غير دقيقة، فهو مسئول عنها، حتى لو كان عدم الدقة هذا ناتجًا عن استخدامه لنماذج الذكاء الاصطناعي.

٢/٥- يجب أن نتعامل مع النصوص والفيديو والصور والصوت وأي محتوى آخر الذي تم إنشاؤه بمساعدة الذكاء الاصطناعي بنفس الطريقة التي نتعامل بها مع مصادر المعلومات الأخرى.

٣/٥- يجب تحديد مصدر المحتوى الأصلي، وإجراء بحث عكسي عن الصور للمساعدة في التحقق من أصل الصورة، والتحقق من التقارير ذات المحتوى المشابه من وسائل الإعلام الموثوقة.

٤/٥- إذا كان لدى الصحفي أي شك حول صحة المادة، فيجب عليه عدم استخدامها.

٥/٥- يجب عدم النظر إلى أدوات الذكاء الاصطناعي كمصدر وحيد للمعلومات.

٦/٥-نحن نستخدم دائمًا مصادر متعددة لتأكيد الحقائق والتحقق من صحتها.

٧/٥- لقد سهلت أدوات الذكاء الاصطناعي توليد المعلومات المضللة. لذلك، يجب على الصحفي توخي الحذر والاجتهاد اللازمين لضمان أن المعلومات الواردة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي كـChatGpt أو غيره من مصادر أخرى خالية من المحتوى الناتج عن "هلوسة" الذكاء الاصطناعي AI Hallucination.

(٦):**الشفافية Transparency**:

١/٦- يعد نشر المحتوى الذي تنتجه أدوات الذكاء الاصطناعي الخارجية، مثل ChatGPT أو Bing Chat أو Bard أو Midjourney أو Dall-E، دون الكشف عن المصدر، شكلاً من أشكال الانتحال.

٢/٦- جميع الصور، سواء الصور المتحركة أو الصور الثابتة أو الرسوم التوضيحية، التي يتم نشرها على موقع المؤسسة يتم التقاطها بواسطة المصورين لدينا، وفي الحالات التي ننشر فيها صورًا تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي، سيتم ذكر ذلك بوضوح.

٣/٦- يجب إعلام الجمهور عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج أي محتوى سواء نص أو صورة أو فيديو. وذلك من أجل الحفاظ على نزاهة وسمعة المؤسسة لدى جمهورها.

٤/٦- يجب تحديد النصوص والصور والعناصر الصوتية التي تم إنشاؤها بشكل كبير بواسطة الذكاء الاصطناعي بوضوح لإزالة أي شك حول طبيعة المعلومات المقدمة إلى الجمهور.

(٧):**التحيز الخوارزمي Algorithmic Bias**:

١/٧- قد يؤدي استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات إلى مخرجات تحريرية مختلفة أو غير مناسبة اعتمادًا على الخوارزمية المحددة والبيانات التي تم تدريبها عليها. وقد تؤدي كل من الخوارزمية وبيانات التدريب إلى إدخال تحيزات. يجب على أي استخدام مقترح لأي ذكاء اصطناعي أن يأخذ في الاعتبار ما إذا كانت هناك أي تحيزات متأصلة تؤثر على نشره.

٢/٧- يجب مراقبة أي استخدام للذكاء الاصطناعي التوليدي بشكل نشط. ويجب تقييم النتائج بشكل أكبر من خلال الإشراف التحريري البشري قبل استخدامها في المحتوى.

٣/٧- إن تخصيص المحتوى والتوصية به من خلال الذكاء الاصطناعي يدعم التنوع وسلامة المعلومات. ينبغي أن يسترشد استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي للتخصيص التلقائي للمحتوى والتوصية به بأخلاقيات الصحافة.

