الذكاء الاصطناعي

ودوره في تشكيل المحتوى الإخباري الرقمي

م.م. حيدر عباس عليوي الماجدي
جامعة الاسراء ,كلية الاداب- قسم الاعلام, بغداد \ العراق

The Role of Artificial Intelligence in the Production of Digital Media Content

Assit. Lect. Hayder Abbas Oleiwi Al-Majidi
Al-Esraa University, College of Art, Media and Governmental Communication Dept., Baghdad / Iraq
hayderabbas@esraa.edu.iq

المستخلص

تهدف الدراسة الحالية إلى ترصد دور الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في صياغة فحوى الوسائط الرقمية الاخبارية، وكذلك مراقبة عملية توعية الجمهور وادراكهم لصدق المحتوى المنتج عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مقابل المحتوى المنتج من قبل المحرر، وتم تطبيق هذه الدراسة المسحية بشكل ميداني على عينة منتخبة مكونه من 40 طالب جامعي يتابعون الأخبار الرياضية، إذ شاهد المبحوثين نموذجين اعلاميين تخص التغطية الإخبارية لافتتاح بطولة خليجي 25 في العراق، أحدهما تم تنفيذه بواسطة احد برامج الذكاء الاصطناعي، والآخر تم تنفيذه بواسطة محرر، وأوضحت النتائج بأن أبرز الميادين التي تميزت في استثمار تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الاخباري بشكل بارز وصحيح هي الدردشات الآلية عبر المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، ورغبتها في التعامل مع البيانات الضخمة، ثم ميزة التعرف على وجوه الشخصيات، وجاءت الترجمة الآلية بترتيب الرابع، كما وأظهرت النتائج أن تنظيم عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي ظهرت على الموقع الإلكتروني لمجلة الكأس الرياضية الإلكترونية كالتالي: دقة التصنيف بالترتيب الأول ثم تليها الفئة الموضوعية، ثم فصل الحقيقة عن الرأي، وفي المرتبة الرابعة العدل والإنصاف لمختلف وجهات النظر وفي الترتيب الأخير جودة صياغة الخبر.

الكلمات المفتاحية: الدور – الذكاء –الذكاء الاصطناعي – المحتوى الاخباري

Abstract

The current research aims to monitor the role of artificial intelligence and its applications in manufacturing the content of digital media, as well as monitoring the public awareness process and their awareness of the veracity of the content produced through the applications of artificial intelligence in exchange for the content produced by the editor. This study was applied in a field manner on an elected sample of 40 students. University students follow sports news, as the respondents watched two media models related to the news coverage of the opening of the Gulf Championship 25 in Iraq, one of which was implemented by an artificial intelligence program, and the other was implemented by an editor, and the results indicated that the most prominent fields that were distinguished in the investment of artificial intelligence applications in the media field Prominently and correctly are automated chats through websites, social networks, and their desire to deal with big data, then the feature of recognizing faces of personalities, and machine translation came in fourth place, and the results showed that organizing the elements of the credibility of the message produced through artificial intelligence applications that appeared on The website of the Electronic Sports Cup magazine was as follows: the accuracy of the classification is in the first order, then followed by it The objective category, then the separation of truth from opinion, and in the fourth place is justice and fairness for different points of view, and in the last order is the quality of wording of the news.

Keywords: Role - Intelligence - Artificial intelligence - Media content

مقدمة

أدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى أحداث العديد من التغييرات في أنماط الحياة الحديثة، وابتدعت فرصا فريدة لتأمين تحقيق اهداف التنمية المستدامة عبر إعادة إنشاء أشكال مختلفة من الوسائل المساعدة للإنسان مهمتها تسهيل مجرى سير حياته وتنظيم وقته وتقليل جهده، عملية النقل، إذ توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي مجموعة من الحلول المبتكرة لإنجاز الاعمال الصعبة أو التي تحتاج إلى وقت طويل أو التي تحتاج إلى الكثير من الأيدي العاملة، فضلاً عن كونها تقدم تقييما للمخاطر الحالية والمستقبلية التي يقع فيها الشخص في مجال عمله، وتقديم خطة أفضل في نشر المعرفة وبشكل أسرع خاصة في أوقات الأزمات، ولم تكن التقنية الرقمية بعيدة عن التطورات التي حدثت في قطاع الإعلام، لأن هذا التطور أحدث تحولا كبيرا في قدرة وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور، إذ توفر بعض الأدوات الإلكترونية الذكية سرعة ودقة إرسال الأخبار إلى المتلقي بسلاسة ومرونة عالية، حيث يمكن للجمهور التفاعل معها بسهولة، ويشمل هذا التطور الوسائط والوسائل الإخبارية كافة، سواء كانت هذه الوسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية وشبكات التواصل الاجتماعي، وحقيقة أن الذكاء الاصطناعي يعد تغييراً هاماً في جميع المهن، خاصة في قطاع الإعلام وفي اختصاصاته كافه، هو نتيجة الاعتماد الكامل والمتزايد على (الروبوتات) الذكية لأداء المهام التحريرية، والتصوير، والمونتاج، والتدقيق اللغوي، الترجمة، ويمكن لهذه (الروبوتات)أيضًا معالجة كميات هائلة من البيانات بسهولة وسرعة ودقة وفي وقت قصير لا يزيد عن بضع ثوانٍ، كما يمكنها تحقيق مستويات ضخمة من الإنتاج تتجاوز مستوى إنتاج المحتوى التقليدي، واحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطورات ملحوظة في مجال الاعلام الرقمي عبر إدماج البيانات والخوارزميات وتحويلها الى قصص إخبارية، تم اطلاق الكثير من التسميات والمصطلحات المختلفة مثل (الصحافة الآلية – الروبوت)، و(الصحافة الآلية – الأتمتة)، و(الصحافة الخوارزمية)، أي استغلال الخوارزميات لتأليف مواضيع إخبارية بتلقائية عن طريق بيانات منظمة يمكن قراءتها آليًا، وهذا التطور يشكل مظهر جديد من مظاهر الارتقاء التكنولوجي الذي سيحدث تغييرات كبيرة في هيكلة

المؤسسات الاخبارية وطريقة عملها، بالإضافة إلى جمع الأخبار وكتابتها وإعداد وكتابة التحليلات الصحفية حول الأحداث المختلفة، فضلا عن القضايا التي تؤدي إلى تغييرات مهمة في مفهوم الإعلام وخصائصه وآلياته وتأثيره الاجتماعي.

