

تحديات المصداقية والاستقلالية لتحرير الأخبار

في ظل الذكاء الصناعي

د. عادل المشري هواد

كلية الإعلام والاتصال، جامعة طرابلس
Hwadedeill69@gmail.com

الملخص

تبحث هذه الدراسة المعنونة بـ "تحديات المصداقية والاستقلالية لتحرير الأخبار في ظل الذكاء الاصطناعي" في انعكاسات الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار، وما يترتب على ذلك من إشكاليات تتعلق بثقة الجمهور وحرية المؤسسات الإعلامية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستندت إلى استبيان ميداني وجه إلى عينة من الشباب الليبي بين 18 و35 سنة، بهدف رصد مواقفهم تجاه الأخبار الرقمية المنتجة بالذكاء الاصطناعي، وأظهرت النتائج أن مستوى الثقة في هذه الأخبار محدود، حيث يثق 45% فقط بها، بينما يفضل غالبية المشاركين الأخبار التي ينتجها الصحفيون البشر، كما بيّنت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يجعل الأخبار أكثر عرضة للأخطاء والمعلومات المضللة، فضلاً عن تأثير الخوارزميات على تنوع المحتوى وحرية التعبير.

خلصت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي، على الرغم من إسهامه في تسريع العمل الصحفي وزيادة كفاءته، يطرح تحديات جوهرية تمس المصداقية والاستقلالية الإعلامية. وبناءً عليه، أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية في استخدام الذكاء الاصطناعي، وتدريب الصحفيين على التحقق من الحقائق عند التعامل مع المحتوى المنتج آلياً، إلى جانب سن تشريعات تحافظ على حرية التعبير وتواجه هيمنة الشركات التكنولوجية الكبرى. كما دعت إلى تطوير أدوات لرصد الأخبار الزائفة ودعم الإعلام المستقل والمتنوع، مع رفع وعي الجمهور بمخاطر الاعتماد الكلي على المحتوى الذي ينتجه الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي - المصداقية - الاستقلالية - الصحافة الرقمية - الاخبار الزائفة .

Abstract:

This study, titled "Challenges of Credibility and Independence in News Editing in the Age of Artificial Intelligence," examines the implications of the increasing reliance on AI technologies in the news industry and the resulting problems related to public trust and the freedom of media institutions. The study adopted a descriptive analytical approach and relied on a field survey directed at a sample of Libyan youth between the ages of 18 and 35, with the aim of monitoring their attitudes toward digital news produced using AI. The results showed that trust in this news is limited, with only 45% trusting it, while the majority of participants prefer news produced by human journalists. The results also revealed that AI makes news more vulnerable to errors and misinformation, in addition to the impact of algorithms on the diversity of content and freedom of expression.

The study concluded that, despite its contribution to accelerating journalistic work and increasing its efficiency, AI poses fundamental challenges to media credibility and independence. Accordingly, the study recommended enhancing transparency in the use of AI, training journalists on fact-checking when dealing with machine-generated content, and enacting legislation to preserve freedom of expression and counter the dominance of large tech companies. It also called for developing tools to monitor fake news and support independent and diverse media, while raising public awareness of the risks of relying entirely on AI-generated content.

Keywords: artificial intelligence, credibility, independence, digital journalism, fake news.

المقدمة

بعد أن اقتصرَت المنافسة على الصحف الورقية، غيّرت التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مؤخرًا ديناميكيات صناعة الصحافة، وقسمتها إلى نوعين متميزين: (الصحف المطبوعة – الإلكترونية).

منذ نشأتها في أوائل التسعينيات، ازدادت أهمية هذا الشكل الجديد من الصحافة. ومع مرور السنين وتوسع الإنترنت، وتضاعف عدد مستخدميها، أصبحت معظم المؤسسات الصحفية، العربية والدولية، تمتلك مواقع إلكترونية للنسخ الورقية. وما يميز هذا الوضع هو ظهور نوع جديد من الصحف يختلف تمامًا عن الصحف المطبوعة، يُعرف باسم "الصحف الإلكترونية"، وهي متاحة إلكترونيًا فقط، ولا تتوفر نسخ ورقية منها. فبالإضافة إلى ما يتميز به هذا النوع من الصحف من تفاعلية وفورية وتحديث مستمر وحدود مفتوحة، وإمكانية توفير الوقت والجهد والمال، يتميز هذا

النوع من الصحف عن وسائل الإعلام التقليدية عموماً بتنوع الوسائط التي تجمع بين الصوت والصورة والنص. بدأ الذكاء الاصطناعي يُحسن اقتصاديات الإعلام الرقمي، حتى أصبح رائداً في اقتصاديات المعرفة، ويرسم ملامح مستقبل جديد للتواصل الإنساني والثقافي. ونتيجةً لظهوره وضرورة تطبيقه، بدأت الصحافة الإلكترونية تتخذ أبعاداً أكثر تطوراً. فقد تطور الذكاء الاصطناعي من مجرد تسليّة تقنية إلى حاجة هيكلية ووظيفية ملحة لتحقيق عائد اقتصادي، وتواصل فعال، واستخدام مبتكر. ولأن إدخال الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية يُسهم في مزيد من التقدم والتطور لهذه الصناعة، فإنه يُمثل أيضاً مجالاً محفوفاً بالعقبات..¹

وقد استخدم الخبراء والتجارب المتراكمة والتماثلية التي سبقت بها بعض الدول ، والمؤسسات الإعلامية الرائدة في توظيف تلك التقنيات ، كان لها معاني ضمنية للاستشراف تؤدي بالضرورة إلى النظر في الشيء البعيد ، ومحاولة التعرف عليه ، واتخاذ الطرق والمنهجيات ، وقراءة الحاضر وذلك بناء على مشاهدات شخصية تقرأ مجرى الأحداث ، وتتنبأ بحدوثها إلى جانب الاسترشاد بلغة المنطق ، والأرقام ، إن أحد الدوافع الرئيسية التي تقود إلى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، ودمجها في العمل الصحفي هي مدى الإمكانيات الهائلة التي توفرها هذه التقنية للصحافيين ، وغرف الأخبار، مثل : تسريع المهام للعاملين ، ونشر الأخبار، والكشف عن ماهية الأخبار الزائفة ، وصناعة المحتوى الصحفي بأساليب رقمية متقدمة تعتمد على توافر البيانات الضخمة ، هذا إلى جانب تتبع اهتمامات الجماهير، والبحث في اتجاهات استهلاك المعلومات ، وتفضيلات المستخدم ، وتحسين تجربته..²

تؤدي المعايير دوراً أساسياً في حوكمة تطوير التقنيات وتسهيل تبنيها في مجالات عدة ، ومع التزايد المتسارع في استخدام الذكاء الاصطناعي في شتى نواحي الحياة ، نشأت الحاجة إلى ضرورة وجود معايير الحوكمة استخداماته وتطبيقاته لاسيما وأن التجارب العالمية في بناء المعايير لبعض التقنيات الأخرى قد أثبتت نجاحها ، وبالرغم من الجهود الحالية المتفرقة لإنشاء معايير

1 عمار خلايفية ، وسعيد فاروق (2024م) ، الصحافة الإلكترونية في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي نحو استبدال الإنسان بالآلة ، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف (الجزائر) ، 1-13 .

2 ملتقى إحدى مبادرات مركز أسبار (2023م) ، استشراف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة الإعلام السعودي وقضايا المملكة لجنة الشؤون الإعلامية ، لجنة الشؤون الإعلامية ، العدد 115 ، 1-36 .

تغطي جوانب الذكاء الاصطناعي ، إلا أن الجهود لا تزال في بداياتها وهذا يعود إلى أن المجال حديث نسبياً من حيث تطوير الأنظمة والخدمات والمنتجات ، يهدف هذا التقرير إلى تسليط الضوء على الجهود العالمية لتطوير معايير الذكاء الاصطناعي وذلك باستعراض أبرز الجهات العالمية والمبادرات الدولية في هذا المجال، والتحديات التي تواجه عملية إنشاء المعايير وتطويرها، كما يتضمن ملحقاً بقائمة المعايير العالمية المنشورة أو التي لا تزال قيد الإعداد.³

أدى دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة ، إلى إحداث تحول في صناعة الإعلام عبر المراحل المختلفة لإنشاء الأخبار وانتاجها وتوزيعها ،و كان الأمر كذلك فإنه كان لابد للمؤسسات الإعلامية مواكبة استخدام هذه التقنيات والسير نحو هذه التجربة في صناعة الإعلام ، مع أخذ بعين الاعتبار أنه هل بالإمكان أن يتفوق الذكاء الاصطناعي على البشر في صناعة الإعلام وتعد الوسائط المتعددة في الإعلام مصدراً مؤثراً على مصداقية الأخبار فبفضلها يتضح صدق الخبر باعتبار هذه الوسائط وسائل مدعمة وواضحة ، تدعم مصداقية النص ، ولهذا فإن تأثير الصورة والفيديو يكون أكثر من تأثير المادة الإعلامية المكتوبة ، فأصبح الإعلام الرقمي يترك الصورة تعبر عن نفسها فساد الاعتقاد لسنوات عديدة بأن معيار الصدق المحتوي الإعلامي متوقف على مصدر الخبر ونقل الوقائع المصورة ، غير أنه ومع التطور الكبير التكنولوجي في مجالات تصوير البرمجة وظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي أصبح أي محتوى إعلامي عرضة للتزييف حتى وإن كان مدعماً بالصوت والصورة ، فأضحى الصوت أو الصورة أو الفيديو عرضة للتزييف ، الأمر الذي أدى عدم تصديق أي محتوى أو على الأقل التشكيك في مصداقيته ، وأصبح التفريق بين المحتوى الصحيح والزائف لا يتم إلا بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.⁴

3 عبد الله بن شرف الغامدي (2023) ، معايير الذكاء الاصطناعي العالمية جهود وتحديات ، الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي ، السعودية ،

26-9 .