(٨):**الرقابة التحريرية Editorial Control**:

١/٨- يجب أن تظل غرفة الأخبار لدينا أيضًا مركزًا للإبداع والابتكار. لذلك، نحن لا نرى الذكاء الاصطناعي كبديل للصحفيين بأي شكل من الأشكال. إن الخبرة المهنية والإبداعية التي يتمتع بها صحفيونا هي مزايا تنافسية لا يمكن للآلات أن تضاهيها.

٢/٨- تستخدم المؤسسة الذكاء الاصطناعي فقط تحت إشراف بشري. وتضمن المؤسسة إجراء المراجعة التحريرية بواسطة الإنسان على أي محتوى يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي قبل نشره للجمهور. حيث يظل مبدأ الرقابة التحريرية إلزاميًا مع المحتوى الآلي.

٣/٨- تحذر الصفحة الرئيسية لـChatGPT من أن الأداة قد تنتج أحيانًا معلومات غير صحيحة. لذلك، لن ننشر أبدًا محتوى تم إنشاؤه بمساعدة الذكاء الاصطناعي دون إشراف بشري أو تحقق وموافقة. نلتزم بالخط المطبق بالفعل وهو الإنسان>الآلة>الإنسان، حيث يبدأ التفكير وصنع القرار وينتهي بالبشر.

(٩):**حقوق الملكية الفكرية :Intellectual property rights**

١/٩- سنبذل قصارى جهدنا لضمان تبني أفضل الممارسات من أجل احترام وحماية حقوق الملكية الفكرية للآخرين. فضلاً عن القيود أو الحدود التعاقدية التي يفرضها الناشرون على الوصول إلى محتواهم واستخدامه.

٢/٩- يجب على الصحفيين الامتثال للاعتبارات القانونية والأخلاقية للاستخدام العادل عند استخدام المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي. يجب عليهم التأكد من عدم انتهاكهم لحقوق الملكية الفكرية للآخرين.

(١٠):**التدريب Training**:

١/١٠-تشجع المؤسسة صحفييها على البقاء على اطلاع بالتطورات في أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتفكير في القضايا الأخلاقية التي تثيرها ومشاركة أفكارهم في هذا الصدد مع زملائهم والإدارة.

٢/١٠- يعد تدريب هيئة التحرير على قضايا وأدوات الذكاء الاصطناعي أمرًا ضروريًا للتخفيف من المخاطر المرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدي وتعزيز المساءلة والشفافية.

٣/١٠- لضمان الاستخدام الآمن لأدوات الذكاء الاصطناعي، تشجع المؤسسة الصحفيين وفريق التحرير على التدريب على أدوات الذكاء الاصطناعي، لتحقيق فهم أفضل لهذه الأدوات بشكل يضمن حسن استثمارها وتجنب مخاطرها.

٤/١٠-يجب أن يصبح التعامل مع الذكاء الاصطناعي جزءًا لا يتجزأ من تدريب الصحفيين وتعليمهم الإضافي من خلال دورات تدريبية مناسبة.

نعتقد أن هذه المبادئ التوجيهية ستستهم في توفير الأسس الصحيحة لتبنّي ذكاء اصطناعي جدير بالثقة وتقديم محتوى صحفي مفيد لجمهورنا في إطار أخلاقيات الممارسة الصحفية المهنية

مراجع الدراسة:

[1] Hannes Cools et al.: Where exactly between utopia and dystopia? A framing analysis of AI and automation in US newspapers, ***Journalism***, Vol 25, Issue 1, 2022, https://doi.org/10.1177/14648849221122647

[٢] موقع مسار: تنظيم الذكاء الاصطناعي: مقاربات لضمان الاستخدام الآمن للتقنية، بتاريخ ١ أبريل ٢٠٢٤، عبر الرابط التالي: https://masaar.net/ar.

