

كتابة الأخبار والتقرير الصحفي

News Writing and Journalistic report

سباق توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والإعلام

Prepared by Dr. shereen farouk



Remember Lecture 8



Lecture
No : 9

1. مفهوم الصحافة الإلكترونية.
2. الفرق بين الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية.
3. المؤشرات التي تشير إلى الصحافة الإلكترونية.
4. أنواع الصحف الإلكترونية.
5. مفهوم الخبر الصحفي الإلكتروني.
6. مميزات الأخبار الإلكترونية.
7. الفنون التحريرية في الصحف الإلكترونية.
8. أشكال الخبر الصحفي الإلكتروني.
9. قواعد التحرير الصحفي الإلكتروني في عالم الصحافة الرقمية.
10. ضوابط التحرير الصحفي الإلكتروني من الناحية الإخراجية.
11. قوالب التحرير الصحفي الإلكتروني.



Lecture
No : 9





➤ تمهيد... ➤ صحافة الذكاء الاصطناعي. Artificial Intelligence Journalism

- دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- الأسباب الرئيسية التي تجعل الذكاء الاصطناعي مهماً في الصحافة
- مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وإنشاء المحتوى
- ما يجب التفكير فيه عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار
- الذكاء الاصطناعي وتطوير الصحافة

➤ البيانات الضخمة والصحافة

➤ الاستفادة من الأتمتة

➤ أهم الممارسات الحديثة للعمل الصحفي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

➤ إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي

➤ أدوات صناعة المحتوى المكتوب وتحريره وإعادة صياغته

➤ تحديات وعقبات موجة الابتكار التكنولوجي المقبلة

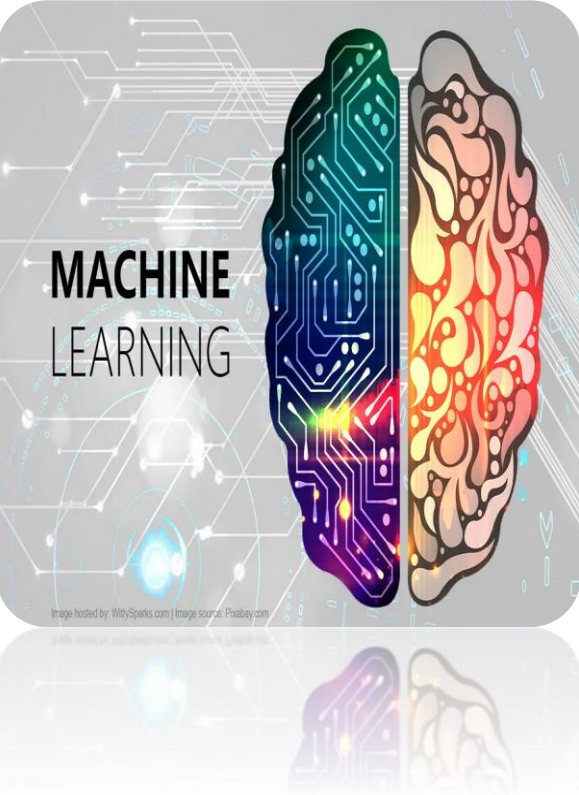
➤ خاتمة

➤ المصادر والمراجع

➤ تمهيد...



نعيش اليوم مرحلة انتقالية مهمة في حياتنا البشرية؛ فنحن نعاصر ثورة صناعية جديدة غيرت وستغير بشكل أكبر الكيفية التي يتم بها إنتاج المعلومات، ونشرها، واستهلاكها. ففي عام 2016، وفي المنتدى الاقتصادي العالمي في (دافوس) سويسرا أُطلق مُسمى الثورة الصناعية الرابعة لأول مرة؛ لإبراز المرحلة التي نعيشها، وحجم التأثير المتوقع على حياتنا من التقنيات الجديدة التي ظهرت؛ كتقنيات التعديل الجيني، وتقنيات المدن الذكية، وسلسلة الكتل Block chain، وتعلم الآلة، والأشكال الجديدة للذكاء الاصطناعي.