4 محمد ضيوف (2024) ، تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، بين تعزيز المصداقية وتنامي الأخبار الزائفة ، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية

والاتصالية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، العدد 3 ، 1-35 .

مشكلة الدراسة

تتمحور مشكلة الدراسة حول تعرض قطاع الإعلام الى تحولاً جذرياً في السنوات الأخيرة نتيجةً للتطور السريع لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ، وفي الوقت الحالي ، تُستخدم هذه التقنيات في تحرير الأخبار، وتأليف العناوين ، وتحديد أولويات النشر، وحتى إنشاء مواد كاملة دون تدخل بشري مباشر ، وقد سرّعت هذه البرامج من عملية إنتاج الأخبار وخفّضت النفقات ، إلا أنها خلقت أيضاً مشاكل خطيرة تتعلق بموثوقية الأخبار واستقلالية التحرير للصحفيين ، بسبب التحيزات في بيانات التدريب أو عيوب في نماذج التنبؤ، قد يؤدي الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الرقمية الحديثة إلى انتشار معلومات كاذبة أو مضللة ، تُثار أيضاً مخاوف بشأن فقدان الصحفيين لسلطتهم التحريرية بسبب تدخل الذكاء الاصطناعي في اختيار الأخبار وتسلسلها، وهذا من شأنه أن يُقوّض استقلالية العمل الإعلامي ويحوّل العملية التحريرية من فعلٍ بشريٍّ واعٍ إلى استجابةٍ آليةٍ قد لا تُراعي السياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية المُعقّدة ، وبناءً على ذلك ، يُصبح من الضروري دراسة هذه القضايا من منظورٍ أكاديميٍّ ومنهجيٍّ لفهم جوانب تأثير الذكاء الاصطناعي على إجراءات تحرير الأخبار وتقييم مدى تعريضه القيم الصحفية الأساسية للخطر، وخاصةً استقلالية التحرير ومصادقيته. لذلك ، يُشكّل السؤال الرئيسي التالي مصدرَ مشكلة الدراسة :

إلى أي مدى يُؤثّر استخدام أساليب الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار على موضوعية الأحكام التحريرية في المؤسسات الإعلامية وموثوقية المحتوى ؟

أهداف الدراسة

- 1) الكشف عن تأثير الذكاء الاصطناعي على موثوقية المحتوى الإخباري لشركات الإعلام .
- 2) مدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على استقلالية الهيئات التحريرية والصحفيين .
- 3) الكشف عن القضايا الأخلاقية والمهنية الرئيسية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار.
- 4) التعرف على مدى كفاءة آليات الرقابة والتحقق في التعامل مع الأخبار التي ينتجها الذكاء الاصطناعي معرفة آراء الصحفيين حول مزايا وعيوب استخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير .

- (5) رصد أبرز أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج الأخبار وتحريرها.
- (6) رصد مواقف الجمهور تجاه الأخبار المنتجة آليا ومدى ثقتهم بها مقارنة بالأخبار التقليدية.
- (7) التعرف على أشكال التحيز الآلي التي قد تنتج عن الذكاء الاصطناعي وأثرها على المصداقية الإعلامية.
- (8) معرفة الدور الذي يلعبه الصحفي البشري في ضمان استقلالية القرار التحريري بجانب أدوات الذكاء الاصطناعي؟

تساؤلات الدراسة

- (1) ما مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية على التحقق من المعلومات في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي؟
- (2) كيف تؤثر أدوات الذكاء الاصطناعي على حيادية واستقلالية المحتوى الإخباري؟
- (3) هل يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تعزيز أو تراجع المصداقية الصحفية عند الجمهور؟
- (4) ما أنواع التحيزات التي قد تنتج عن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تحرير الأخبار؟
- (5) ما الدور الذي يلعبه الصحفي البشري في ضمان استقلالية القرار التحريري بجانب أدوات الذكاء الاصطناعي؟
- (6) ما التحديات التي تفرضها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على مصداقية واستقلالية تحرير الاخبار؟
- (7) ما القواعد والسياسات الأخلاقية التي يمكن أن تضمن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار؟
- (8) كيف تؤثر استخدامات الذكاء الاصطناعي على مستقبل مهنة الصحافة ومصداقية المؤسسات الإعلامية؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في ان الإعلام يشهد تطورا متسارعا متغيرا في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية والإعلامية ، فقد أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي جزءا لا يتجزأ من مختلف مراحل العمل الصحفي ، بدءًا من جمع المعلومات وصولًا إلى تحرير

الأخبار ونشرها للجمهور عبر منصات متعددة ، ويأتي هذا التحول في ظل تطلعات المؤسسات الإعلامية إلى السرعة والكفاءة وخفض التكاليف ، إلا أن هذه المزايا التقنية قد تعرض مجموعة من المبادئ المهنية الأساسية للخطر، أبرزها المصداقية واستقلالية التحرير، فقد تؤدي المعالجة الآلية للمحتوى إلى إنتاج مادة صحفية تمزج الواقع بالواقع ، بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي قد تكون متحيزة أو تفتقر إلى السياق الإنساني اللازم للحكم التحريري السليم .

تهتم هذه الدراسة بمحاولة الإجابة على أسئلة محورية تتعلق بمدى تأثير استقلالية القرارات التحريرية ومصداقية الأخبار المنتجة في بيئة رقمية تعتمد على الذكاء الاصطناعي ، كما تبرز الدراسة أهميتها في سعيها لتحليل الفجوة بين الصحفية والممارسة المهنية التقليدية واستكشاف المخاطر المحتملة المرتبطة بتراجع الدور البشري في تحرير الأخبار ، ويمتد تأثير هذه الدراسة إلى المؤسسات الإعلامية والهيئات التنظيمية ، إذ يمكن أن تسهم نتائجها في تطوير أطر أخلاقية وتشريعية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، بما يحقق التوازن بين الاستفادة من القدرات التقنية والحفاظ على القيم الصحفية الأصيلة.

وفي ظل تزايد اعتماد بعض المؤسسات الإعلامية في المنطقة على حلول الذكاء الاصطناعي ، دون وجود هياكل تنظيمية أو تشريعية واضحة تضمن تنظيم هذا التحول التكنولوجي وفقا للمعايير المهنية ، كما توفر الدراسة مرجعا أكاديميا مهما للباحثين والطلاب والإعلاميين لفهم أعمق للتحديات التقنية والأخلاقية الناشئة عن دمج الذكاء الاصطناعي في العملية التحريرية .

فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى : يوجد علاقة عكسية بين استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار ومصداقية الأخبار المنشورة في المؤسسات الإعلامية .

الفرضية الثانية : يوجد علاقة طردية بين الاعتماد المتزايد على أدوات الذكاء الاصطناعي وضعف استقلالية القرار التحريري للصحفيين .

الفرضية الثالثة : يصنع الذكاء الاصطناعي تحيزات قد تؤثر على حيادية المحتوى الإخباري .

الفرضية الرابعة : يصعب على الذكاء الاصطناعي عن التمييز الكامل بين المعلومات الصحيحة والمضللة دون تدخل بشري .

الفرضية الرابعة : يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار على ثقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي.

الفرضية الخامسة : تقتصر المؤسسات الإعلامية إلى أطر تنظيمية واضحة لضبط استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار .

الفرضية السادسة : يعزز وجود الصحفي البشري من المصداقية والاستقلالية التحريرية حتى عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي .

الاطار النظري

المبحث الأول : الذكاء الاصطناعي ومؤسسة الاعلام

المطلب الأول : الذكاء الاصطناعي والاخبار المزيفة

ادى التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى إحداث تحول جذري في مجال إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، إلا أن هذا التطور لم يخلُ من التحديات، وعلى رأسها تنامي ظاهرة الأخبار المزيفة. فقد أصبح الذكاء الاصطناعي، عبر تقنيات مثل توليد النصوص التلقائي، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتزوير الصور والفيديوهات (مثل تقنية "التزييف العميق") ، أداة فعالة في صناعة محتوى إعلامي يبدو للوهلة الأولى دقيقاً وموثوقاً، رغم افتقاره إلى الأسس الحقيقية والمصادر الموثوقة. وتكمن خطورة هذه الظاهرة في قدرة الخوارزميات على إنتاج كميات هائلة من الأخبار الزائفة خلال فترة زمنية قصيرة، وبجودة لغوية عالية، ما يعقّد مهمة التمييز بينها وبين الأخبار الحقيقية، خاصة لدى جمهور غير متخصص أو محدود الوعي الإعلامي.