[3] Inga Ulnicane et al.: Framing governance for a contested emerging technology: Insights from AI policy. ***Policy and Society***, Vol 40, Issue 2, 2021, pp: 158–177, https://doi.org/10.1080/14494035.2020.1855800

[4] Mathias‐Felipe de‐Lima‐Santos et al.: Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media, ***AI & SOCIETY***, 13 May 2024, https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5

[5] [Colin Porlezza: Promoting responsible AI: A European perspective on the governance of artificial intelligence in media and journalism, ***Communications***, June, 2023, pp: 370-394. https://doi.org/10.1515/commun-2022-0091

[6] [Waleed ALI, Mohamed Hassoun: Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities, ***International Journal of Media, Journalism and Mass Communications***,5(1), 2019, pp: 40-49, doi:dx.doi.org/10.20431/2454-9479.0501004

[٧] سكاي نيوز عربية– أبوظبي: لماذا تبزغ أهمية "القواعد التنظيمية للذكاء الاصطناعي"؟، ١٦ أكتوبر ٢٠٢٣، عبر الرابط التالي: https://www.skynewsarabia.com/business/١٦٦٢٣٤٩

[٨] موقع مسار: تنظيم الذكاء الاصطناعي: مقاربات لضمان الاستخدام الآمن للتقنية، مرجع سابق.

[٩] مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء: الإطار التشريعي للذكاء الاصطناعي، دراسات وأوراق سياسات، ٢٩ يوليو ٢٠٢٤، عبر الرابط التالي:
https://idsc.gov.eg/upload/DocumentLibrary/AttachmentA/10383/3.pdf

[10] Gene Foreman et al.: The Ethical Journalist: Making Responsible Decisions in the Digital Age, John Wiley & Sons, 3rd Edition, 2022.

[11] Adeline Hulin and Mike Stone: The Online Media Self-Regulation Guidebook, OSCE Representative on Freedom of the Media, Vienna, 2013, P: 45.

[12] Ibid: P: 77.

[13] Radu Mîrza: Regulation and Self-Regulation: Two Pieces of the Puzzle for a Healthy Media Landscape in Moldova, ***Media Forward***, No. 15, September 2021, https://freedomhouse.org/sites/default/files/2021-09/MEDIA-M-No%2015-Regulation-and-Self-Regulation.pdf

[14] Miklós Haraszti: The merits of media self-regulation: Balancing rights and responsibilities, ***In:*** Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE): The Media Self-Regulation Guidebook: All questions and answers , Vienna, Austria, 2008, p: 11.

[15] Radu Mîrza: Regulation and Self-Regulation: Two Pieces of the Puzzle for a Healthy Media Landscape in Moldova, Op Cit.

[16] Yavuz Baydar: Setting up a journalistic code of ethics The core of media self-regulation, ***In:*** Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE):

The Media Self-Regulation Guidebook: All questions and answers , Vienna, Austria, 2008, p: 22.

17) Laitila, T. : Journalistic codes of ethics in Europe, European Journal of Communication, Vol. 4, No.10, 1995, pp: 527-544, https://doi.org/10.1177/0267323195010004007

18) Yavuz Baydar: Setting up a journalistic code of ethics The core of media self-regulation, Op Cit, p: 23.

19) (Miklós Haraszti: The merits of media self-regulation: Balancing rights and responsibilities, Op Cit, p: 12.

20) Ibid: p: 15.

21) Evangelia Psychogiopoulou, et al: Journalists' Self-regulation in Greece, ***In:*** Evangelia Psychogiopoulou : Media Policies Revisited: The Challenge for Media Freedom and Independence, Macmillan Publishers Limited, 2014. P: 220. DOI:10.1057/9781137337849_16.

22) Joaquim Fidalgo et al: Ethical codes of conduct in journalism: Demands for a digitalising mediascape, P: 211-230, ***In***: J. Trappel, & T. Tomaz (Eds.), Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021, Nordicom, University of Gothenburg. https://doi.org/10.48335/9789188855589-10

23) John Villasenor: Regulating AI: Four key questions to ask, Fortune, via The Conversation, April 3, 2023, accessed on 30/9/2024, at: https://t.ly/pZK7P.