فقدرة الآلة على محاكاة الذكاء البشري هي أحد أهم المعايير التي يقاس من خلالها الذكاء الاصطناعي، ومنذ ظهور اختبار (تورينغ) في منتصف القرن العشرين الذي يقيس مدى قدرة الفرد على التمييز بين الآلة والبشر من خلال المحادثة، لم نر تقنية استطاعت أن تتجاوز ذلك الاختبار؛ وذلك حتى ظهور النموذج اللغوي الضخم LLM، وأحد أشهر تطبيقاته اليوم Chat GPT من شركة Open Ai تلك النماذج اللغوية، والأدوات التوليدية اعتبرت أحد أكبر النقلات النوعية في عالم الذكاء الاصطناعي؛ لإمكانية تحويلها، واستخدامها لتطبيقات عديدة، وتخصيصها لمجالات مختلفة، وهي ليست إلا نموذجًا واحدًا من النماذج الجديدة لمحاكاة ذلك "الذكاء البشري".

وتأتي في مقدمة التقنيات الذكية في مجال الإعلام تقنيات توليد المحتوى GAI؛ سواء المحتوى النصي، أو الصوتي، أو المرئي، وهي أدوات تعزز من عملية إنشاء المحتوى بشكل كبير. وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية NLP كأحد النماذج المستخدمة الآن، وتعمل على أساس فهم اللغة البشرية، وإنشائها، ومعالجتها؛ إذ تقوم وكالة الأنباء Associated Press من خلال منصة الذكاء الاصطناعي Wordsmith باستخدام تلك التقنية في عدة أمور، مثل: كتابة ملخصات لأحداث وفعاليات معينة، وكتابة مقالات في مجالات لا يوجد بها صحفيون للقيام بذلك، وكتابة التقارير المالية، وتلخيصها بلغة مبسرة، ولعل من أهم نواتج ذلك الاستخدام ما أتاحتها تلك التقنية لوكالة الأنباء؛ فمنذ بداية استخدام الذكاء الاصطناعي أعلنت الوكالة أن قدرتها على تغطية بعض الجوانب الإخبارية تضاعفت إلى (10) مرات، وعزت ذلك إلى صحفييها المتمثلين في "الروبوت".



➤ صحافة الذكاء الاصطناعي. Artificial Intelligence Journalism

تزايد الحديث في السنوات الأخيرة، حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام، وظهرت بقوة مصطلحات مثل: صحافة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence Journalism، أو التي تعرف اختصاراً بـ AI Journalism. صحافة الذكاء الاصطناعي يمكن وصفها بثورة الإعلام الجديد، التي تعدّ متوافقة تماماً مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، تلك التقنيات التي ينتشر استخدامها في معظم جوانب حياتنا، والصحافة ووسائل الإعلام من ضمنها بالتأكيد.

لذا؛ ظهر ما يُعرف باسم "صحافة الروبوت" Robot journalism التي تعتمد على الروبوت في تأدية بعض المهام الإعلامية كالتصوير واكتشاف بعض الأخبار الزائفة.

لم تعد الصحافة بمعزل عن التقنية، إذ باتت تؤثر في كل مكوناتها التفصيلية، فهناك دراسات ما زالت في بداياتها تدرس حقبة جديدة من الاتجاهات الصحفية لما بعد "صحافة الذكاء الاصطناعي" تُعرف

بـ "صحافة الجيل السابع"، أو "G7 Journalism".

➤ دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

إن أحد الدوافع الرئيسية التي تقود إلى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ودمجها في العمل الصحفي هي مدى الإمكانيات الهائلة التي توفرها هذه التقنية للصحفيين، وغرف الأخبار، مثل: تسريع المهام للعاملين، وأتمتة الأخبار، والكشف عن ماهية الأخبار الزائفة، وصناعة المحتوى الصحفي؛ بأساليب رقمية متقدمة تعتمد على توفير البيانات الضخمة، هذا إلى جانب تتبع اهتمامات الجماهير، والبحث في اتجاهات استهلاك المعلومات، وتفضيلات المستخدم، وتحسين تجربته.

➤ الأسباب الرئيسية التي تجعل الذكاء الاصطناعي مهمًا في الصحافة.