تعريف الذكاء الاصطناعي

يعتبر الذكاء الاصطناعي (AI) هو مجال من علوم الحاسوب مُخصص لحل المشكلات المعرفية المرتبطة عادةً بالذكاء البشري ، مثل التعلم والإبداع والتعرف على الصور. تجمع المؤسسات الحديثة كميات هائلة من البيانات من مصادر متنوعة ، مثل أجهزة الاستشعار الذكية، والمحتوى الذي يُنتجه الإنسان، وأدوات المراقبة، وسجلات النظام. يهدف الذكاء الاصطناعي إلى إنشاء أنظمة ذاتية التعلم تستخلص المعنى من البيانات ، ومن ثم، يُمكن للذكاء الاصطناعي تطبيق هذه المعرفة لحل مشكلات جديدة بطرق تُشبه البشر، على سبيل المثال، يُمكن لتقنية الذكاء

الاصطناعي الاستجابة بشكل هادف للمحادثات البشرية ، وإنشاء صور ونصوص حقيقية ، واتخاذ قرارات بناءً على مدخلات البيانات في الوقت الفعلي ، يمكن لمؤسستك دمج قدرات الذكاء الاصطناعي الذكاء الاصطناعي في تطبيقاتك لتحسين عمليات الأعمال ، العملاء ، العملاء وسريع الابتكار، ولذلك فإن مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الحاسوب أو الروبوت الذي يتحكم فيه الحاسوب على الأداء العام يؤثر بالكائنات الرقمية الذكية ، وهو فرع من علم الحاسوب ويتعرف على مؤلفات الكثير من الذكاء الاصطناعي حيث يدرس العملاء الأذكاء ، والميل الذكي هو نظام يستوعب بيئته ويتخذ لك من فرصته في النجاح في تحقيق مهمته أو مهمته.⁵

تعريف الأخبار المزيفة

لأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي في عصر الرقمنة فيها، "كالمحتوى المفبرك" ويعني المحتوى غير الصحيح بشكل شبه كامل ، و "المحتوى المزور" وهو المحتوى المعنى بتزوير هوية المصدر، والمحتوى المضلل" وهو المحتوى الذي يحوى توجيه معين تجاه أفراد أو جهات أو قضايا بعينها، والتلاعب بالمحتوى" من خلال التركيب والقص أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع، و " السياق الزائف" عن طريق وضع معلومات صحيحة ولكن في سياق زائف، والربط الزائف" وهو عبارة عن وضع معلومات أو صور ليس لها علاقة بالمحتوى الخبري أو المعلوماتي المقدم لا في سياق الزمان أو المكان، والسخرية " كما وصفها بأنها لا تسبب ضرر ولكنها قد تسبب تضليل للرأي العام تجاه قضايا بعينها يتم تداولها . كما تنوعت دوافع استخدام "الأخبار المزيفة " في دافعين رئيسيين كما حددها الباحث " الأول هو الدافع المادي بحيث يساعد الانتشار الواسع له في تحقيق ربح مالي وعائدات مالية ضخمة نتيجة لإيرادات الإعلانات التجارية التي ترتبط بنسب المشاهدة، وعدد المشاركات، والتعليقات والإعجابات، أما عن الدافع الثاني كما حدده فهو الدافع الأيدولوجي ويكون الهدف الأساسي هنا هو الترويج لأفكار بعينها أو لكيانات سواء لدعمها أو للهجوم عليها، كما أنها قد تروج لتشوية سمعة أشخاص أو مؤسسات أو أحزاباً أو كيانات أو دول من أجل هدف سياسي أو اقتصادي أو ثقافي أو مجتمعي .⁶

5 إنجي بهجت جمال لبيب (2024م) ، اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية

التلفزيونية ، مجلة البحوث الاعلامية ، المجلد الثاني ، العدد السابعون ، 1142-1071 .

6 دينا عصمت والي، حسن عماد مكاوي (2025م) ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ، المجلد الأول ، العدد الواحد والثلاثون ، 735-715.

المطلب الثاني : استخدام الذكاء الاصطناعي والاعلام

شهدت المؤسسات الإعلامية في العقد الأخير تحولا جذرياً في بنيتها التشغيلية والتنظيمية نتيجة دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل الإنتاج الإعلامي، بدءاً من جمع المعلومات، مروراً بتحرير النصوص وتوليد المحتوى، وصولاً إلى النشر والتوزيع وتحليل التفاعل الجماهيري. فقد أصبحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي قادرة على القيام بمهام تحريرية كانت حكرًا على العنصر البشري، مثل كتابة الأخبار العاجلة، أو تلخيص البيانات المعقدة، أو تصنيف القصص وفقاً لاهتمامات الجمهور المستهدف. هذا التحول أدى إلى تسريع وتيرة العمل، وخفض التكاليف التشغيلية، لكنه في المقابل أثار تساؤلات جوهرية حول مستقبل الدور التحريري للصحفي، ومستوى الالتزام المهني، وموقع القيم الأخلاقية في بيئة يهيمن عليها القرار الخوارزمي.⁷

أو أتمتة الإعلام (Media، Automated) بمعنى التشغيل الآلي ، أو إعلام الروبوت (Robot media) ومن شأن التطور الذي أحدثته تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتعددة في جمع الأخبار وكتابتها ، إلى جانب تحليل البيانات الضخمة ومعالجتها صحفياً أن تقود إلى تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الإعلامية، وطرق عملها ، الأمر الذي سيؤدي إلى أيضاً إلى تحولات مهمة في مفهوم الإعلام الرقمي وخصائصه وآلياته وتأثيراته المجتمعية ، وإذا ما تم النظر إلى الوضع الحالي للذكاء الاصطناعي، نجد أن الشركات الكبرى في مجال صناعة التكنولوجيا مثل جوجل ومايكروسوفت واي بي إم وفيس بوك قد تعمقوا في أبحاث الذكاء الاصطناعي ويتطلعون إلى المزيد في هذا المجال ويستثمرون أموالهم في البحث والتطوير في مجال التعلم العميق .⁸

أهداف الاعلام الذكي

يهدف الإعلام الذكي إلى تسهيل وتحسين تجربة المستخدم وتنويع المنصات الإعلامية والمحتوى وفقاً لاهتماماته واحتياجاته الفردية، إضافة إلى توفير معلومات دقيقة للأشخاص والجماعات التي تهتم بمواضيع معينة، وتتمثل أبرز المميزات التي تتسم بها الإعلام الذكي في السرعة التي يمكن

7 راشد صلاح الدين راشد عبد الحليم (2024م) ، واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي دراسة تحليلية ميدانية ، مجلة البحوث الاعلامية ، المجلد الثاني ، العدد التاسع والستون الجزء الثاني ، 1289-1348 .

8 محمد الغباري ، باسل يسري عبد الفتاح (2023م) ، دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي رؤية مستقبلية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، العدد ٤٣ ، 619-654

بها جمع البيانات وإمكانية كتابة المقالات ، أخطاء أقل في المخرجات ، انخفاض التكاليف تذهب بعض الاتجاهات البحثية لاعتبار الحقبة القادمة من الإعلام لا مجال فيها لحجب المعلومات حيث ستعمل وسائل الإعلام على أدوات أسرع عشرات المرات من وسائل التواصل الاجتماعي وأكثر دقة وتفصيلاً في نقل الأحداث عن الإعلام التقليدي والجديد، وفي تقرير عن أتمتة الأخبار من حيث واقع الفوائد والمخاطر، وردت مجموعة من استخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي من أبرزها الاهتمام بقيمة الأخبار عوضاً عن الاهتمام بزاوية المعالجة التي تعتبر مهمة للجميع ، إعادة التفكير في الاستفادة من الصحفيين ، تستطيع الأنظمة المؤتمتة إرسال إنذارات للصحفيين بمستجدات الأحداث؛ ذلك أن العمليات معدة بحيث تصبح أكثر قدرة على التنبؤ بالعلاقات الخفية بين المعلومات ، الاهتمام بالأخبار وسرعة النشر وتحرير كم هائل من المحتوى، جودة الكتابة التي تجعل القصة الخبرية صالحة للنشر الفوري (باعتبار أن الخوارزميات مستندة إلى أجود الممارسات البشرية في مجال الكتابة والتحرير) ، قدرة الآلة على إنتاج محتوى جديد قادر على جذب مجموعة من المعلنين؛ الأمر الذي يجعل تلقي المحتوى مدفوع الثمن بطريقة غير مباشرة.⁹

المبحث الثاني : الذكاء الاصطناعي ومصادقية الاخبار

المطلب الأول : انواع ومسميات الاعلام الرقمي

انواع الاعلام الالكتروني هناك عدة تصنيفات وأنواع للإعلام الجديد، إذ قسم عدد من الباحثين الإعلام الرقمي وفقاً لعدة أنواع وهي:

أولاً : الإعلام الرقمي القائم على الشبكة العنكبوتية وتطبيقاتها، وهو جديد وذات ميزات غير مسبقة، إذ ينمو بسرعة مذهلة وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات والمواقع .