٢٤) أحمد بدران: الذكا الاصطناعي بين سياسات التنظيم الحكومي والتنظيم الذاتي: مقاربة نظرية، مجلة حكامة، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ومعهد الدوحة للدراسات العليا، المجلد ٤، العدد ٧، نوفمبر ٢٠٢٣، ص: ١٠٣. https://doi.org/10.31430/IJZH٤٧٠٨.

25) James Clayton: Overwhelming Consensus' on AI Regulation, BBC News, 19/9/2023, accessed on 27/9/2024, at: https://www.bbc.com/news/technology-66804996.

٢٦) جمال الدهشان: المعضلات الأخلاقية لتطبيقات الثورة الصناعية الرابعة، المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المؤسسة الدولية لآفاق المستقبل، مج ٣، ع ٣، يوليو ٢٠٢٠، ص: ٨٣.

27) Romeo, G., Griglié, E.: AI Ethics and Policies: Why European Journalism Needs More of Both. ***In:*** Mökander, J., Ziosi, M. (eds): The 2021 Yearbook of the Digital Ethics Lab, Digital Ethics Lab Yearbook, Springer, Cham, 2022, https://doi.org/10.1007/978-3-031-09846-8_14

28) Paula Boddington: Towards a Code of Ethics for Artificial Intelligence, Springer International Publishing AG, 2017, P: 4.

٢٩) حسن محمد حسن منصور: أخلاقيات العمل الصحفي في بيئة الإعلام الجديد: دراسة في الخلفيات النظرية والتجارب العربية والدولية، إصدارات كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية، المملكة العربية السعودية، العدد رقم (٦)، ٢٠١٥، ص: ٨.

30) Ruggiero C, at al.: The professionalisation of journalism: global trends and the challenges of training and job insecurity. ***In:*** Trappel J, Tomaz T (eds): Success and failure in news media performance: comparative analysis in the media for democracy monitor 2021, chapter 15. Nordicom, University of Gothenburg, Gothenburg, 2022, pp: 309–335. https://doi.org/10.48335/9789188855589-15

[٣١]حسن يوسف دوحان: التنظيم الذاتي في وسائل الإعلام الفلسطينية وصحافة المواطن، سلسلة أبحاث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام بجامعة بيرزيت، فلسطين، ٢٠١٨، ص: ٣٢.

[32] Duffy, A., & Knight, M. (2018). Don't be stupid. The role of social media policies in journalistic boundary-setting, Journalism Studies, 20(7), 2018, pp: 932–951, https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1467782

[33] Lamont M, Molnár V (2002) The study of boundaries in the social sciences. Annual Review of Sociology, Vol. 28, No. 1, 2022, pp:167-195. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.28.110601.141107

[34] Jane B: Singer: Out of bounds. ***In:*** Carlson M, Lewis SC (eds): Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation. Routledge, London, 2015, https://doi.org/10.4324/9781315727684-15

[35] van der Wurff R, Schönbach K: Between profession and audience, ***Journalism Studies***, 12(4), 2011, pp: 407–422. https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.506055

[36] Whitehouse G: Newsgathering and privacy: expanding ethics codes to reflect change in the digital media age. J Mass Media Ethics: Explor Quest Media Moral 25(4), 2010, pp:310–327. https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512827.

[37] Yavuz Baydar: Setting up a journalistic code of ethics The core of media self-regulation, Op Cit, p: 21.

[38] (Alaa Alghatrifi: Advancing Media Production: Professional Applications of Generative Artificial Intelligence, Future for Advanced Research and Studies (FARAS), 23 May 2024, https://futureuae.com/en-US/Mainpage/Item/9295/advancing-media-production-professional-applications-of-generative-artificial-intelligence?.