1. **الكفاءة والإنتاجية:** يمكن للأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي أتمتة المهام المتكررة مثل تحليل البيانات وتنظيم المحتوى والتحقق من المعلومات، وبالتالي إعطاء الصحفيين وقتًا للعمل على التقارير المتعمقة وإنشاء محتوى إبداعي.
2. **تحليل البيانات والرؤى:** يمكن الذكاء الاصطناعي الصحفيين من تحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة، واستخراج رؤى واتجاهات قيمة قد يكون من الصعب تحديدها بطريقة أخرى. حيث يعزز هذا النهج القائم على البيانات دقة وعمق التقارير.
3. **التخصيص ومشاركة الجمهور:** يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تحليل سلوك المستخدم وتفضيلاته: مما يسمح لمنشئي المحتوى بتقديم محتوى مخصص للقراء أو المشاهدين. فهذا النهج المخصص يُحسن مشاركة الجمهور وولائهم.





3. التقارير في الوقت الفعلي: يمكن للأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي ومصادر الأخبار والمنصات الأخرى في الوقت الفعلي، مما يمكن الصحفيين من الإبلاغ عن الأخبار العاجلة بسرعة أكبر وشمولية.

4. إنشاء المحتوى وتنظيمه: أصبح المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي أكثر تعقيدًا، حيث أصبح بإمكان الذكاء الاصطناعي إنشاء مقالات إخبارية وملخصات فيديو وحتى محتوى تفاعلي. أيضا يمكن لمنشئي المحتوى استخدام الذكاء الاصطناعي لزيادة عملهم وتلبية احتياجات جمهور أوسع.

5. التحقق وتقصي المعلومات: يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي أن تساعد الصحفيين في التحقق من المعلومات ومن المحتوى، والمساعدة في مكافحة المعلومات المضللة والأخبار المزيفة، وهي قضية مهمة في المشهد الإعلامي اليوم.

6. اكتشاف القصة (تحليل وإنتاج المحتوى): يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل مجموعات البيانات الكبيرة وتحديد زوايا واتجاهات القصة المحتملة، وتمكين الصحفيين من الكشف عن القصص الفريدة والمقنعة التي ربما لم يلاحظها أحد.

7. تحسين الوسائط المتعددة: يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لتحسين محتوى الوسائط المتعددة مثل التحرير الآلي للفيديو والتعرف على الصور، وقدرات تحويل الكلام إلى نص، مما يجعل إنشاء المحتوى أكثر سهولة وديناميكية.



8. فهم سلوك الجمهور - التخصيص: توفر تحليلات الذكاء الاصطناعي رؤى حول سلوك الجمهور وأنماط استهلاك المحتوى. كما تساعد هذه البيانات منشئي المحتوى على تصميم استراتيجياتهم لتتوافق بشكل أفضل مع جمهورهم المستهدف.

9. الابتكار والاستعداد للمستقبل: احتضان الذكاء الاصطناعي في الصحافة وإنشاء المحتوى يضع غرف الأخبار التي تتبنى هذا النهج في طليعة التطورات التكنولوجية؛ مما يضمن استمرار قدرتها التنافسية في مشهد إعلامي سريع التطور.

➤ مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وإنشاء المحتوى

1. **الكفاءة:** يمكن للذكاء الاصطناعي معالجة وتحليل كميات هائلة من البيانات بشكل أسرع بكثير من البشر؛ مما يساعد الصحفيين على جمع المعلومات وإنشاء التقارير في جزء صغير من الوقت.
2. **تدقيق المعلومات:** يمكن لأدوات التحقق من الحقائق التي تعمل بالذكاء الاصطناعي التحقق بسرعة من دقة المعلومات وتحديد المعلومات الخاطئة المحتملة أو الأخبار المزيفة، مما يؤدي إلى تحسين موثوقية الصحافة.
3. **الإبلاغ غير المتحيز:** يمكن للذكاء الاصطناعي مساعدة الصحفيين في التغلب على التحيزات من خلال توفير رؤى قائمة على البيانات، مما يؤدي إلى تقارير أكثر موضوعية وحيادية.
4. **رؤى الجمهور:** يعني فهم أذكى لمنظور الجمهور، حيث يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي تحليل سلوك الجمهور وتفضيلاته، وتمكين الصحفيين من إنشاء محتوى يكون له صدى أفضل مع القراء المستهدفين.