إذ تعتمد العديد من المؤسسات الإخبارية المرئية والسمعية الدولية على نماذج الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي، وتوليد الأخبار تلقائيًا من خلال الخوارزميات دون تدخل بشري، أو الرد تلقائيًا على المشاهدين من خلال الدردشة الآلية والتحقق من الوسائط وتلبية احتياجات ملايين المشاهدين، ويرتبط بشكل متزايد بالوسائط الرقمية، وطرق النشر والتوزيع التقليدية ليست فعالة، خاصة على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية ومنصات البث الرقمي، على الرغم من أن وسائل الإعلام الدولية والشبكات الاجتماعية حققت نجاحًا في تفعيل الذكاء الاصطناعي لأداء خدماتها الرقمية تقدمًا كبيرًا، ومع ذلك لا تزال أنظمة الذكاء الاصطناعي الجديدة في مرحلة مبكرة من التجارب في المنطقة العربية، وقد أثيرت أسئلة حول مستوى نجاحها وقدرتها على كسب ثقة الجمهور، ومساهمتها في تطوير أنظمة عمل مؤسسات الإخبارية، فالمهام اليومية التي يؤديها العاملون في مجال الإعلام يكرسون أنفسهم لأداء أدوار أعمق مرتبطة بهم من خلال تحليل المزيد من القصص الإخبارية وتفسيرها والتحقيق فيها، ويتعرف علماء الاتصال والممارسون والجمهور على هذه التطبيقات في العمل الاخباري وكيفية عملها ودورها في الصحافة، وكيف يفهمها الجمهور وإلى أي مدى يدركون مستوى المصداقية التي تحملها لهم، لا سيما أنها توفر نموذجًا جديدًا لمصادر ومحتوى معلومات الوسائط التي تعتمد على التواصل بين الإنسان والآلة كإطار مفاهيمي مبتكر كان تم تطويره استجابةً للاعتماد المتزايد على التكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي، والدردشة الآلية، والتعرف على الصور، والنشر الآلي لمقاطع الفيديو المصممة للعمل كمصدر للمعلومات بدلاً من وسيلة لنشر قنوات الرسائل الاخبارية، بعد أن أصبح البشر مصدر الاتصال والجهاز يصبح الوسيط، تتدخل الآله وتستبدل الدور البشري السابق كما هو الحال مع الصحافة الذكاء الاصطناعي يصبح البشر مصدر الاتصال والجهاز يصبح الوسيط، تتدخل الآلة وتستبدل الدور البشري السابق كما هو الحال مع صحافة الذكاء الاصطناعي. [1]

1- ماجد، أحمد: الذكاء الاصطناعي بدولة الامارات العربية المتحدة، (الامارات العربية المتحدة -دبي: منشورات وزارة الاقتصاد، إدارة الدراسات والسياسات الاقتصادية، مبادرات الربع الأول، 2018)، ص 15.

هذا وأدى ظهور الصحافة الآلية إلى دراسات تجريبية وميدانية ترصد التصورات المتضاربة حول مصداقية الأخبار الناتجة عن الذكاء الاصطناعي مقارنة بالأخبار المكتوبة من قبل الإنسان، سواء من حيث الموضوعية ودقة ومصداقية درجات المصادر وإلى أي مدى تتمتع بالكفاءة والخبرة المهنية، مما يثير أسئلة حول ما إذا كان الجمهور على علم بالأخبار المنسوبة إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهل الأخبار المصطنعة أقل مصداقية من الأخبار المنسوبة إلى البشر أم العكس؟ في حين أن العديد من وسائل الإعلام العربية اتخذت مبادرات تعتمد على استخدام هذه التطبيقات الذكية في عملها الاخباري، سواء كان ذلك في تحرير المحتوى، أو الردود الآلية، أو مكافحة الأخبار المزيفة والبث الآلي، إلا أنها لم تحظ باهتمام بحثي كافٍ، ولا في التجنيد المستخدم حجم الآلية أو فعاليتها ومصداقيتها العامة كظاهرة جديدة للجمهور.

إشكالية الدراسة

يكمن سؤال البحث في رصد دور الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري، وتم أخذ عينات متعمدة من تصورات الجمهور العراقي لمصداقية المحتوى المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المحرر بشريًا واستكشافه فيما يتعلق بالأخبار والمصادر والقدرة على التمييز، وما هي معايير المصداقية للتغطية الإخبارية الرياضية من خلال تطبيقها على نموذجين للتغطية الإخبارية الرياضية، والتمييز بين الذكاء الاصطناعي والمتغيرات مثل قدرة البشر على تحرير المحتوى الذي تم إنشاؤه، بالإضافة إلى فحص العلاقة بين المواقف العامة تجاه الذكاء الاصطناعي المعتمدة على الاستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري، ومصداقية مصادر المحتوى، والرسائل التي يتم إنشاؤها من خلال هذه التطبيقات.

تساؤلات الدراسة

1 – ما دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في النتاجات الاخبارية من وجهة نظر الجمهور العراقي عينة الدراسة؟

2 – ما المواضيع الاخبارية التي يمكن الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صياغتها وتكوينها؟

3 - ما درجة مصداقية المصدر للخبر الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي بالمقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

1 - معالجة عملية الاتصال في المحتوى المنتج عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج تقليديًا عن طريق المحررين والصحفيين.