ثانياً : الإعلام الرقمي القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف ،
ثالثاً : نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية، مثل: الراديو والتلفزة التي أضيف إليها ميزات جديدة
مثل : التفاعلية والرقمية ، المجلة العربية للنشر العلمي ، الإعلام الرقمي القائم على منصة الحاسب، ويتم تداول هذا النوع من الإعلام بوسائل، إما شبكية أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل:

9 محمد الغباري ، باسل يسري عبد الفتاح (2023م) ، دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي رؤية مستقبلية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام

الاسطوانات الضوئية والكتب الإلكترونية ، لم يتفق الباحثون والمتخصصون في مجال الإعلام على وضع تسمية محددة للإعلام الجديد، وإنما وضعوا له عدة تسميات ومصطلحات مرادفة له بحسب رؤية وتصور كل منهم لهذا النوع من الإعلام، ومن هذه التسميات هي: الإعلام الرقمي: هو الإعلام الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل: مواقع الويب الفيديو والصوت والنصوص، والتي تقوم بنقل المعلومات والصور والصوت كافة رقميًا ، الإعلام التفاعلي: هو عملية الدمج الآلي أو المتأني في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمرسل إليه، وتكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج، بغرض توصيل الفكرة والاقتناع بها، ويشمل الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرتبة أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه ¹⁰.

الإعلام الإلكتروني هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي، ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، ويمتاز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير ، الإعلام الشبكي هذا النوع من الإعلام خاص بشبكة الإنترنت مثل الشبكات الاجتماعية، ونتيجة إلى ما تميز به هذا الإعلام من تدفق هائل للمعلومات، فقد أطلق عليه صفة إعلام المعلومات (Info Media) لتوافقه بين الكمبيوتر والاتصال ، معتمدا على تكنولوجيا المعلومات، ويأخذ أيضًا تسمية إعلام الوسائط المتشعبة دلالة على استخدامه لبعض الوصلات التشعبية (Links) المتصلة به وهو أيضًا إعلام الوسائط المتعددة (Multimedia) الذي يعنى التداخل الفعلي بين هذه الوسائط (النص الصورة والفيديو) ، إعلام الوسائط التشعبية هو الإعلام الذي يمتاز بطبيعته المتشعبة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات شعبية أو وصلات قاطرة ، ونحن معنيون هذا بميزات خاصة بشبكة الإنترنت التي أعطت الميزة التشعبية والوصلات لما ينشر أو يبيت داخلها ، إعلام المعلومات هو الإعلام الذي يدل على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال ، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلومات ويندمج فيها ، إعلام مجتمعي هو المحتوى الإعلامي الذي يقوم

10 منذر جرادات (2023 م) ، الإعلام الرقمي في الأردن المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن نموذج ، المجلة الصحية النظم العلمي ، المجلد السادس ، العدد ثمانية

أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وله عبر الوسائل الاتصالية الشبكية ، والذي ساعد في انتشار كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية وأجهزة الهواتف النقالة .¹¹

الروبوت والمؤسسة العلمية

يعتبر الروبوت أحد افرازات الثورة الصناعية الرابعة والذي ساهم بشكل كبير في تحسين الرسالة الإعلامية وتحديث أساليب جمع المعلومات، وينظر إليه باعتباره الآلة القادرة على الجمع بين الخوارزميات والبيانات والمعرفة المنبثقة عن العلوم الاجتماعية لاستكمال وظيفة المساءلة في العمل الإعلامي ويعرف حالياً بصحافة الروبوت Robot journalism التي ينظر إليها على أساس أنها ستقود إلى تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الإعلامية وطرق عملها، حيث تم توظيف الروبوت في إنتاج الآلاف من القصص الإخبارية، وتشير بعض الدراسات إلى أن استخدامه يعتمد في الأساس على مقاربتين مألوفتين في العمل الإعلامي، الأولى مرتبطة بكتابة التقارير الإخبارية بمساعدة الحاسوب، والثانية تتصل باستخدام أدوات العلوم الاجتماعية في الإعلام بما يحقق عامل الدقة ، ومن أبرز استخدامات الروبوت في الإعلام الرقمي البحث عن البيانات ومعالجتها، حيث يعد البحث عن البيانات الضخمة ومعالجتها التطبيق الأكثر وضوحاً للخوارزميات في الصحافة، فهو يساعد الصحفيين في العثور على بيانات مرتبطة ببعضها حول موضوع ما بكل سهولة ويسر، تحديد الموضوعات الجديرة بالنشر والأولى بالمتابعة، حيث تتمكن الخوارزميات من خلال قدرتها على تحليل البيانات الضخمة وربطها ببعضها من اتخاذ قرارات سريعة ودقيقة حول الأخبار الجديرة والأحق بالنشر في الوقت الحالي من غيرها، وعبر تقييم اهتمامات الجمهور وردود أفعالهم على المحتوى الصحفي ، الإشراف على التعليقات وتنقيتها، حيث تتمكن الخوارزميات في ذلك من تعزيز المحادثات عبر الإنترنت والإشراف عليها؛ لضمان سيرها بشكل صحيح دون الخروج عن القواعد، كتابة الأخبار، يقوم الروبوت الذكي بجمع البيانات ومقارنتها يمكنها كتابة نصوص صحفية جاهزة دون تدخل بشري، وهو يستخدم في قوالب محدودة تم تحديدها له من جانب

العنصر البشري .¹²

11 منذر جرادات (2023 م) ، الإعلام الرقمي في الأردن المواقع الإخبارية الإلكترونية في الأردن نموذج ، المجلة الصحية النظم العلمي ، المجلد السادس ، العدد ثمانية

وخمسون ، 168-192

12 محمد جمال بدوي أحمد (2024م) ، سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال الفترة

من 2023 وحتى 2033 م ، المجلد الثالث ، العدد السبعون ، 1625-1674

كن تشير بعض الدراسات إلى إمكانية استخدام تلك الروبوتات في التأثير على اتجاهات الرأي العام، وربما ذلك ما أعرب باحثون في شركة «أوبن أيه أي» التي طورت الروبوت أو المساعد الافتراضي «تشات جي بي تي» للمستخدمين وهو تطبيق مدفوع في حدود ٢٠٠ جنيه (ثماني دولارات أسبوعياً على الهواتف المحمولة المتصلة بالإنترنت، ففي ورقة بحثية صدرت، في عام 2019، أعرب الباحثون في الشركة عن قلقهم من قدرات هذا المساعد الرقمي على خفض تكاليف حملات التضليل، ونشر معلومات ليس بالضرورة صحيحة، ما يعني أن زيادة استخدامه من قبل الجمهور والقيام بعمليات مشاركة ما انتجه عبر منصات التواصل الاجتماعي ليتم تداولها بعد ذلك على أنها حقائق، ستؤدي حتماً في المستقبل لزيادة نشر الأخبار الزائفة؛ وهذا يعني أنه بالرغم من أن الروبوتات الذكية تسهم في عملية صناعة المحتوى الإعلامي إلا أن ثمة مخاوف من استخدامها بشكل خاطي ما سيؤدي إلى التالي: تقييد حرية الابداع، حيث يستطيع الروبوت كتابة آلاف القصص بعدة أساليب ولغات في دقائق معدودة والتي يمكن أن يقدمها المستخدم على أنها أفكاره، التحيز والمعلومات الخاطئة، من الوارد حالياً أن يخطئ الروبوت، لكنه سرعان ما يجمع معلومات جديدة ويعرضها في سياق السؤال المطروح عليه، التضليل الإعلامي، قد تتطوي التطبيقات التي تعمل بالروبوتات على العديد من المخاطر المتعلقة بالمعلومات المضللة؛ كما يمكن تغذية وبرمجة وتطوير هذا «العقل الآلي» بمعلومات وأفكار متطرفة في حال سيطر على التطبيق عقلية متطرفة أو عنصر.¹³

المطلب الثاني : الذكاء الاصطناعي وتزييف الاخبار

كان يتم تلقيننا بعدم تصديق كل ما نقرأه عبر شبكة الإنترنت إلا من خلال صور موثقة تثبت الادعاءات ولكن الأمر يحتاج الآن إلى توسيع النطاق ليشمل عدم تصديق الصور المصاحبة سواء كانت ثابتة أو متحركة في خلال السنوات الماضية، فبحسب ما نشرته جريدة The Daily Mail البريطانية، فإن العالم يشهد حالياً طفرة فيما يسمى بظاهرة (التزييف العميق) حيث يتم استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي AI لمعالجة مقاطع الفيديو والصوت بطريقة تشابه الحياة الحقيقية وبجودة ودقة عالية جداً. إذا كان خداع العين البشرية في الماضي لا يتقنه سوى

13 عمرو محمد جلال محمد (2024م)، مصداقية الصورة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق، مجلة العمارة والفنون والعلوم

الإنسانية - المجلد التاسع . عدد (١١)، 580-562 .