➤ ما يجب التفكير فيه عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار



- 1. التحقق والدقة:** قد لا يكون المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة AI دقيقًا تمامًا أو تم التحقق منه دائمًا. لذا يجب أن يكون لدى وسائل الإعلام بروتوكولات صارمة للتحقق من المعلومات وإشراف بشري للتأكد من أن الأخبار التي يتم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي موثوقة وذات مصداقية.
- 2. الشفافية وقابلية التفسير:** قد تكون نماذج الذكاء الاصطناعي معقدة ويصعب تفسيرها. لذا يجب أن تؤكد السياسات التحريرية على الشفافية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؛ مما يضمن أن الصحفيين والقراء يفهمون متى يتم استخدام الذكاء الاصطناعي وكيف يؤثر على عملية إعداد التقارير.



3. الخصوصية وحماية البيانات: تعتمد أدوات الذكاء الاصطناعي غالبًا على كميات هائلة من بيانات المستخدم. ويجب هنا أن تمتثل السياسات التحريرية للوائح حماية البيانات وأن تُعطي الأولوية لخصوصية المستخدم في جمع البيانات واستخدامها.

4. مراقبة الجودة: الاعتماد بشكل كبير على الذكاء الاصطناعي لتوليد المحتوى قد يضر بجودة التقارير. لذا يجب على المؤسسات الإعلامية أن تضع تدابير لمراقبة الجودة لضمان أن المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي يفي بنفس معايير التحرير مثل المحتوى المكتوب بشريًا.

➤ الذكاء الاصطناعي وتطوير الصحافة.

يُكثر الحديث اليوم عن تجارب مختلفة في استخدام تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، سواء في إنتاج المحتوى الإعلامي، أو تحليل هذا المحتوى، أو نشره وتوزيعه، أو حتى تزييف البعض لهذا المحتوى، والكشف أيضًا عن طرق التزييف تلك عن طريق تقنيات الذكاء الاصطناعي.

السؤال المطروح بقوة الآن، هو: كيف يمكن أن تساهم تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الإعلامي؟ وكيف يمكن استخدام أدوات صحافة الذكاء في إنتاج المحتوى الإعلامي المميز؟



إن دور الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام صار يتزايد منذ عام 2012، إذ بدأ استخدام "صحافة الروبوت" التي تعتمد على استخدام الروبوت في صناعة المحتوى عبر المنصات الرقمية فيس بوك، وتويتر، وإنستغرام، وغيرها.

لقد زادت أهمية الذكاء الاصطناعي في تحرير الصحفيين من بذل الجهود لأداء مهام روتينية رتيبة، وإفساح المزيد من الوقت أمامهم للعمل على جوانب تتطلب إبداعاً بشرياً.

بالتأكيد، ستستفيد المؤسسات الصحفية والإخبارية من تأثيرات "الذكاء الاصطناعي" عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، وستُسهم في إنضاج المعالجات المهنية للقصص الخبرية، من جانب تقدير وتحليل الاتجاهات المُعقدة للأحداث بصورة سريعة تنبؤية، كما يوفر الذكاء الاصطناعي 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.

كذلك، لو تحدثنا عن تقنيات مثل الروبوت وكيف يمكن استخدامه في بعض الحالات الطارئة التي يصعب تدخل الإنسان فيها بشكل فوري، مثل حرائق الغابات، فإنه يمكن الاعتماد على بعض الروبوتات باستخدام الطائرات بدون طيار، وزرع كاميرات عالية الدقة داخلها، وبالتالي يُصبح من السهل الحصول على صور ومقاطع فيديو وصوتيات موثقة للحظة وقوع الحادث من داخل الحرائق أو الأماكن التي لا يمكن أن يصل إليها الإنسان، وكذلك التغطيات الصحفية في الحرب، أو مكافحة الإرهاب.

➤ البيانات الضخمة والصحافة

يملك الذكاء الاصطناعي قدرة فائقة على التفاعل الفوري مع البيانات وربطها بالخطوط العريضة للقصة. وفي حين أن كتابة التقارير الفصلية – كتقارير الأداء وغيرها – كانت تستغرق عادةً أسابيع من الجهد من قبل فريق العمل الصحفي لصياغتها، فإنه يمكن للذكاء الاصطناعي الآن إعدادها في غضون ثوانٍ فقط! وبات من الطبيعي الاعتماد على الروبوت في تحليل البيانات الضخمة، التي قد تصل أحياناً إلى الملايين من (الجيجا بايت) من البيانات، التي يمكن تحليلها بهدف إصدار تقارير صحفية موثقة ومعمقة تعمل على مدار 24 ساعة في اليوم بشكل مستمر ودقيق، وتوفر الوقت والجهد. فعلى سبيل المثال، استغرقت وثائق بنما شهوراً طويلة في تحليل بياناتها من أجل الخروج ببيانات عبر تقارير صحفية، في حين أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكنها تحليل بيانات تفوق في حجمها وصعوبة موضوعاتها، وفي وقت قصير.