2 - تهتم هذا الدراسة بمراقبة دور الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام وفهم العوامل التي تؤثر على تدفق الأخبار ومصداقيتها، يعد إنشاء محتوى إخباري يشبه إلى حد كبير المحتوى الذي يولده الإنسان والعرض التقديمي تطورًا مهمًا سيؤثر على مستقبل أنماط العمل للعمال والجمهور والمؤسسات الاخبارية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة بشكلٍ رئـيسي إلــى:

1 - التعرف على دور تطبيقــات الــذكاء الاصــطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري، وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية منها ما يلي:

- مراقبة وتحليل التحولات التي تؤثر على تصورات المستجيبين لمصداقية المحتوى المقدم من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي والمحتوى الذي ينتجه محررو الأخبار.
- وصف عمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المجال الاخباري واستكشاف جوانب تأثيرها على عامة الناس.

المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة

* **تطبيقات الذكاء الاصطناعي**: هو التكنولوجيا التقنية التي تحاكي القدرة العقلية للإنسان في المجال الاخباري، كما تقوم بتحرير المحتوى من خلال صياغته آليًا عبر خوارزميات تعمل دون تدخل بشري عبر مجموعة من الخصائص التي توفرها برامج الكمبيوتر سواء في مجالات الصحافة أو التلفزيون أو البث الرقمي، واقتصرت الاختبارات في هذه الدراسة على اعتماد موقع الويب لإنشاء محتوى إخباري تلقائي بناءً على المعلومات التي تم جمعها، وتم تحويل البيانات إلى نص إخباري سردي بعد البرمجة الأولية، ونشرها بشكل مباشر.

الإطار المعرفي للدراسة

أن ضعف ثقة الجمهور في مصادر المعلومات الإخبارية التي يتم بثها عبر الوسائل الاخبارية حديث يثير المخاوف العديد من العاملين في مجال الاعلام وكذلك الباحثين والمتمرسين في دراسة الاعلام والمحللين، مما جعل الجمهور يبحث عن مصادر للمعلومات بديلة عن المصادر التقليدية ومنها مواقع الويب وشبكات التواصل، مما أدى إلى استحداث دراسات حول مصداقية هذه الوسائل، فضلا عن ايجاد تطبيقات بديلة مهمتها تحسن جودة المنتجات الاخبارية، وإنتاج تقارير تتسم بالشفافة والواقعية، فضلا عن التأكد من المعلومات، وعدم التمييز، والاتكال على مصادر جدير بالثقة، وبالإضافة إلى ذلك، فقد برزت اتجاهات تدعو إلى توظيف إعلام البيانات الالكترونية والذكاء الاصطناعي، وذلك من أجل تخفيض الجهد الإنساني، فضلاً عن زيادة الاهتمام بالأعداد والحسابات وتشكيل الرسوم البيانية بشكل الآلي دقيق، واستبدال المعرفة العلمية المتراكمة حول مصداقية وسائل الإعلام التقليدية التي يعود تاريخها إلى الخمسينيات من القرن الماضي، ومن الواضح أن هناك العديد من الركائز التي تزيد من مصداقية الفرد في وسائل الإعلام، ويشمل ذلك الخصائص والفوائد التي تتمتع بها هذه الوسائل الاخبارية، فضلاً عن مصداقيتها كما تُقاس من خلال التجارب الاخبارية، بالإضافة إلى المعايير السابقة فإن حداثة وشمولية

المعلومات المقدمة، ودرجة ارتباطها بالمصلحة العامة للمتلقين هي معايير تتعلق بمصداقية الوسيلة الاخبارية مع متلقيها، وقد اختبرت عقود من البحث في التصورات العامة لموثوقية الوسائل التقليدية والجديدة المختلفة، ولكن مع وصول الأبحاث التي تختبر الموثوقية البشرية مع الذكاء الاصطناعي، والتصورات العامة للنتائج الاخبارية متضاربة (للروبوتات) والبشر، وجدت بعض الدراسات أن محتوى الأخبار المنتجة من قبل التطبيقات الذكية هي أكثر جدارة بالثقة من المحتوى الذي كتبه المحررون التقليديون، بينما وجدت دراسات أخرى أن المقالات الإخبارية المنسوبة إلى الروبوتات كانت تعتبر أقل موثوقية من المحررين البشر.[1]

وترتبط تصورات الجمهور للثقة والمصداقية المرتبطة بصحافة الذكاء الاصطناعي ارتباطًا وثيقًا بتبني المواقف السلبية تجاه المقالات الإخبارية التي تصنعها خوارزميات الحاسوب عوضا عن الصحفيين البشر، وكلاهما يُعد من العوامل الرئيسية للتنبؤ بهذه الاتجاهات، والباحث هنا يحاول دراسة الاختلافات في تصورات قراء الأخبار لمزيج من الطريقتين في المحتوى الرياضي، إذ كانت تقييمات المحتوى الرياضي المكتوبة آليًا أكثر موثوقية من تلك التي يكتبها الإنسان، بالإضافة إلى ذلك اعتُبرت الأخبار التي يُعتقد أن يكتبها البشر والآلات معًا أكثر موثوقية من الأخبار التي يكتبها البشر فقط، ولا يقتصر الذكاء الاصطناعي للصحافة الآلية على النص، بل يمتد ليشمل الصوت والفيديو الذي يتم إنشاؤه تلقائيًا، بما في ذلك تقنيات توليد اللغة الطبيعية، وإعادة الصياغة، وتلخيص النص، ويرتبط تقدير جودة المحتوى الاخباري الذي يتم إنشاؤه بواسطة الروبوت مقارنة بالمحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الإنسان بثلاثة معايير: (قابلية القراءة، والخبرة، والمصداقية)، أذ تكون توقعات المتلقي أعلى بكثير من التوقعات العامة للقدرة على القراءة والخبرة والمصداقية للأخبار التي يكتبها البشر والآلات. [2]

1- رابح، الصادق: وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الازمات - نماذج عملية ورؤى استشراقية، (مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية،(2013)، ص 19.