[39] Natali Helberger et al.: Towards a normative perspective on journalistic AI: Embracing the messy reality of normative ideals, ***Digital Journalism***, Volume 10, Issue 10, 2022, pp: 1605–1626, https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2152195

[40] Mathias-Felipe de-Lima-Santos et al.: Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media, ***AI & SOCIETY***, 13 May 2024, https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5

[41] Xiaoxue Cao: Ethical Calibration of Artificial Intelligence in Journalism: Anomie and Coordination, Proceedings of the 2023 9th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2023), Atlantis-press, P: 585. https://www.atlantis-press.com/proceedings/ichssr-23/125990979

[٤٢]عبد اللطيف حاج محمد: دليل استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، موقع شبكة الصحفيين الدوليين، بتاريخ ٩ أغسطس ٢٠٢٣، عبر الرابط التالي: https://ijnet.org/ar.

[٤٣]جمال الدهشان: المعضلات الأخلاقية لتطبيقات الثورة الصناعية الرابعة، مرجع سابق، ص: ٧٣.

[٤٤]حسين محمد ربيع: تصوّر مقترح لمدونة سلوك أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٧٧، أكتوبر-ديسمبر ٢٠٢١، ص.ص: ٧٨١-٨٥١.

45) Colin Porlezza: The datafication of digital journalism: A history of everlasting challenges between ethical issues and regulation, ***Journalism***, Vol. 25, No. 5, 2024, pp: 1167–1185, https://doi.org/10.1177/14648849231190232

46) Mathias-Felipe de-Lima-Santos et al.: Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media, ***AI & SOCIETY***, 13 May 2024, https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5

47) Tania Forja-Pena et al.: The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism, Communication & Society, Vol. 37, No. 3, 2924, pp: 237-254. https://doi.org/10.15581/003.37.3.237-254

48) Tina Mioch et.al.: Exploring Responsible AI Practices in Dutch Media Organizations, ***In:*** J. Abdelnour Nocera et al. (Eds.): Human-Computer Interaction –INTERACT 2023, 19th IFIP TC13 International Conference York, UK, August 28 – September 1, 2023 Proceedings, Part IV, Springer, 2023, pp. 481–485, https://doi.org/10.1007/978-3-031-42293-5_58

49) Colin Porlezza: Promoting responsible AI: A European perspective on the governance of artificial intelligence in media and journalism, Op. Cit.

50) Hannes Cools and Nicholas Diakopoulos: Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some guidelines for that, July 11, 2023, https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/

51) Kim Björn Becker et.al.: Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organizations, ***SocArXiv Papers***, (2024, September 30), https://doi.org/10.31235/osf.io/c4af9.

52) (Kim Björn Becker: New game, new rules. An investigation into editorial guidelines for dealing with artificial intelligence in the newsroom, ***Journalism Research***, 2(6), 2023, pp: 133–152. DOI: 10.1453/2569-152X-22023-13404-en.

53) Colin Porlezza and Tobias Eberwein: Uncharted Territory: Datafication as a Challenge for Journalism Ethics. ***In:*** Matthias Karmasin et al.(eds): Media and Change Management, Springer, Cham, 2022, pp: 343-361, https://doi.org/10.1007/978-3-030-86680-8_19.

54) Haley Kim: AI in Journalism: Creating an Ethical Framework, Syracuse University Honors, Program Capstone Projects, 1083, 2019, https://surface.syr.edu/honors_capstone/1083 .

٥٥) سكاي نيوز عربية– أبوظبي: لماذا تبزغ أهمية "القواعد التنظيمية للذكاء الاصطناعي"؟، مصدر سابق.

٥٦) علاء الغطريفي: الاستخدام المهني للذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة: المخاطر والفرص، مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، مجلد ٣، عدد ٥، أغسطس ٢٠٢٣، ص: ٥٠.

٥٧) المرجع السابق، ص: ٥٠.

٥٨) المرجع السابق، ص: ٥٤.

59) Press councils.EU: Media councils are developing guidelines on AI and ethics, Press Releases, https://www.presscouncils.eu/media-councils-are-developing-guidelines-on-ai-and-ethics/.