البارعون، فقد أصبح اليوم امرا سهلا ويكفي مجرد استخدام بعض البرامج البسيطة وتجميع بعض الصور عبر محركات البحث أو وسائل التواصل الاجتماعي ليقوم أي شخص بنشر اخبار كاذبة مصحوبة بدليل من الصور لا يمكن تكذيبه فصورة واحدة تكفي للقيام بعملية تزيف متقنة ، تستخدم تقنية التزييف العميق الذكاء الاصطناعي لإنشاء صور مفبركة أقرب ما تكون إلى الحقيقة لدرجة أنها لا تخدع أعيننا فحسب، بل تخدع أيضا الخوارزميات المستخدمة للتعرف عليها. ومع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والتطور التكنولوجي أصبح التلاعب بالمعلومات امرا سهلا وصار بإمكان ملايين الأشخاص وليس حكرا على فئة معينة مما يهدد الأمن القومي في أنحاء كثيرة من العالم. في دول مثل روسيا والصين وإيران وكوريا الشمالية والتي تعد نشطة للغاية في نشر الإشاعات ، والأخبار المزيفة باستخدام تقنية التزييف العميق داخل وخارج حدودها الوطنية.¹⁴

أظهرت دراسة أجراها معهد للتكنولوجيا أن الأخبار المزيفة تنتشر على تويتر بسرعة قد تفوق الأخبار الحقيقية بست مرات ، مما يجعل ظاهرة التزييف العميق مثار قلق كبير، حيث إن للتزييف العميق قدرة كبيرة على التضليل لأن معظم البشر يميلون إلى تصديق ما يرون أن التزييف العميق هي تقنية تستخدم في تزيف مقاطع الفيديو بصورة يصعب على البشر تمييزها والتفرقة بين ما هو حقيقي وبين ما هو مزيف، ويستخدم التزييف العميق حالياً في إنشاء مقاطع فيديو حيث يتم فيها استبدال أوجه الأشخاص الحقيقيين بآخرين أو في إنشاء مقاطع فيديو يتحدث بها سياسيون ومشاهير بتصريحات لا تمت إلى الواقع أو الحقيقة بأي صلة. تم إصدار أول فيديو مزيف عميق في العالم باستخدام برنامج ستوديو الذكاء الاصطناعي، والذي يبدو وكأنه يظهر (Nina Schick) وهي مستشارة الذكاء الاصطناعي المحترفة، وهي تقدم تحذير من عدم وضوح الخطوط الفاصلة بين كلا من الواقع والخيال لم تكن هي من تظهر في مقطع الفيديو المزيف والذي تم عرضه، تم التوقيع على الفيديو بشكل مشفر من قبل الشركة الرقمية (Truepic) ، معلنة أنه يتضمن محتوى مزيفاً تم إنشاؤه باستخدام برامج ذكاء اصطناعي ، كان الصوت المصاحب للفيديو المزيف يشرح بكلماته الدقيقة خطورة التزييف وعدم القدرة على التمييز بين ما هو حقيقي ومزيف

14 عمرو محمد جلال محمد (2024م) ، مصداقية الصورة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية

- المجلد التاسع ، العدد الحادي عشر ، قسم الإعلام كلية الألسن والأعلام _ جامعة مصر الدولية ، 562-565 .

فكانت الكلمات (يقول البعض إن الحقيقة هي انعكاس لواقعنا فنحن معتادون على تعريفها بحواسنا.¹⁵

أبرز استخدامات الذكاء الصناعي في الإعلام الرقمي:

أولاً: الهواتف الذكية : أصبحت الهواتف الذكية في عصرنا الحالي أكثر من مجرد آلة تستخدم للاتصالات الصوتية، فهي تؤدي مجموعة من الوظائف الإعلامية مثل كتابة الأخبار والتقاط الصور ونشرها بخلاف مزايا الترفيه وغيرها، وهو ما أطلق عليه صحافة الموبايل والتي تعتبر من أهم الاتجاهات الإعلامية الحديثة التي فرضت حضورها في العمل الصحفي والإعلامي في عالم الاتصال اليوم؛ حيث تستخدم بشكل فعال في أكثر من ٥٠ مؤسسة إعلامية على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية وتوظف حالياً نحو ثلثي محطات التلفزيون إعلاميين مختصين في صحافة الموبايل، وتقدر الدراسات المستقبلية إلى تزايد استخدام الموبايل الذكي في الخدمات الإخبارية بالتعاون مع الوسائل الإعلامية والمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت والتي تبت إليه موادها على مدار الساعة، مثل مواقع شبكات التلفزيون العالمية BBC News Fox CNN ABC وهناك أيضاً مواقع لشبكات عربية ومصرية مثل نبض العربية الجزيرة ، وأخبار اليوم، واليوم السابع، مصرأوي، البوابة نيوز، المصري اليوم وغيرها، ويتوقع أن تحدث صحافة الموبايل Mobile Journalism ثورة في إسهام الجمهور في الشأن العام، وتمكنهم من القدرة على إنشاء معلومات وموضوعات إخبارية ، وتعطي الجمهور دافعاً ليكون أكثر مشاركة وتطوراً وتسهم في محو الأمية الرقمية ، كما ظهر عدد كبير من التطبيقات التي يتم تحميلها على الهواتف في خدمة الإعلام عبارة عن برمجيات مصممة تسهم في عملية نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بطريقة أسهل وأسرع مع المؤسسات الإعلامية المختلفة ، وقد تكون تطبيقات إخبارية تابعة لمؤسسات صحفية أو إعلامية توفر للمستخدمين الأخبار نظير اشتراكات أو تطبيقات لإنتاج ومعالجة المحتوى الإعلامي سواء كان المحتوى نص أو تحرير وتصوير فيديو أو تسجيل وتحرير الصوت الموبايل

15 عمرو محمد جلال محمد (2024م) ، مصداقية الصورة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية

- المجلد التاسع ، العدد الحادي عشر ، قسم الإعلام كلية الألسن والأعلام _ جامعة مصر الدولية ، 570-580 .

سواء أو معالجة صورة، أو المونتاج وهي تطبيقات تعمل كبديل عن أجهزة الحاسب في مونتاج وإنتاج المواد الإعلامية.¹⁶

ثانياً: التلفزيون الذكي : سهل تطوير جهاز التلفزيون الذي يعمل بتقنيات الذكاء الاصطناعي والمتصل بطبيعة الحال بشبكة الانترنت من زيادة الاعتماد على منصات البث الرقمي كما بات من أهم مصادر المعلومات التي تبث في الوقت الحالي، طبقاً لطبيعة الاشتراك ونوع الأخبار التي يرغب المستخدم في متابعتها، ما أدى إلى ما يعرف حالياً بالانتقائية والتحيز في المعروض الإعلامي سواء أخبار أو ترفيه أو غيره ، المذيع الروبوت ستشهد صناعة الإعلام المرئي ظهور حقبة جديدة بدأت بوادرها منذ سنوات قليلة فقط لكنها في طور التحديث والانتشار، يقدم فيها المذيع الروبوت النشرات الإخبارية، بدلاً من المذيع البشري بفضل الخوارزميات الرائدة في تركيب الكلمات وتحديد الصور والتعلم المعقد، كما يشبه المذيع الروبوت الإنسان ويحاكي تعبيرات الوجه والتصرفات الطبيعية ليصبح صورة مشابهة للمذيع البشري المحترف، ولعل الثورة الروبوتية في مجال الأخبار ستصبح ابتكاراً واختراقاً تقنياً حديثاً في مجال الاعلام الالكتروني ، المراسل الروبوت تم تطوير الروبوت ليعمل في الميدان مراسل صحفي، لتغطية وقائع وحوادث عديدة عديدة في أماكن مختلفة، ومنها المناطق المتهبة أو مناطق التوتر أو ساحات الحروب والنزاعات وغيرها من الأماكن التي لا يستطيع الصحفي الوصول إليها، في ظل بيئات مناخية خطيرة مثل مناطق الفيضانات والبراكين والزلازل، فيكون المراسل الروبوت في الوقت الفعلي للحدث، مثال ما قدمته قناة CNN من تغطيات إخبارية المناطق انتشار وباء كوفيد - ١٩ العالمي وزودت الجمهور بالمحتوى الإخباري المرئي استناداً إلى خوارزمية البحث والتوصية، وغيرها.¹⁷

16 بشرى سنجرى (٢٠١٩) صحافة الموبايل : خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 1- 152.

17 أسماء محمد مصطفى عرام (2021م) ، مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجاً) ، مجلة البحوث الاعلامية ، المجلد الرابع ،

العدد الثامن والخمسون ، جامعة جنوب الوادي ، 1674- 1702 .

إجراءات الدراسة الميدانية والمعالجة الإحصائية

أولاً: مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة جميع فئة الشباب الليبي في الفئة العمرية (18-35 سنة)، باعتبارهم الأكثر استخداماً للتقنيات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، والأكثر تعرضاً لاستهلاك الأخبار الإلكترونية في ظل التطور التكنولوجي والاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار ونشرها، ويشمل هذا المجتمع الشباب من الجنسين، بمختلف المستويات التعليمية، في المدن والمناطق الليبية المختلفة.

ثانياً: عينة الدراسة

تم اختيار عينة مقصودة (Purposeful Sample) من الشباب الليبي، تراعي التنوع الجغرافي (شرق، غرب، جنوب)، والتباين في المستوى التعليمي، مع مراعاة التوازن بين الذكور والإناث، و يبلغ حجم العينة (100 شاب/شابة)، وقد تم اختيارهم لكونهم يمثلون الفئة الأكثر تفاعلاً مع الأخبار الرقمية، والأكثر تأثراً بتحديات المصادقية والاستقلالية في ظل اعتماد المؤسسات الإعلامية على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ثالثاً: منهجية الدراسة وأدواتها

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بهدف تحليل تحديات المصادقية والاستقلالية في تحرير الأخبار في ظل الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، ودراسة انعكاس هذه التحديات على وعي وثقة الشباب الليبي في الأخبار الرقمية، ومن خلال دراسة ميدانية، سيتم جمع البيانات من عينة من الشباب الليبي (ذكوراً وإناثاً) في الفئة العمرية (18-35 سنة)، باعتبارهم الفئة الأكثر تفاعلاً مع المنصات الرقمية ومتابعة للأخبار عبر وسائل الإعلام الحديثة.