2- عشري، ايمان سامي حسين: دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الالكترونية للازمات السياسية وتأثيرها على الشباب، (القاهرة: منشورات كلية الاعلام، 2017)، ص32.

حدد الباحثون العناصر التي تؤثر على النماذج البناءة للمصداقية الاخبارية وعلى وفق المحاور التالية [1]:

• **العناصر المقترنة بالجمهور:** إذ احتلـــت "سمات الجمهـــور الديموغرافية والشخصـــية واتجاهاتهم ومستوى اهتمامهم واعتمادهم على الوسيلة الاخبارية، صدارة البحث في العوامل المؤثرة على مصداقية وسائل الإعلام".[2]، إذ تتعلق مصادر الأخبار بسمات الجمهور وقدرتهم على الثقة بهذه المصادر، سواء كانت تتعلق بنوع الجمهور المستهدف أو العمر أو المستوى الاجتماعي الاقتصادي أو المستوى التعليمي أو مكان الإقامة.

• **العناصر المقترنة بنمط الواسطة الاخبارية:** يتعلق بتأثير النوع الوسيط الاخباري في مصداقية الرسائل الإخبارية، واختلفت النتائج فيما يتعلق بجدة الوسيط الاخباري، سواء كان الوسيط الاخباري تقليدي أو معاصر، مطبوع، مرئي، سمعي أو إلكتروني.

• **العناصر المقترنة بالمصدر الاخباري:** أظهرت العديد من الدراسات أنه كلما اكتسب المصدر ثقة الجمهور واحترامه وثقته في الكفاءة والموضوعية والحياد ونزاهة الخبر الخاص به زادت الثقة والمصداقية في هذا المصدر، بالإضافة إلى أن مصداقية مصادر المعلومات هي مفهوم متعدد الأوجه تتكون من العديد من العوامل وتصورات ذات مصداقية عالية مثل خبرة ومصداقية مصادر المعلومات، وقد أظهر الباحثون أيضًا أنها تتنبأ بالإقناع الناجح والتغييرات في المواقف.

• **العناصر المقترنة بهيئة وطريقة تقديم الرســـالة الاخبارية:** وتعني مصداقية الرسالة وتحيزها وحيادها وموضوعاتها ودقتها وصحتها.

• **العناصر المقترنة بماهية المادة المطروق وأهميته:** أي كل ما يؤثر على المصداقية فيما يتعلق بحقيقة أن هذه المقالة هي موضوع مثير للجدل أو متفق عليه، أو أن المقالة تتعلق بأوقات الأزمات وأنواع نشر الأخبار الوهمية المرتبطة بها من العوامل المهمة. أو الأوقات العادية، أو حقيقة أن هذه المقالة تدور حول قضايا محلية أو إقليمية أو عالمية.

1- كيتشن، روب: ثورة البيانات الالكترونية – البيانات الكبيرة والبيانات المفتوحة والبنى التحتية للبيانات والنتائج المترتبة عنها، تر: محمد غروي، (الرياض: منشورات معهد الإدارة العامة، 2018)، ص 205.

2- اللبان، شريف درويش: مداخل جديدة لتطوير صناعة المحتوى الصحفي الالكتروني، (القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات، 2019)، ص45.

دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام

إن فكـرة الاعتمـاد علـى هندسـة الأخبار الآلية ليسـت جديـدة، ولكـن منذ نصف قرن اكتشـف مـا يسـمى بـ"الطقس الآلـي الناتج عـن الكمبيوتـر"، إذ واجهت وسـائل الإعـلام تحيـزًا عبـر الاعتمـاد على إنشـاء بيانات مسـبقة الصنـع تصف أحـوال الطقس المقابلـة لمخرجـات محـددة لنمـاذج التنبـؤ بالطقـس، مثل مجموعـات سـرعة الرياح وهطـول الأمطـار ودرجة الحـرارة، وهنـاك درجة من التحيـز تؤدي إلـى محتوى مضلل بـدلاً مـن أخبـار متوازنة مـن الناحية الواقعيـة، في هذا السـياق نجد أن صحافـة الذكاء الاصطناعـي يمكـن أن تسـاعد فـي تقليـل التفسـير الذاتي للبيانـات، فهـي تثبت صحة معرفتنـا بالآليـات التـي يؤثـر بهـا التحيز البشـري علـى الصحافـة الآلية، حتـى عندما تعتبر البيانات التي نتعامل معها محايدة.[1]

ومن المرتقب أن يمثل النمو في سوق التطبيقات الذكية المنتجة للمواد الاخبارية والعلاقات العامة ووسائل الإعلام وبرامج الترفيه الجزء الأكبر من هذا النمو، ومنها [2]:

أولا: الإعلام الميكانيكي تُعرف أيضًا باسم (الأتمتة) أو (الصحافة الروبوتية)، وتعتمد على خوارزميات خلق اللغة التلقائية المدعومة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لنقل البيانات بشكل تلقائي الى مقالات قصصية اخبارية مثل النصوص والصور ومقاطع الفيديو والبيانات إلى مقالات إخبارية، موزعة عبر المنصات الرقمية. بالنسبة للعديد من وكالات الأنباء والصحف والمواقع الإلكترونية، حققت هذه التقنية قفزة إلى الأمام في التقارير الإخبارية ونشر آلاف المقالات الإخبارية حول الموضوعات الاقتصادية والرياضية والطقس، أذ أظهرت المنظمات الاخبارية مثل Associated Press وReuters وLos Angeles Times وWashington Post أيضًا كفاءة كبيرة في النشر الآلي للأخبار. [3]

1- اللبان، شريف درويش،مصدر سابق، ص 46.