وأبرز مثال على ذلك تجربة وكالة بلومبيرغ الإخبارية التي وظفت روبوتات الذكاء الاصطناعي للعمل على تحليل اتجاهات مجموعات البيانات الضخمة، وتقوم بإرسال تنبيهاتها إلى الصحفيين عند ظهور اتجاه أو تحول في هذه البيانات؛ لمساعدتهم على تحليل الأسواق بالشكل المهني المطلوب، ووفق رؤية اقتصادية متوازنة حيادية.

ما يمكن أن تقدمه البيانات الضخمة للمحتوى الصحفي والإعلامي، يبدو شيئاً مذهباً، إذا ما جاءت اللحظة المناسبة للتوسع فيها، فصحافة الذكاء الاصطناعي بالاستناد إلى البيانات الضخمة تستطيع تقديم محتويات يصعب على الجهد البشري الخروج بها بذات الجهد والوقت والكلفة.

➤ الاستفادة من الأتمتة

أشارت إحدى الدراسات التي أجرتها وكالة Associated press إلى أنه بحلول العام 2027، ستحتل غرف الأخبار بترسنة من أجهزة الذكاء الاصطناعي، وسيعمل الصحفيون على الدمج السهل للآلات الذكية في منظومة عملهم اليومي. وسيتمكن الذكاء الآلي من القيام بأكثر من مجرد التمخض عن تقارير إخبارية مباشرة مؤتمتة.

ومن أهم وأشهر تجارب صحافة الذكاء الاصطناعي والاستفادة من تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، ما فعلته وكالة رويترز للأنباء، التي أطلقت بالفعل أولى الخطوات في تمكين تقنيات الذكاء الاصطناعي من أداء مهام معينة في صناعة الخبر، عبر بناء غرفة الأخبار الإلكترونية تسمى Insight Lynx حيث يتم الاعتماد عليه من قبل الصحفيين في تنظيم الأخبار وجمعها من مصادر الإنترنت، واقتراح الأفكار، وتحليل البيانات، وحتى كتابة جمل كاملة إذا لزم الأمر.



وكذلك أسست Reuters News Tracer، وهي أداة قادرة على تتبع الأحداث بسرعة وعلى نطاق واسع، والتحقق تلقائيًا من الأخبار العاجلة في (تويتر) لتقديم تقرير عن الأحداث بدقة وبسرعة أكبر، وذلك من خلال تحديد موقع وهوية الشخص الذي كتب التغريدة، وكيفية انتشار التغريدات، وتحلل هذه الأداة التغريدة المنشورة في الوقت الحقيقي، وتصفي الرسائل غير المرغوب فيها، وتصنف التغريدات المماثلة إلى (مجموعات) على أساس كلمات مماثلة. ولا تغفل تحالف وكالة "رويترز" وفريق شركة "سيمانتيك" لأتمتة مقاطع الفيديو التفاعلية من خلال تزويد المشتركين بالنفاز لقاعدة ضخمة لبيانات تفاعلية مصورة.

➤ أهم الممارسات الحديثة للعمل الصحفي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

برزت، مؤخراً، عدة مجالات لتوظيف استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتعتبر وكالة Associated press من أوائل المؤسسات الإعلامية التي استخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، فقد وظفت تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج تقارير اقتصادية ربع سنوية عن الدخل المالية، والنتيجة كانت مبهرة على مستوى الكم والكيف معاً، فقد ساهمت التقنية الجديدة في إنجاز أكثر من 3000 تقرير اقتصادي بدلاً من 300 تقرير كان يستغرق من الصحفيين الكثير من الوقت والمجهود، كما أن الأرقام والحقائق الواردة في هذه التقارير دقيقة جداً. وباتت الوكالة تستخدم "روبوتات" تؤدي المهام الإخبارية الأساسية مثل كتابة فقرتين إلى ست فقرات عن النتائج الرياضية وتقارير الأرباح الفصلية.