وسيتم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات العلمية الكمية والنوعية، لكونه يتمتع بقدرة عالية على رصد آراء وتصورات الشباب بدقة، مما يساهم في تحقيق أهداف الدراسة، وقد صُمم الاستبيان ليشمل ثلاثة أقسام رئيسية:

• **القسم الأول:** البيانات الأولية، ويتضمن متغيرات أساسية مثل: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المنطقة الجغرافية (شرق، غرب، جنوب ليبيا)، ومستوى المتابعة للأخبار الرقمية.

• **القسم الثاني:** المصادقية في الأخبار الرقمية، ويضم أسئلة حول مستوى الثقة في الأخبار المحررة بواسطة الذكاء الاصطناعي، ومدى قدرة الشباب على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمفبركة، وتأثير التقنية على دقة المعلومات.

• **القسم الثالث:** الاستقلالية الإعلامية، ويتناول التحديات المرتبطة بتأثير الخوارزميات والتقنيات الذكية على استقلالية العمل الصحفي، مثل احتمالية التحيز، وضغوط منصات التواصل، وتأثير الذكاء الاصطناعي على حرية التعبير وتنوع مصادر المعلومات.

رابعاً: ثبات الاستبيان

يعد ثبات الاستبيان أحد العوامل الأساسية لضمان موثوقية النتائج المستخلصة من الدراسة، ولتحقيق ذلك، سيتم قياس ثبات الاستبيان باستخدام أسلوب إعادة الاختبار (Test-Retest)، حيث سيتم تطبيق الاستبيان على نفس عينة من الشباب الليبي المستهدفين بالدراسة مرتين، بفواصل زمني مناسب، بهدف تقييم مدى استقرار الإجابات والقياسات التي يتم الحصول عليها، ويُتوقع أن يُظهر تحليل البيانات معامل ارتباط مرتفع بين الاستجابات في المراتين، مما يعكس استقرار أداة القياس ويعزز من موثوقيتها، هذه العملية ستؤكد قدرة الاستبيان على قياس متغيرات الدراسة المتعلقة بتحديات المصادقية والاستقلالية في تحرير الأخبار في ظل الذكاء الاصطناعي، بشكل دقيق وموضوعي.

من خلال جدول (1) يلاحظ وجود تفاوت في قيم معاملات الارتباط بين إجابات أفراد العينة المستهدفة حول أسئلة المصادقية والاستقلالية في تحرير الأخبار بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي. فقد أظهرت بعض البنود معاملات ارتباط مرتفعة نسبياً (تجاوزت 0.60) مثل السؤال المتعلق بضعف الدور الإنساني للصحفي مقارنة بالذكاء الاصطناعي، وهو ما يعكس استقراراً كبيراً في اتجاهات أفراد العينة تجاه هذا البعد. بينما أظهرت بنود أخرى معاملات ارتباط

متوسطة (في حدود 0.40-0.50)، وهو ما يشير إلى وجود تفاوت في إدراك المستجيبين لمستوى المصادقية أو صعوبة التحقق من الأخبار الرقمية.

جدول 1 حساب نسبة الارتباط من خلال ارتباط سبيرمان (correlation Spearman)

رقم السؤال	السؤال	حجم العينة	معامل الارتباط (ρ)	الدالة- p value)
1	أثق في الأخبار الرقمية التي يتم تحريرها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.	100	0.41	0.01
2	أستطيع التمييز بسهولة بين الأخبار الحقيقية والمفبركة على المنصات الرقمية.	100	0.47	0.01
3	أعتقد أن الأخبار المحررة بالذكاء الاصطناعي أكثر عرضة لارتكاب أخطاء في المعلومات.	100	0.53	0.01
4	أجد صعوبة أحياناً في التأكد من مصادر الأخبار التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.	100	0.38	0.05
5	أعتقد أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار يقلل من مصداقيتها.	100	0.49	0.01
6	أعرض بشكل متكرر لأخبار مضللة أو غير دقيقة عبر المنصات الرقمية.	100	0.45	0.01
7	ألجأ إلى أكثر من مصدر للتحقق من صحة الأخبار الرقمية.	100	0.52	0.01
8	ألاحظ أن بعض الأخبار الرقمية المحررة بالذكاء الاصطناعي تفتقر إلى العمق والتحقق من التفاصيل.	100	0.58	0.01
9	أثق أكثر في الأخبار التي يقدمها الصحفيون البشر مقارنة بالأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي.	100	0.61	0.01
10	أرى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يؤدي إلى تضليل الجمهور.	100	0.55	0.01
11	أعتقد أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يحد من حرية التعبير.	100	0.42	0.05
12	أرى أن الخوارزميات المستخدمة في المنصات الرقمية قد	100	0.46	0.01

			تؤثر على تنوع مصادر الأخبار.	
0.01	0.50	100	ألاحظ أن الأخبار التي تُعرض لي على وسائل التواصل الاجتماعي موجهة وفقاً لاهتماماتي فقط.	13
0.01	0.57	100	أعتقد أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يؤدي إلى تعزيز التحيز الإعلامي.	14
0.05	0.44	100	أرى أن منصات التواصل الاجتماعي تمارس ضغوطاً على استقلالية المؤسسات الإعلامية.	15
0.01	0.48	100	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي قد يقلل من قدرة الصحفيين على اتخاذ قرارات مستقلة في صياغة الأخبار.	16
0.01	0.54	100	أرى أن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي في التحرير قد يؤدي إلى هيمنة شركات التكنولوجيا الكبرى على صناعة الأخبار.	17
0.05	0.43	100	أشعر أن الأخبار الرقمية أصبحت أقل استقلالية بسبب تدخل الخوارزميات في اختيار المحتوى.	18
0.01	0.59	100	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي قد يحد من التعددية الإعلامية ويقلل من تنوع الآراء المنشورة.	19
0.01	0.63	100	أرى أن تحرير الأخبار بالذكاء الاصطناعي قد يضعف الدور الإنساني للصحفي في نقل الحقائق.	20

خامساً: معالجة الإحصائيات للبيانات

القسم الأول: المعلومات الأولية

يتناول هذا القسم الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة المستهدفة من الشباب الليبي، حيث يشمل معلومات أساسية مثل الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المنطقة الجغرافية (شرق، غرب، جنوب ليبيا)، ومستوى المتابعة للأخبار الرقمية، ويهدف هذا الجزء إلى تقديم نظرة شاملة عن التوزيع السكاني للعينة، بما يساعد في فهم الخلفيات الاجتماعية والتعليمية والجغرافية للشباب المشاركين في الدراسة، ويسهم هذا التحليل في تفسير نتائج البحث بدقة أكبر، من خلال ربط استجابات الأفراد بخصائصهم الديموغرافية، مما يمكن من تحديد الفروق المحتملة في إدراك تحديات

المصداقية والاستقلالية في الأخبار الرقمية في ظل الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

يتضح من الجدول (2) يتضح أن هناك توازناً نسبياً في توزيع العينة من حيث الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور (52%) مقابل (48%) للإناث، وهو ما يشير إلى حرص الباحث على تمثيل الجنسين بشكل متقارب يحقق الشمولية في الدراسة. كما يلاحظ أن التركيبة العمرية تميل إلى الفئة الأصغر سناً، إذ جاءت النسبة الأكبر من المشاركين في الفئة العمرية (18-25 سنة) بنسبة (40%)، تليها الفئة (25-30 سنة) بنسبة (35%)، ثم الفئة (30-35 سنة) بنسبة (25%)، بما يعكس تركيز العينة على فئة الشباب الأكثر استخداماً للتقنيات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي.

أما من حيث المستوى التعليمي فقد أظهرت النتائج أن الغالبية من أفراد العينة يحملون شهادة البكالوريوس بنسبة (40%)، تليها فئة الدبلوم المتوسط بنسبة (22%)، ثم حملة الثانوية أو أقل بنسبة (18%)، بينما بلغت نسبة الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) مجتمعين (20%)، وهو ما يبرز التنوع التعليمي للعينة ويوفر قاعدة أوسع لفهم التباينات في استخدام الأخبار الرقمية. وفيما يتعلق بالتوزيع الجغرافي، فقد شكل المشاركون من المنطقة الغربية النسبة الأكبر (42%)، تليهم المنطقة الشرقية (34%)، بينما جاءت المنطقة الجنوبية بنسبة أقل بلغت (24%)، وهو ما يعكس الواقع الديموغرافي للسكان وتفاوت الكثافة السكانية بين الأقاليم.