2- صالح، فاتن عبد الله: أثر الذكاء الاصطناعي والذكاء العاطفي على جودة اتخاذ القرارات، (عمان: دار ومنشورات الشرق الأوسط للدراسات والبحوث، 2019)، ص75.

3- اراجيك. م. ن: مجالات الذكاء الاصطناعي، تر: احمد عوضي، (لبنان: دار الهواجس للنشر والتوزيع، 2919)، ص29.

ثانيا: الإنتاج التليفزيوني أن للذكاء الاصطناعي يوفر المساعدة في طرق إدارة وتشكيل المحتوى الاخباري بكفاءة، هذه مشكلة خطيرة يواجهها عادةً العاملين في المجال التلفزيوني بسبب نقص البيانات الوصفية، ويمكن أن تساعد الخوارزميات في نشر التحسينات في كفاءة شبكة التوزيع، هذه ميزة رائعة للعاملين في هذا المجال كمنتجي محتوى في تحسين جودة البث لديهم، وتنافس لتقديم إنتاجات إبداعية تجذب الجمهور وتجنب تكرار المحتوى في المنتجين والمذيعين من خلال فهم تفضيلات الجمهور وسلوكياته عبر التعلم الآلي. [1]

ثالثا: شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم المنصات مثل Facebook وTwitter و YouTube التعلم الآلي لاقتراح محتوى وسائط معين والتوصية بالإعلانات التي تعمل على تحسين تفاعل المستخدم، التي تعتمد على فهم واكتساب المعرفة بسلوك قواعد المستخدمين الكبيرة من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك التعلم العميق الذي لا يتطلب التقنية في نقل بيانات محددة، ولديها القدرة على فهم سياق الصورة وإجراء تحليلها، وتشكيل المحتوى مع التعاريف والنصوص. [2]

رابعا: برامج الدردشة الآلية بفضل استخدام الاستجابة الفورية، أصبح Facebook Messenger خيارًا شائعًا بشكل متزايد للتفاعل مع المستخدمين، وتسمح برامج الدردشة الآلية لأدوات البرامج بالتفاعل مع المستخدمين في موضوعات محددة أو في مناطق محددة، وهناك اعتماد متزايد على برامج الدردشة الآلية بطريقة طبيعية للتحدث باستخدام النص والصوت، تُستخدم روبوتات المحادثة في عدة مجالات مثل التسويق وخدمة العملاء والدعم الفني، بالإضافة إلى التعليم والتدريب. [3]

خامسا: التعامل مع البيانات الضخمة من خلال الجمع بين أداء قاعدة البيانات وتجربة المستخدم وتسجيل البيانات في نظام أساسي واحد للبيانات المستندة إلى مجموعة النظراء، ويمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي توفير الوقت والطاقة المستهلكة لأنظمة

1- المصدر السابق، ص 30.

2- الحديدي، منى: الاعلام ومواجهة الازمات الالكترونية، (القاهرة: دار الانجلو للطباعة والنشر والتوزيع، 2018)، ص25.

3- زايد، هاني: الذكاء الاصطناعي يتفوق على البشر في غضون 45 عاما، (القاهرة: دار العلم العلمية المتخصصة، 2017)، ص54.

المراقبة تلقائيًا، وكشف العيوب من خلال مسح كميات هائلة من البيانات عبر الخوادم متعددة المتغيرات بسرعة البرق، ويمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي معالجة قواعد البيانات ذات الحجم اللامتناهي، وتحديد العلاقات بين عناصر البيانات، وحتى إنشاء أفكار جديدة بناءً على النتائج التي توصلوا إليها. [1]

سادسا: المنصات الرقمية وتقنية تخصيص المحتوى للأفراد تستخدم منصات البث الرقمي ومواقع الشبكات الاجتماعية التكنولوجيا المتقدمة لبناء منصات رقمية تعمل على تكييف المحتوى مع التغيرات في سلوك المستهلك، وكيفية بحثهم، وطريقة عرضهم، وتاريخ البيانات، والاهتمامات. [2]

1- مصطفى، هويدا: دور الاعلام قبل واثناء وبعد الازمات البيئية، (القاهرة: دار الأنجلو للطباعة والنشر والتوزيع، 2020)، ص 18.

2- البياتي، ياسر خضر: مستقبل الذكاء الاصطناعي في الاعلام، (لبنان: دار الزمان للطباعة والنشر والتوزيع، 2018)، ص24.

إجراءات الدراسة

– نوع الدراسة: هذه دراسة هي من الدراسات الوصفية وتفسيرية عن التصوير الكمي والنوعي وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة معينة واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة من أجل الحصول على معلومات دقيقة عن هذه الظاهرة. توصلنا إلى وصف دقيق لاعتمادنا على تطبيقات الذكاء الاصطناعي من حيث خصائصها والعوامل التي تؤثر عليها، وفي إنتاج المحتوى الاخباري نقارن تصورات الجمهور عن أصالة المصادر والرسائل الناتجة عن الذكاء الاصطناعي. تم إنشاؤها بواسطة المحررين البشريين.

– منهج الدراسة: استخدم الباحث أداة المسح، وهي من أبرز الأساليب المستخدمة في مجال البحث الاخباري، وخاصة البحوث الوصفي التي تساعد في متابعة بيانات المبحوثين الأخبار الاقتصادية من خلال استمارات الاستطلاع عبر الإنترنت.

– مجتمع الدراسة: يمثل مجتمع الدراسة من طلاب الجامعات العراقية المتابعين للأخبار الرياضية على مختلف المنصات الإلكترونية.

– عينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة على عينة قصدية متاحة مكونة من 40 مبحوث من طلبة الجامعات من مستخدمي المواقع الإلكترونية المتابعين للشئون الرياضية والمقيمين في محافظة بغداد، والمهتمين بمتابعة الأخبار التكنولوجية، وذلك لطبيعة الدراسة وخصوصيتها في التعامل مع ظاهرة مستجدة في إنتاج المحتوى الرياضي عن طريق الروبوت بالإعلام العراقي، وذلك خلال الفترة من 10/12/2022 الى 10/1/2023، حيث أجرى الباحث دراسة استطلاعية لاستكشاف واقع دور الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام العراقية خلال مدة شهر، حيث لوحظ ندرة اعتماد المؤسسات الاخبارية العراقية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري، واقتصرت على نموذجين فقط هما، موقع (عراق سبورت) ومبادرته للاعتماد على الذكاء الاصطناعي عبر لغات البرمجة لإنتاج البيانات الصحفية الرياضية دون أي تدخل بشري، كما كان النموذج الثاني موقع (البصرة عالمية- خليجي) التي قدمت لمستخدميها أداة جديدة تتيح للمستخدم معرفة مواعيد أكثر من 10 برنامج من 30 قناة في المنطقة العربية تابعت هذا الحدث الرياضي، وذلك بهدف تقديم

متابعة تليفزيونية أسهل، لذا أطلقت أول (Bot) عبر موقع (تويتر) وهو عبارة عن تطبيق ذكي يتيح خاصية الرد التلقائي للجمهور بناءً على أوامر معينة عبر الإنترنت.

وفي ضوء ما تقدم يتضح أن النموذج الأول يعد الأنسب لقياس مفاهيم المصداقية على نمط مستحدث من الإنتاج الاخباري بما يضمن المقارنة بين محتوى إعلامي تم إنتاجه عبر الذكاء الاصطناعي، ومحتوى تم إنتاجه عبر المحرر البشري، وتم تصميم استمارة الاستقصاء بالاعتماد على الأبحاث السابقة التي اعتمدت على الشق الميداني وقارنت بين مصداقية المحتوى الإخباري المنتج عبر الذكاء الاصطناعي والمحتوى المنتج عبر البشر، لتشمل عرض نموذجين من الأخبار تم نشرهما في ذات اليوم، وفي توقيت زمني متقارب جدًا لنفس الحدث (افتتاح بطولة خليجي 25 لكرة القدم)، وتم إخفاء أسلوب تحريرهم عن المبحوثين وحذف هوية الكاتب لاختبار قدرة المبحوث على التفرقة بين المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي والمحرر البشري، حيث تم حذف عبارة (هذا المحتوى تم إنتاجه عبر الذكاء الاصطناعي) من الخبر الخاص بموقع (عراق سبورت) بعنوان (افتتاح بطولة خليجي 25 لكرة القدم - بروح السندباد بصراوية المعالم)، كما تم إزالة اسم المحرر للخبر الخاص بموقع اليوم السابع بعنوان (خليجنا واحد ملامحه بصراوية)

اختبار الصدق والثبات للدراسة الميدانية: قام الباحث بمجموعة من الإجراءات المنهجية على النحو التالي:

1 - **الصدق الظاهري:** تحققت الأمانة الافتراضية عبر تقديم الصحف الاستقصائية إلى مجموعة من المحكمين المتخصصين في البحوث الاخبارية والذكاء الاصطناعي لاختبار فرضيات التحقيق والتأكد من قدرتها على الإجابة على مجموعة من الأسئلة، كما أجرى الباحثون استقصاءً أوليًا بنسبة 5٪، وقاموا بمسح العينة لمعرفة مدى فعالية الأدوات التي طبقوها ومدى قياسهم للأدوات التي تم تعيينها للقياس، وقمت بإجراء تغييرات وفقًا لما أشارت إليه ملاحظات المبحوثين وإجاباتهم.

2 - **مراعاة صدق المضمون** (المحتوى) وذلك لأجل التأكد من أن أداة جمع البيانات تشمل جميع المتغيرات وأبعاد اشكالية البحث وأسئلته وفرضياته المختلفة.

3 - **تناسق المقاييس:** تم قياس الاتساق الداخلي للمقياس من خلال حساب الارتباط بين كل عبارة والنتيجة الإجمالية للمقياس.

منهجية قياس متغيرات الدراسة

1 – قيـاس دور نتاجـات الـذكاء الاصطناعـي فـي تحقيـق مصداقيـة مضمـون الرسائل الإخبارية:

تم استخدام مقياس تركيبي وذلك عبر الاستشهاد بالدراسات والبحوث السابقة التي عن طريقها قيست مصداقية المضمون الاخباري الآلي مقارنة بالمضمون الاخباري البشري، وتضمنت عدة مقاييس منها: (درجة دقة الفحوى، جودة تحرير القصة الإخبارية، تقبل وجهات النظر المختلفة، موضوعية الحدث، قابلية تصديق، عزل الحقيقة عن الرأي)، وكانت اجوبة المبحوثين على العبارات كما موضحة في الجدول (1):

جدول (1) يبين قياس دور نتاجات الذكاء الاصطناعي في تحقيق مصداقية مضمون الرسائل الإخبارية

ت	المقياس	بدرجة كبيرة جدا	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة محدودة	بدرجة محدودة جدا	النسبة المئوية
	دور الذكاء الاصطناعي في درجة دقة الفحوى الاخباري	6	10	8	7	6	18.00%
	دور الذكاء الاصطناعي في جودة تحرير القصة الإخبارية	4	6	8	9	7	17.00%
	دور الذكاء الاصطناعي في تقبل وجهات النظر المختلفة	8	9	7	6	6	18.00%
	دور الذكاء الاصطناعي في موضوعية البحث عن مصادر المادة الاخبارية	7	3	8	6	8	16.00%
	دور الذكاء الاصطناعي في قابلية التصديق	9	8	4	4	5	15.5%
	دور الذكاء الاصطناعي في عزل الحقيقة عن الرأي	6	4	5	8	8	15.5%
	المجموع	40	40	40	40	40	100%

2 - مقياس الاتجاه نحو الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري:

استعمل الباحث مجموعة من عبارات لقياس مسار الجمهور إزاء الاعتماد على دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تصنيع المحتوى الاخباري، كما موضحة في الجدول (2).