كذلك، استطاع "هيليوجراف"، وهو الروبوت المراسل لصحيفة "واشنطن بوست" الأميركية خلال عام واحد (منتصف 2016-2017)، أن ينجز 850 موضوعاً صحفياً، كانت بدايتها 300 تقرير حول "أولمبياد ريو دي جانيرو"، وبعد هذه التجربة الناجحة استخدمت الجريدة "الروبوت" في تغطية سباق الانتخابات الأميركية، ودوري كرة القدم للمدارس الثانوية في واشنطن، إلى جانب إنتاج العديد من القصص والتغريدات المختلفة.

➤ أيضًا، وظفت صحيفة NewYork Times تقنية جديدة للذكاء الاصطناعي بطريقتين:

تقوم الطريقة الأولى على تبسيط العملية الصحفية من خلال استخدام الوسوم Tags، فقد تعلم الكمبيوتر التعرف على الكلمات المفتاحية الدالة على الملامح الرئيسية في النص، والتي تساعد المستخدمين في سرعة عمليات البحث، واستخراج المعلومات والتحقق من الأخبار.

أمّا الطريقة الأخرى، فهي استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة تعليقات القراء؛ لأن قسم تعليقات القراء تتم إدارته بواسطة فريق عمل مكون من 14 محررًا يتولون مسؤولية مراجعة حوالي 11 ألف تعليق يوميًا.

ولكن مكنت التقنية الجديدة Perspective API التي طورها Jigsaw من إدارة وتنظيم تعليقات القراء بفعالية، وبالتالي تمكن المستخدمون من قراءة تعليقات القراء بواسطة تمرير شريط من اليسار إلى اليمين، ويدل الجزء الأيمن من الشريط على الموضوعات التي تنطوي على تعليقات سلبية، وهذه طريقة جيدة للمستخدمين للقراءة والتفاعل مع التعليقات التي تروق لهم وتجنب التعليقات التي تحمل وجهات نظر عدائية.

ووفقًا لصحيفة نيويورك تايمز، فإن ما يقرب من ثُلث المحتوى الذي نشرته بلومبيرغ يتم عبر أنظمة آلية دون الحاجة إلى العنصر البشري. كل ذلك يترافق مع توقّعات بأن يتمكّن الذكاء الاصطناعي من كتابة 90% من إجمالي الأخبار بحلول العام 2025. ويوجد منصات إخبارية عريقة أخرى تعمل على مشاريع تقنية متقدمة لتطوير عملية استخراج المحتوى الإخباري وكتابة القصص والأخبار الصحفية، مثل: واشنطن بوست التي طورت مفهوم الصحافة الآلية Automated Journalism واستخدمت هذه التقنيات لتحليل الأخبار المتعلقة بأولمبياد ريو دي جانيرو في البرازيل.

أيضاً منصة CNN تستخدم نظام شات بوت أو الشات الآلي لإرسال تقرير يومي لحسابك في فيس بوك ماسنجر عن أهم الأخبار التي تهكم بناء على اهتماماتك. كذلك تقوم صحيفة الجارديان بذات الشيء. أما صحيفة نيويورك تايمز، فهي تعمل أيضاً على تقليص عمليات بناء القصص الصحفية والأخبار عبر مشروع Editor الذي يقوم على تحليل المحتوى وفهمه عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة.

➤ صحافة النشرات البريدية

يعد إنشاء نشرة بريدية للمواقع الإلكترونية طريقة فعالة لإعادة جذب القراء وإبقائهم على اتصال بأحدث الأخبار والمستجدات، حيث تساعد النشرات البريدية زوار المواقع بالعودة إليها باستمرار. وتعتبر النشرات البريدية ضرورية في نقل تسويق الوسيلة الإعلامية إلى المستوى التالي، فهي توسع الآفاق وتعطي الجمهور صورة أوسع، ويمكن أن يؤدي تضمين روابط مفيدة وإعطاء أوصاف مرئية إلى جذب المزيد من القراء. ومن أشهر الصحف التي تتميز في النشرات البريدية، صحيفة Times التي لديها 13 مليون مشترك لأكثر من 50 نشرة إخبارية عبر الرسائل الإلكترونية، مما يعني أن التايمز لديها قناة اتصال مع مستخدميها لا يمكن أن ينول منها فيس بوك أو جوجل أو عمالقة إيرادات الإعلانات.