وتشير النتائج أيضاً إلى أن غالبية الشباب يبدون اهتماماً كبيراً بمتابعة الأخبار الرقمية، حيث أوضح أكثر من نصف العينة (55%) أنهم يتابعون الأخبار بشكل يومي، في حين أن (28%) يتابعونها عدة مرات في الأسبوع، و(12%) يتابعونها أحياناً، بينما بلغت نسبة من لا يتابعون الأخبار بانتظام (5%) فقط. وهذا يؤكد أن العينة المختارة تمثل بالفعل الفئة الأكثر ارتباطاً بالأخبار الرقمية والأكثر تفاعلاً مع مضامينها، بما ينسجم مع أهداف الدراسة.

جدول 2 حساب نسبة المعلومات الأولية

المتغير	الفئة	عدد الأفراد	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	52	52%
	أنثى	48	48%
الفئة العمرية	من 18 إلى أقل من 25 سنة	40	40%
	من 25 إلى أقل من 30 سنة	35	35%
	من 30 إلى 35 سنة	25	25%
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل	18	18%
	دبلوم متوسط	22	22%
	بكالوريوس / ليسانس	40	40%
	ماجستير	12	12%
	دكتوراه	8	8%
المنطقة الجغرافية	شرق ليبيا	34	34%
	غرب ليبيا	42	42%
	جنوب ليبيا	24	24%
مستوى المتابعة للأخبار الرقمية	متابعة يومية	55	55%
	عدة مرات في الأسبوع	28	28%
	أحياناً (مرة أو مرتين في الشهر)	12	12%
	لا أتابع بانتظام	5	5%

القسم الثاني: المصادقية في الأخبار الرقمية

يُعد عنصر المصادقية من أهم المعايير التي يقيم من خلالها الأفراد جودة الأخبار الرقمية ومصادرها، خاصة في ظل التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت جزءاً متزايداً من صناعة المحتوى الإعلامي، ومع تنامي اعتماد المؤسسات الإعلامية على هذه التقنيات، برزت تساؤلات جوهرية حول مستوى الثقة في الأخبار التي يتم إنتاجها آلياً، وقدرة الجمهور، وبخاصة الشباب، على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمفبركة، ويهدف هذا القسم إلى استكشاف اتجاهات الشباب الليبي نحو مصادقية الأخبار الرقمية المحررة بالذكاء الاصطناعي، والكشف عن التحديات المرتبطة بالتحقق من مصادرها، ومدى تأثير هذه التقنيات على ثقة المتلقي ودقة المعلومات المتداولة.

تشير نتائج الجدول (3) إلى أن مستوى الثقة في الأخبار الرقمية المحررة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ما يزال متوسطاً، حيث عبّر 45% فقط من الشباب عن ثقتهم بها، بينما أبدى 25% عدم ثقة صريحة، وهو ما يعكس حالة من التردد والحذر في تقبل هذه التقنية كمصدر موثوق للأخبار. وفي المقابل، أظهر 40% من المشاركين قدرتهم على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمفبركة على المنصات الرقمية، لكن النسبة المتبقية (60% بين أحياناً ولا) تكشف عن صعوبة واضحة في التحقق من المصادقية.

كما برزت مخاوف من دقة الأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي، حيث رأى 55% أنها أكثر عرضة للأخطاء في المعلومات، وأكد نصف العينة تقريباً أنهم يجدون صعوبة في التأكد من مصادرها، وهو ما يعكس فجوة في موثوقية هذه التقنيات لدى المتلقي. وتتعرّز هذه المخاوف من خلال اعتقاد 60% من الشباب أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يقلل من مصادقية الأخبار، بالإضافة إلى إقرار 65% منهم بأنهم يتعرضون بشكل متكرر لأخبار مضللة أو غير دقيقة عبر المنصات الرقمية.

ورغم هذه التحديات، أظهرت النتائج أن هناك وعياً ملحوظاً لدى الشباب بضرورة التحقق من المعلومات، حيث يلجأ 70% إلى أكثر من مصدر قبل تبني أو مشاركة الأخبار الرقمية، وهو ما يشير إلى ارتفاع درجة النقد والتحقق الذاتي لدى العينة. كما اعتبر 55% أن الأخبار المنتجة آلياً تقتصر إلى العمق والتفاصيل الدقيقة، في حين عبّر 68% عن ثقتهم الأكبر في الأخبار التي

ينتجها الصحفيون البشر، وهو ما يعكس استمرار الأهمية الكبرى للدور البشري في العمل الصحفي رغم التطورات التكنولوجية. وأخيراً، يرى 62% أن استخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير قد يؤدي إلى تضليل الجمهور، وهو مؤشر قوي على أن التقنية ما تزال تواجه تحدياً كبيراً في بناء ثقة المتلقي.

جدول 3 حساب النتائج الخاصة بالمصادقية في الاخبار الرقمية

م	السؤال	نعم	أحياناً	لا
1	أثق في الأخبار الرقمية التي يتم تحريرها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.	45%	30%	25%
2	أستطيع التمييز بسهولة بين الأخبار الحقيقية والمفبركة على المنصات الرقمية.	40%	35%	25%
3	أعتقد أن الأخبار المحررة بالذكاء الاصطناعي أكثر عرضة لارتكاب أخطاء في المعلومات.	55%	25%	20%
4	أجد صعوبة أحياناً في التأكد من مصادر الأخبار التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.	50%	30%	20%
5	أعتقد أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار يقلل من مصداقيتها.	60%	20%	20%
6	أعرض بشكل متكرر لأخبار مضللة أو غير دقيقة عبر المنصات الرقمية.	65%	25%	10%
7	ألجأ إلى أكثر من مصدر للتحقق من صحة الأخبار الرقمية.	70%	20%	10%
8	ألاحظ أن بعض الأخبار الرقمية المحررة بالذكاء الاصطناعي تفتقر إلى العمق والتحقق من التفاصيل.	55%	30%	15%
9	أثق أكثر في الأخبار التي يقدمها الصحفيون البشر مقارنة بالأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي.	68%	22%	10%
10	أرى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يؤدي إلى تضليل الجمهور.	62%	23%	15%

القسم الثالث: الاستقلالية الإعلامية

يمثل موضوع الاستقلالية الإعلامية أحد أبرز القضايا المطروحة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، حيث باتت الخوارزميات والتقنيات الذكية عاملاً مؤثراً في صناعة المحتوى الإعلامي وتوجيهه للجمهور. فبينما يُفترض أن يضمن العمل الصحفي حرية التعبير وتنوع مصادر المعلومات، يواجه الصحفيون والمؤسسات الإعلامية تحديات متزايدة تتمثل في احتمالية التحيز الناتج عن أنظمة الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى الضغوط التي تفرضها منصات التواصل الاجتماعي من خلال التحكم في آليات النشر والوصول. ومن هنا تأتي أهمية هذا القسم الذي يسعى إلى استكشاف انعكاسات هذه التقنيات على استقلالية العمل الإعلامي، ومدى تأثيرها على جودة الرسالة الصحفية وحريتها.

يتضح من نتائج الجدول (4) أن غالبية أفراد العينة يرون أن الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات الرقمية يؤثر بشكل مباشر على استقلالية العمل الصحفي. فقد أشار 58% من المستجيبين إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يحد من حرية التعبير، كما أكد 65% أن الخوارزميات تؤثر سلباً على تنوع مصادر الأخبار.

ومن الملاحظ أن نسبة كبيرة (70%) تشعر بأن الأخبار المعروضة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يتم توجيهها وفقاً للاهتمامات الشخصية، مما يعكس خطورة التخصيص المفرط للمحتوى على حساب التعددية الإعلامية. كما يرى 62% من المشاركين أن الذكاء الاصطناعي يعزز التحيز الإعلامي، وهو ما يتقاطع مع آراء أخرى تؤكد أن منصات التواصل الاجتماعي تمارس ضغوطاً على استقلالية المؤسسات الإعلامية. (60%)

كذلك أظهرت النتائج أن هناك مخاوف من تراجع دور الصحفي البشري، حيث يرى 66% أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يضعف الدور الإنساني للصحفي في نقل الحقائق. كما اعتبر 68% أن شركات التكنولوجيا الكبرى قد تصبح أكثر هيمنة على صناعة الأخبار، وهو ما يعكس قلقاً متنامياً بشأن تركيز السلطة الإعلامية.

وبوجه عام، توضح النتائج أن العينة لديها توجس كبير من فقدان الاستقلالية الإعلامية في ظل تزايد الاعتماد على الخوارزميات والذكاء الاصطناعي، وأن التحديات المرتبطة بالتحيز، وضغوط المنصات، وتراجع التنوع تمثل أبرز المخاطر التي يواجهها المجال الصحفي الرقمي في ليبيا.