جدول (2): مقياس الاتجاه نحو الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري

ت	المقياس	موافق جدا	موافق	محايد	معرض جدا	معرض	النسبة المئوية
	سيحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في إنتاج المحتوى الاخباري	10	3	0	0	0	17.0%
	سيتم الاعتماد على الروبوت بدلًا من الصحفيين في المستقبل	5	2	0	0	0	9.0%
	أجد الأخبار المكتوبة بواسطة الذكاء الاصطناعي يسهل قراءتها وفهمها	7	2	0	0	0	11.0%
	أصبح التعرض لمهام تم أداؤها عبر الذكاء الاصطناعي أمرًا اعتياديًا وطبيعيًا لي	5	0	2	0	0	9.0%
	أشعر بالارتياح عند مشاهدة روبوت يتحدث للجمهور باللغة العربية	4	4	0	0	0	10.0%
	أجد مرونة كبيرة في التفاعل مع المحتوى المنتج عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي	2	5	0	0	0	9.0%
	الذكاء الاصطناعي أسهم في حل مشكلاتي مع وسائل الإعلام	2	7	0	0	0	9.0%
	سيزيد الذكاء الاصطناعي من جودة العمل داخل غرف الأخبار	2	5	0	0	0	9.0%
	توظيف الذكاء الاصطناعي يساعد في حل خدمة العملاء وتطويرها	3	10	0	0	0	17.0%
	المجموع	40	40	0	0	0	100%

النتائج العامة للدراسة ومناقشتها

– تقييم المبحوثين لدور نتاجات الذكاء الاصطناعي في تحقيق مصداقية مضمون الرسائل الاخبارية:

توضح نتائج تقييم الجمهور لواقع دور نتاجات الذكاء الاصطناعي في تحقيق مصداقية مضمون الرسائل الإخبارية سواء المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي أو البث التليفزيوني الرقمي أو صحافة الروبوت، واحتل مقياس (دور الذكاء الاصطناعي في درجة دقة الفحوى الاخباري) ومقياس (دور الذكاء الاصطناعي في تقبل وجهات النظر المختلفة) الترتيب الأول بواقع نسبي (18.0%) لكلاهما، بما يشير لتفوق هذه الخدمة وانتشارها بين أوساط المتعاملين مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وجاء بعدها في المرتبة الثانية (دور الذكاء الاصطناعي في جودة تحرير القصة الإخبارية) بنسبة مئوية (17.0%)، إذ تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على انتاج قصص إخبارية عالية الجودة والدقة، مما يتيح للعاملين فيها الى استثمار الوقت والجهد في انتاج المادة الاخبارية، أما فيما يتعلق بمقياس (دور الذكاء الاصطناعي في موضوعية البحث عن مصادر المادة الاخبارية)، فقد احتلت الترتيب الثالث بدرجة نسبية (16.0%)، وتشير النتائج إلى أن مقياس (دور الذكاء الاصطناعي في قابلية التصديق) ومقياس (دور الذكاء الاصطناعي في عزل الحقيقة عن الرأي) قد جاءَ في المرتبة الأخير متساويين في الدرجة النسبية وهي (15.5%) لكل منهما، وذلك لما لتطبيقات الذكاء الاصطناعي من دور بارز في تعزيز قابلية التصديق لدى الجمهور عن طريق تكوين مادة إعلامية معززة بالصور ذات الدقة العالية، فضلا عن الاستعانة بالمصادر العديدة والكبيرة وتزويد المادة الاخبارية بكم هائل من المعلومات واخذ الأفضل بينهم، مما يعزز عملية فصل الموضوع الحقيقي عن الراي المستنتج من قبل صانع المادة.

الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاخباري

تشير نتائج حول مدى اعتماد المؤسسات الاخبارية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الاخباري، وان فئة (سيحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في إنتاج المحتوى

الاخباري)، وكذلك فئة (توظيف الذكاء الاصطناعي يساعد في حل خدمة العملاء وتطويرها) قد احتلا الترتيب الأول بمعدل نسبي (17.0%)، وذلك لما للذكاء الاصطناعي من دور مهم وفعال في انتاج المحتويات الاخبارية التي تعتمد عليها المؤسسات الاخبارية وحتى الافراد العاملين في مجال الاعلام في النتاج المادة الاخبارية ولاسيما الرياضية منها، وفي الترتيب الثاني جاءت فئة (أجد الأخبار المكتوبة بواسطة الذكاء الاصطناعي يسهل قراءتها وفهمها) بمعدل نسبي (11.0%) وذلك لان ما تنتجه تطبيقات الذكاء الاصطناعي يتسم بالمرونة والسهولة بما يناسب جميع المتابعين ولجمهور بعيدا عن الاسهاب واللغة العالية الغير سلسة، وفي الترتيب الثالث جاءت فئة (أشعر بالارتياح عند مشاهدة روبوت يتحدث للجمهور باللغة العربية) بنسبة (10.0%) وذلك لكون هذه التطبيقات جديدة على الواقع المجتمعي لذلك يجد المتعامل معها شعورا بالارتياح لكونها تسهل عليه العديد من الاعمال التي عادة ما تأخذ وقت طويلا لإنجازها او البحث عن مصادر لها والتأكيد من دقتها وصحتها او تشكيل لغتها وترجمتها، وفي الترتيب الأخير جاء فئة (سيتم الاعتماد على الروبوت بدلًا من الصحفيين في المستقبل)، وكذلك فئة (أصبح التعرض لمهام تم أداؤها عبر الذكاء الاصطناعي أمرًا اعتياديًا وطبيعيًا لي)، وفئة (أجد مرونة كبيرة في التفاعل مع المحتوى المنتج عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، وفئة (الذكاء الاصطناعي أسهم في حل مشكلاتي مع وسائل الإعلام)، وفضلا عن فئة (الذكاء الاصطناعي أسهم في حل مشكلاتي مع وسائل الإعلام)، وفئة (سيزيد الذكاء الاصطناعي من جودة العمل داخل غرف الأخبار)، كل هذه الفئات جاءت بنسبة (9.0%) لكل واحد منها، وذلك لان التطبيقات الذكية تساعد بشكل كبير كلا من العاملين في مجال اعلام والمتلقين للمواضيع الاخبارية بكونها توفر مواد إعلامية تتسم بالتميز والدقة والتطور من الناحية التقنية في انتاج وابتكار الصور والفيديوهات المميزة.