➤ إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي:

1. وضع مبادئ توجيهية واضحة: حول الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في التقارير الإخبارية، ويجب أن تتناول هذه الإرشادات التخفيف من التحيز والشفافية والمساءلة في تطوير خوارزميات الذكاء الاصطناعي ونشرها.
2. الرقابة البشرية: تأكد من قيام المحررين والصحفيين من البشر بمراجعة والتحقق من المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي قبل النشر. فالرقابة البشرية هنا ضرورية للكشف عن الأخطاء، والحفاظ على معايير التحرير، ومنع نشر المعلومات الكاذبة.

3. 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.

4. القابلية للتفسير والإفصاح:

- الكشف بوضوح عن وقت استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار
- تقديم تفسيرات لكيفية إنشاء المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي، فهذا يعزز الشفافية ويساعد في بناء الثقة مع الجمهور.

5. 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.

6. 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.

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

➤ أدوات صناعة المحتوى المكتوب

1. Rytr

أداة مميزة في كتابة المحتوى بأكثر من 30 نسخة في بضع ثوان بما فيها المقالات ورسائل البريد الإلكتروني والإعلانات والرد على التعليقات وتحرير النصوص. وهي تدعم اللغة العربية وتسمح لمستخدميها بالاستفادة منها مجاناً في حدود 5000 حرف شهرياً، كما أن الأداة متوفرة أيضاً في Google Chrome.

2. JASPER

أداة تكتب المحتوى نيابة عنك خاصة المحتوى التسويقي بـ 25 لغة ليس من بينها العربية. جاسبر في الأصل أداة مدفوعة وتمنحك تجربة مجانية لأول 10000 كلمة.

3. katteb

منصة عربية متخصصة في توليد المحتوى المكتوب بكل أنواعه وإعادة صياغته. تقدّم المنصة خطاً مدفوعة وتجربة مجانية لأول 2000 كلمة.





4. Guinrank

إحدى أهم المنصات المساعدة لكتاب وصناع المحتوى ومشرفي المواقع، تمكنك من البحث عن الكلمات المفتاحية وتوليد النصوص وتحليل المحتوى وتحسينه وترجمته وتسويقه أيضًا. كما تمنحك المنصة استخدامًا مجانيًا بقدر 30 مقال أو قطعة محتوى شهريًا.

5. Generated Photos

تولد هذه الأداة صورًا لا نهائية بلا حقوق ووجوهًا بشرية بالذكاء الاصطناعي لأناس غير موجودين بالكوكب.

6. Any word

أداة مدفوعة تمنحك خطة مجانية لكتابة النصوص وتحريرها وإعادة صياغتها بكل أشكالها وأهدافها.

anyword

➤ أدوات تحرير المحتوى المكتوب وإعادة صياغته.

1. **Word tune** : أداة إعادة صياغة المحتوى تأتي بخطة مجانية ذات مزايا محدودة وخطة مدفوعة. الأداة متوفرة أيضًا كإضافة في Google Chrome أو Word Extension
2. **Content Row** : أداة مجانية تدعم اللغة العربية تحليل وتولد العناوين الرئيسية، للمدونات ويوتيوب وعناوين clickbait.
3. **Coschedule** : منصة شاملة تقدم العديد من الخدمات لصناع المحتوى والمسوقين أهمها: أداة تحليل عناوين المحتوى، وأداة توليد عناوين SEO، وأداة تحليل وتوليد موضوع رسائل البريد الإلكتروني، وأداة تحسين الرسالة المقدمة عبر السوشيال ميديا.
4. **Sonix.ai** : أداة النسخ التلقائي وتحويل الصوت سواء المسجل أو المباشر في اجتماعات زووم وغيرها إلى نص، مع إمكانية الترجمة الآلية للنص والفيديو إلى 30 لغة من بينها العربية.
5. **Copy smith** : أداة مميزة تقوم بإعادة صياغة وتنقيح المحتوى، وكتابة الإعلانات لفيس بوك وInstagram Caption، وتعليقات سوشيال ميديا، ووصف المنتجات، بالإضافة إلى توليد عناوين ومقدمات المدونة.