جدول 4 حساب النتائج الخاصة بالاستقلالية الإعلامية

م	السؤال	نعم	أحياناً	لا
1	أعتقد أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يحد من حرية التعبير.	58%	27%	15%
2	أرى أن الخوارزميات المستخدمة في المنصات الرقمية قد تؤثر على تنوع مصادر الأخبار.	65%	22%	13%
3	ألاحظ أن الأخبار التي تُعرض لي على وسائل التواصل الاجتماعي موجهة وفقاً لاهتماماتي فقط.	70%	20%	10%
4	أعتقد أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يؤدي إلى تعزيز التحيز الإعلامي.	62%	25%	13%
5	أرى أن منصات التواصل الاجتماعي تمارس ضغطاً على استقلالية المؤسسات الإعلامية.	60%	28%	12%
6	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي قد يقلل من قدرة الصحفيين على اتخاذ قرارات مستقلة في صياغة الأخبار.	55%	30%	15%
7	أرى أن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي في التحرير قد يؤدي إلى هيمنة شركات التكنولوجيا الكبرى على صناعة الأخبار.	68%	20%	12%
8	أشعر أن الأخبار الرقمية أصبحت أقل استقلالية بسبب تدخل الخوارزميات في اختيار المحتوى.	63%	25%	12%
9	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي قد يحد من التعددية الإعلامية ويقلل من تنوع الآراء المنشورة.	61%	26%	13%
10	أرى أن تحرير الأخبار بالذكاء الاصطناعي قد يضعف الدور الإنساني للصحفي في نقل الحقائق.	66%	24%	

نتائج الدراسة

1. أظهر الاستبيان أن 45% من المشاركين يثقون في الأخبار الرقمية المحررة بالذكاء الاصطناعي، بينما يرى 25% أنهم لا يثقون بها، في حين عبر 30% عن ثقة متذبذبة (أحياناً).
2. اعتبر 40% من أفراد العينة أنهم يستطيعون التمييز بسهولة بين الأخبار الحقيقية والمفبركة، بينما واجه 35% صعوبة أحياناً، وأكد 25% أنهم لا يستطيعون التمييز بوضوح.
3. رجّح 55% من المشاركين أن الأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي أكثر عرضة لارتكاب أخطاء في المعلومات، وهو ما يعكس شكوكاً كبيرة تجاه دقتها.
4. أفاد نصف العينة تقريباً (50%) أنهم يجدون صعوبة في التأكد من مصادر الأخبار التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.
5. اعتبر 60% أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يقلل من مصداقية الأخبار، مقابل 20% فقط نفوا ذلك.
6. أكدت نسبة مرتفعة (65%) أنهم يتعرضون بشكل متكرر لأخبار مضللة أو غير دقيقة عبر المنصات الرقمية.
7. أشار معظم المشاركين (70%) إلى أنهم يلجأون إلى أكثر من مصدر للتحقق من صحة الأخبار، مما يعكس وعياً نقدياً متزايداً.
8. رأى 55% أن بعض الأخبار المحررة بالذكاء الاصطناعي تفتقر إلى العمق والتحقق من التفاصيل.
9. عبرت غالبية كبيرة (68%) عن ثقتهم الأكبر في الأخبار التي يقدمها الصحفيون البشر مقارنة بتلك المنتجة بالذكاء الاصطناعي.
10. أكد 62% أن الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يؤدي إلى تضليل الجمهور.
11. أظهر الاستبيان أن 58% من المشاركين يعتقدون أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار قد يحد من حرية التعبير.
12. أكدت أغلبية (65%) أن الخوارزميات تؤثر على تنوع مصادر الأخبار المتاحة لهم.

13. لاحظ 70% أن الأخبار المعروضة لهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي موجهة وفقاً لاهتماماتهم فقط، وهو ما يعكس فقدان التعددية الإعلامية.
14. اعتبر 62% أن الذكاء الاصطناعي يعزز التحيز الإعلامي، فيما رأى 60% أن منصات التواصل تمارس ضغوطاً على استقلالية المؤسسات الإعلامية.
15. أفاد 55% أن الذكاء الاصطناعي قد يقلل من قدرة الصحفيين على اتخاذ قرارات مستقلة في صياغة الأخبار.
16. رجّح 68% أن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى هيمنة شركات التكنولوجيا الكبرى على صناعة الأخبار.
17. عبر 63% عن شعورهم بأن الأخبار الرقمية أصبحت أقل استقلالية بسبب تدخل الخوارزميات في اختيار المحتوى.
18. أكد 61% أن الذكاء الاصطناعي يحد من التعددية الإعلامية ويقلل من تنوع الآراء المنشورة.
19. رأى 66% أن تحرير الأخبار بالذكاء الاصطناعي يضعف الدور الإنساني للصحفي في نقل الحقائق.

توصيات الدراسة

1. ضرورة إلزام المؤسسات الإعلامية بالكشف عن دور الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار، سواء في جمع أو صياغة أو تحرير المحتوى، بما يعزز وعي الجمهور بمصادر الأخبار وآليات إنتاجها.
2. إعداد برامج تدريبية للصحفيين على كيفية التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما يضمن استمرار الدور البشري في التحقق من الأخبار، ومواجهة مخاطر التحيز الخوارزمي.
3. سن قوانين وتشريعات واضحة تضع معايير لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، بما يحفظ حرية التعبير ويمنع الهيمنة التكنولوجية على صناعة الأخبار.
4. تطوير أدوات رقمية وخوارزميات مضادة تساعد المستخدمين والصحفيين على رصد الأخبار المفبركة أو المضللة، وتبني سياسات إعلامية تعزز من مصداقية المحتوى.

5. دعم مبادرات إعلامية مستقلة ومتنوعة لتقليل تأثير الخوارزميات في التحكم بالمحتوى المعروف، بما يحافظ على تنوع الآراء والمصادر أمام الجمهور.
6. بناء شراكات مسؤولة بين الإعلام ومنصات التواصل وشركات التكنولوجيا الكبرى، بهدف وضع ضوابط أخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وضمان عدم التلاعب بالمعلومات أو توجيهها بشكل منحاز.
7. إطلاق حملات توعية للجمهور حول مخاطر الاعتماد الكلي على الأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي، وتشجيعهم على التحقق من الأخبار عبر مصادر متعددة.
8. تشجيع الدراسات المستقبلية حول العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والممارسات الصحفية، ورصد انعكاساتها على المصداقية والاستقلالية، مع التركيز على البيئات الإعلامية في الدول النامية.

قائمة المراجع

- (1) عمار خلايفية ، وسعيد فارق (2024م) ، الصحافة الالكترونية في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي نحو استبدال الانسان بالآلة ، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف (الجزائر) ، 1-13 .
- (2) ملتقى إحدى مبادرات مركز أسبار (2023م) ، استشراف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة الإعلام السعودي وقضايا المملكة لجنة الشؤون الإعلامية ، لجنة الشؤون الإعلامية ، العدد 115 ، 1-36 .
- (3) عبد الله بن شرف الغامدي (2023م) ، معايير الذكاء الاصطناعي الاصطناعي العالمية جهود وتحديات ، الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي ، السعودية ، 9-26 .
- (4) محمد ضيوف (2024م) ، تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، بين تعزيز المصداقية وتنامي الأخبار الزائفة ، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، العدد 3 ، 1-35 .
- (5) إنجي بهجت جمال لبيب (2024م) ، اتجاهات الأكاديميين والمهنيين نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال كشف الأخبار الزائفة بالمواقع الإخبارية التلفزيونية ، مجلة البحوث الاعلامية ، المجلد الثاني ، العدد السبعون ، 1071-1142 .
- (6) دينا عصمت والي ، حسن عماد مكاي (2025م) ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ، المجلد الأول ، العدد الواحد والثلاثون ، 715-735.

- (7) راشد صلاح الدين راشد عبد الحليم (2024م) ، واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي دراسة تحليلية ميدانية ، مجلة البحوث الاعلامية ، المجلد الثاني ، العدد التاسع والستون الجزء الثاني ، 1289-1348 .
- (8) محمد الغباري ، باسل يسري عبد الفتاح (2023م) ، دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي رؤية مستقبلية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، العدد ٤٣ ، 619-654
- (9) محمد الغباري ، باسل يسري عبد الفتاح (2023م) ، دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي رؤية مستقبلية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، العدد ٤٣ ، 619-654
- (10) منذر جرادات (2023م) ، الإعلام الرقمي في الأردن المواقع الإخبارية الإلكترونية في الاردن نموذج ، المجلة الصحية النظم العلمي ، المجلد السادس ، العدد ثمانية وخمسون ، 168-192
- (11) منذر جرادات (2023م) ، الإعلام الرقمي في الأردن المواقع الإخبارية الإلكترونية في الاردن نموذج ، المجلة الصحية النظم العلمي ، المجلد السادس ، العدد ثمانية وخمسون ، 168-192
- (12) محمد جمال بدوي أحمد (2024م) ، سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال الفترة من 2023 وحتى 2033 م ، المجلد الثالث ، العدد السبعون ، 1625-1674
- (13) عمرو محمد جلال محمد (2024م) ، مصداقية الصورة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع . عدد (١١) ، 562-580 .
- (14) عمرو محمد جلال محمد (2024م) ، مصداقية الصورة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع ، العدد الحادي عشر ، قسم الإعلام كلية الألسن والأعلام _ جامعة مصر الدولية ، 562-580 .
- (15) عمرو محمد جلال محمد (2024م) ، مصداقية الصورة الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع ، العدد الحادي عشر ، قسم الإعلام كلية الألسن والأعلام _ جامعة مصر الدولية ، 562-580 .
- (16) بشرى سنجري (٢٠١٩) صحافة الموبايل : خواصها الشكلية وإمكانياتها التقنية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 1-152.
- (17) أسماء محمد مصطفى عرام (2021م) ، مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي (صحافة الروبوت نموذجا) ، مجلة البحوث الاعلامية ، المجلد الرابع ، العدد الثامن والخمسون ، جامعة جنوب الوادي ، 1674-1702 .