الخاتمة

بناءً للإرث العلمي المتمثل في دور التقنيات الحديثية في انتاج محتوى وسائل الإعلام، يركز البحث الحالي على تقييم الجمهور للآليات المستخدمة في توظيف الذكاء الاصطناعي ودوره في إنتاج محتوى الوسائط عبر الخوارزميات الرقمية، واستيعابهم لمصداقيتها مقارنة بالمحتوى التقليدي الذي ينتجه المحرر البشري من خلال تطبيقه على نموذجين للأخبار الرياضية على المواقع العراقية، وتعد هذه الممارسات الاخبارية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي جديدة في المنطقة العربية، على الرغم من أنها قطعت أشواطا كبيرة في الإعلام الغربي، وحققت نجاحات ملحوظة في تغطية الأحداث الاقتصادية والرياضية، وظروف الطقس، وحركة المرور التي يمكن برمجتها بشكل روتيني، لذلك الصحفيون يمكن الوصول إليها ويمكنهم تكريس أنفسهم لمزيد من المهام التحريرية التي تعتمد على التفسير والعمق والتحليل والتفكير النقدي.

لا تزال تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي محدودة بالنظر إلى أنها في مراحلها الأولى، وتختلف الآراء حول مدى نجاح صياغة المحتوى من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي بين من يرونها مللًا والطريقة الوصفية التقليدية، ومن يقيمه على أنه محتوى يتمتع بمستوى عالٍ من المصداقية، وأن الجمهور العادي يواجه صعوبة في التمييز بين المحتوى المكتوب بذكاء اصطناعي والمراسل الحقيقي، وأثار انتقال الذكاء الاصطناعي والثورة الرقمية إلى مجال الإعلام حالة من الجدل حول الدور المتوقع لهذه التطبيقات، وهل ستحل محل الممارسين الاخباريين والاستغناء عنهم؟ أم أنها أداة لدعم قدراتهم ومهاراتهم البشرية في مواجهة كمية هائلة من البيانات، مما جعل المتابعين يفقدون القدرة على التفسير والتحليل؟

واحتدم الجدل حول حدود مصداقية هذه الوسائل الجديدة في تحرير المحتوى أو روبوتات المحادثة وغيرها، وقدرتها على كسب ثقة الجمهور وتقييم موضعيته، في ضوء ما أوضحه القائمون على تطوير هذه البرامج أن توظيف الأذكى للروبوت يحل مشاكل التحيز في إنتاج المحتوى الاخباري ويضمن موضعيته التحقق من الدقة والسرعة في إنتاج العمل الاخباري وتسهيله إلى حد كبير.

قائمة المصادر والمراجع

1. اراجيك. م. ن، (2019)، مجالات الذكاء الاصطناعي، ترجمة: احمد عوضي، (لبنان: دار الهواجس للنشر والتوزيع).
2. البياتي، ياسر خضر، (2018)، مستقبل الذكاء الاصطناعي في الاعلام، (لبنان: دار الزمان للطباعة والنشر والتوزيع).
3. الحديدي، منى، (2018)، الاعلام ومواجهة الازمات الالكترونية، (القاهرة: دار الانجلو للطباعة والنشر والتوزيع).
4. رابح، الصادق، (2013) وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الازمات – نماذج عملية ورؤى استشراقية، (د. ب: دار الحكمة للدراسات الاخبارية والاتصالية).
5. زايد، هاني، (2017)، الذكاء الاصطناعي يتفوق على البشر في غضون 45 عاما، (القاهرة: دار العلم العلمية المتخصصة).
6. صالح، فاتن عبد الله، (2019)، إثر الذكاء الاصطناعي والذكاء العاطفي على جودة اتخاذ القرارات، (عمان: دار ومنشورات الشرق الأوسط للدراسات والبحوث).
7. عشري، ايمان سامي حسين، (2017)، دور العلاقات العامة الرقمية في الإدارة الالكترونية للازمات السياسية وتأثيرها على الشباب، (القاهرة: منشورات كلية الاعلام).
8. كيتشن، روب، (2018)، ثورة البيانات الالكترونية – البيانات الكبيرة والبيانات المفتوحة والبنى التحتية للبيانات والنتائج المترتبة عنها، تر: محمد غروي، (الرياض: منشورات معهد الإدارة العامة).
9. اللبان، شريف درويش، (2019) مداخل جديدة لتطوير صناعة المحتوى الصحفي الالكتروني، (القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات).
10. ماجد، أحمد، (2018)، الذكاء الاصطناعي بدولة الامارات العربية المتحدة، (الامارات العربية المتحدة –دبي: منشورات وزارة الاقتصاد، إدارة الدراسات والسياسات الاقتصادية، مبادرات الربع الأول).
11. مصطفى، هويدا، (2020)، دور الاعلام قبل واثناء وبعد الازمات البيئية، (القاهرة: دار الأنجلو للطباعة والنشر والتوزيع).