تحديات وعقبات موجة الابتكار التكنولوجي المقبلة ➤

على 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، ومن هذه الصعوبات:

1. عدم الفاعلية عند قلّة البيانات، حيث يعمل التعلّم الآلي بشكل أفضل عندما تتوفر بيانات كافية لاكتشاف الأنماط فيها والتعلّم منها.
2. الذكاء الاصطناعي يفتقر إلى الإبداع الذي يُعد المفهوم الأساسي في الصحافة؛ فهو يعكس طريقة التفكير الإنسانية بما في ذلك الكتابة الإبداعية.
3. لا تستطيع الخوارزميات توليد الشعور العام المطلوب لإلهام ردود أفعال القراء العاطفية، مثل: الضحك، أو التعليق على حادثة ما، ولا يمكن لها كذلك فهم ومراقبة التطورات غير المتوقعة؛ لذلك لا تزال المهارات التحليلية والإبداع ميزة يتفوق بها الصحفيون على الذكاء الاصطناعي.

4. يفترق الذكاء الاصطناعي إلى الوعي الذاتي والقدرة على شرح مخرجاته: لماذا كتب هذه القصة الإخبارية؟ أو كيف وصل إلى نتيجة معينة؟ لذا ينبغي التفكير في تصميم الذكاء الاصطناعي بطريقة تجعله مسؤولاً أمام القراء. وقد تتمثل أحد الحلول لتحقيق ذلك في السماح للقراء بضبط متغيرات الخوارزمية لمعرفة كيف تتغير النتائج، وليعرف القراء إن كانت القصة مؤلفة من قبل الذكاء الاصطناعي أو البشر.

5. تحدّ آخر يواجه صحافة الذكاء الاصطناعي، ألا وهو إمكانية تسلل التحيز قبل فترة طويلة من جمع البيانات، وكذلك في العديد من المراحل الأخرى من عملية التعلّم العميق، ويعتبر التحيز من التحديات الكبيرة أمام الصحافة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

6. لا تزال المضاعفات الأخلاقية والقانونية المتعلقة بالأخبار المؤتمتة تحظى بقليل من الإجابات وتطرح الكثير من التساؤلات المعنية بالتحقق من تبعات القرارات الخوارزمية على المجتمع. ويمتد الجدل إلى مساحات صحفية أخرى مثل المساءلة القانونية، فظهور محتوى تشهيري لن يعفي الناشر من المسؤولية حتى لو كان تمّ الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والأتمتة في كامل عملية التحرير والنشر.

➤ خاتمة:

لا يجب إغفال أن صحافة الذكاء الاصطناعي سوف تخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام، حيث لا حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا قيود تضعها الحكومات على حرية نقل الخبر، أو الوصول إلى المعلومات؛ فالمنافسة قوية جدًا، والرابع في السباق من يقتنص تلك الفرص ويستحوذ على أحدث التقنيات الحديثة ويقوم بدمجها في صناعة الإعلام. وللأسف قد تتحول دول العالم الثالث إلى سوق مخترقة من كافة تلك القنوات والتقنيات الحديثة وصولاً لمعلومات سيادية من قبل وسائل الإعلام وصحافة الذكاء الاصطناعي. وهناك دراسات ما زالت في بداياتها تدرس حقبة جديدة من الاتجاهات الصحفية لما بعد صحافة الذكاء الاصطناعي تُعرف بصحافة الجيل السابع، أو G7 Journalism، ويتوقع ظهورها عام 2040، مع اختفاء المؤسسات الإعلامية التقليدية بشكلها الحالي وإحلالها بمراكز معلوماتية تغطي كل بقاع العالم، بحكم قوة شبكة الإنترنت وانتشارها المهيول في كل بقاع الكرة الأرضية.

➤ المصادر والمراجع:

1. محمد عبد الحميد، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الصحفية (الواقع وتحديات المستقبل)، الوكالة العربية للعلاقات العامة، ط1، 2023.
2. حسنين شفيق، إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة وإنتاج الأخبار، الصحفي والمذيع الروبوت " ثورة الإعلام القادمة"، ط1، 2022.
3. رفعت محمد البدرى، صحافة الذكاء الاصطناعي، هل تساعد الصحفيين أم تهدد وجودهم، النخبة للنشر والطباعة والتوزيع، ط1، 2023.
4. محمد عبد الظاهر، صحافة الذكاء الاصطناعي: الثورة الصناعية الرابعة وإعادة هيكلة الإعلام، دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، 2019



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You