[٦٠]مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: الذكاء الاصطناعي في مصر: الأطر التنظيمية القائمة ومتطلبات تحقيق المستهدفات، منتدى السياسات العامة، مجلس الوزراء، ٢٠٢٤، ص: ٢٧.

61) Press councils.EU: Media councils are developing guidelines on AI and ethics, Op.Cit.

62)Press councils.EU: Media councils are developing guidelines on AI and ethics, Op.Cit.

63) Braun V, Clarke V: Using thematic analysis in psychology. ***Qualitative Research in Psychology***, Vol. 3, Issue 2, 2006, pp:77–101 https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa.

64) Yi Shi and Lin Sun: How Generative AI Is Transforming Journalism: Development, Application and Ethics, Journalism and Media, Issue 5, 2024, pp: 582–594. https://doi.org/10.3390/journalmedia5020039

65) Naresh Rao H.: Ethics of Digital Journalism, ***In:*** Surbhi Dahiya • Kulveen Trehan (Eds.): Handbook of Digital Journalism: Perspectives from South Asia, Springer, Singapore, 2024, P: 545.

[٦٦]علاء الغطريفي: الاستخدام المهني للذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة: المخاطر والفرص، ص: ٧١.

[٦٧]أمجد منيف: الصحافة في عصر البيانات والذكاء الاصطناعي، مركز سمت للدراسات، الإثنين, ٢٢ فبراير ٢٠٢١، عبر الرابط التالي: https://smtcenter.net/?p=٢١٦٧٩.

68)Tania Forja-Pena et al.: The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism, Communication & Society, Vol. 37, No. 3, 2924, pp: 237-254. https://doi.org/10.15581/003.37.3.237-254

69) Cristina Criddle and Hannah Murphy: OpenAI chief says new rules are needed to guard against AI risks, financial times, May 16 2023, https://www.ft.com/content/aa3598f7-1470-45e4-a296-bd26953c176f

70) Anna Sofia Lippolis: From headlines to algorithms: how newsrooms are approaching creating AI guidelines, ***thefix.media***, 20 October 2023, https://thefix.media/2023/10/20/from-headlines-to-algorithms-how-newsrooms-are-approaching-creating-ai-guidelines

71) Haley Kim: AI in Journalism: Creating an Ethical Framework, Syracuse University Honors, Program Capstone Projects, 1083, 2019, p: 18 .

[٧٢]موقع الأمم المتحدة: باشيليت: مخاطر الذكاء الاصطناعي التي تهدّد الخصوصية تتطلّب اعتماد إجراءات عاجلة، ١٥ سبتمبر ٢٠٢١، https://www.ohchr.org/ar/press-releases/2021/09/artificial-intelligence-risks-privacy-demand-urgent-action-bachelet

73) Dipto Barman et al.: The Dark Side of Language Models: Exploring the Potential of LLMs in Multimedia Disinformation Generation and Dissemination, ***Machine Learning with Applications***, Volume 16, June 2024**,** https://doi.org/10.1016/j.mlwa.2024.100545

[٧٤]علاء الغطريفي: الاستخدام المهني للذكاء الاصطناعي التوليدي في الصحافة: المخاطر والفرص، مرجع سابق، ص: ٥٧.

[٧٥]المرجع السابق، ص: ٦٣.

[٧٦]أمجد منيف: الصحافة في عصر البيانات والذكاء الاصطناعي، مرجع سابق.
[٧٧]موقع مسار: تنظيم الذكاء الاصطناعي: مقاربات لضمان الاستخدام الآمن للتقنية، مرجع سابق.
[٧٨]مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار: الذكاء الاصطناعي في مصر، مرجع سابق، ص: ٣٥.
[٧٩]أحمد الصالح يوسفي: تطبيق إستراتيجيات الذكاء الاصطناعي على المستوى الدولي، مجلة الميادين الاقتصادية، الإمارات العربية المتحدة، المجلد ١، العدد ١، ٢٠١٨، ص.ص: ٣١-٤٣.