

# الإعلام والمجتمع

المحاضرة العاشرة

DGM 226

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام وتأثيراتها المجتمعية

## محاور المحاضرة

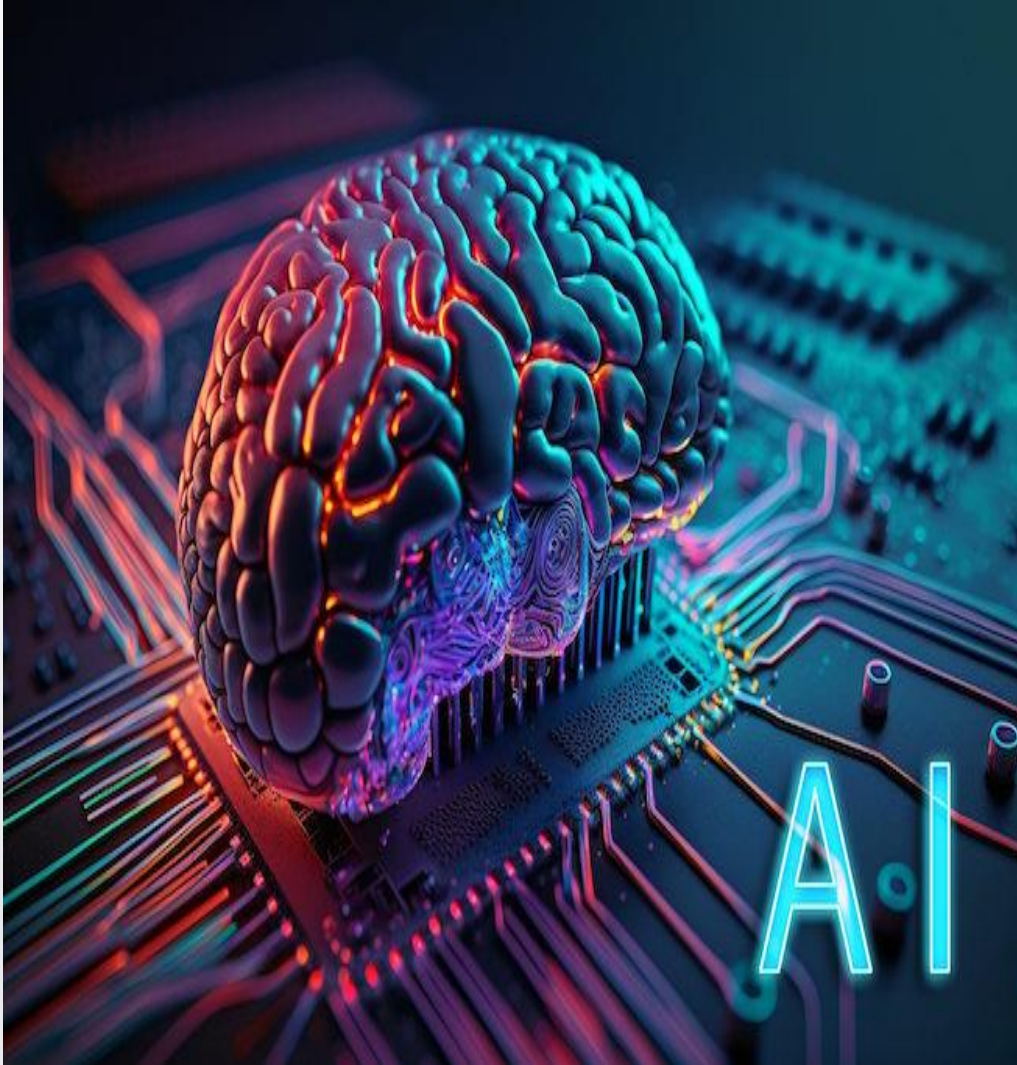
- أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية.
- ثانياً: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل .
- ثالثاً: تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي.
- رابعاً: الأبعاد الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- خامساً: الذكاء الاصطناعي وإعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والمجتمع.



□ يمثل الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence – AI) واحدة من أكثر التقنيات تأثيرًا في العصر الرقمي الحديث، حيث غير قواعد العمل في مختلف القطاعات، ولا سيما في المجال الإعلامي.

□ وقد أحدث هذا التحول تغييرات جوهرية في أساليب إنتاج المحتوى الإعلامي، ونشره، وتوزيعه، وتفاعله مع الجمهور، مما دفع العديد من الباحثين إلى اعتبار الذكاء الاصطناعي عاملاً رئيسياً في إعادة تشكيل المشهد الإعلامي الحديث .

# أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية



## • أ. مفهوم الذكاء الاصطناعي:

الذكاء الاصطناعي هو فرع من علوم الحاسوب يهدف إلى تصميم أنظمة قادرة على محاكاة القدرات الإدراكية البشرية، مثل التعلم، والتحليل، والتعرف على الأنماط، واتخاذ القرارات، وتستخدم هذه الأنظمة خوارزميات معقدة تعتمد على البيانات والتعلم الآلي (Machine Learning) والتعلم العميق (Deep Learning) حتى تؤدي مهام تبدو للبشر وكأنها تقنية عقلانية .

# أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية



ب. تطبيقات الذكاء الاصطناعي الإعلامية:

دخل الذكاء الاصطناعي بقوة في البنية الأساسية للعمل الإعلامي، وأصبح يستخدم في مجموعة متنوعة من التطبيقات المهمة، منها:

1. إنتاج المحتوى (Automated Content creation) يمكن للأدوات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي توليد نصوص إخبارية، ملخصات، أو تحليلات بيانات بسرعة تفوق الإنسان بكثير مثل: روبوتات الدردشة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي ومن أبرزها: copilot .chat gpt .gemini,cloudAi

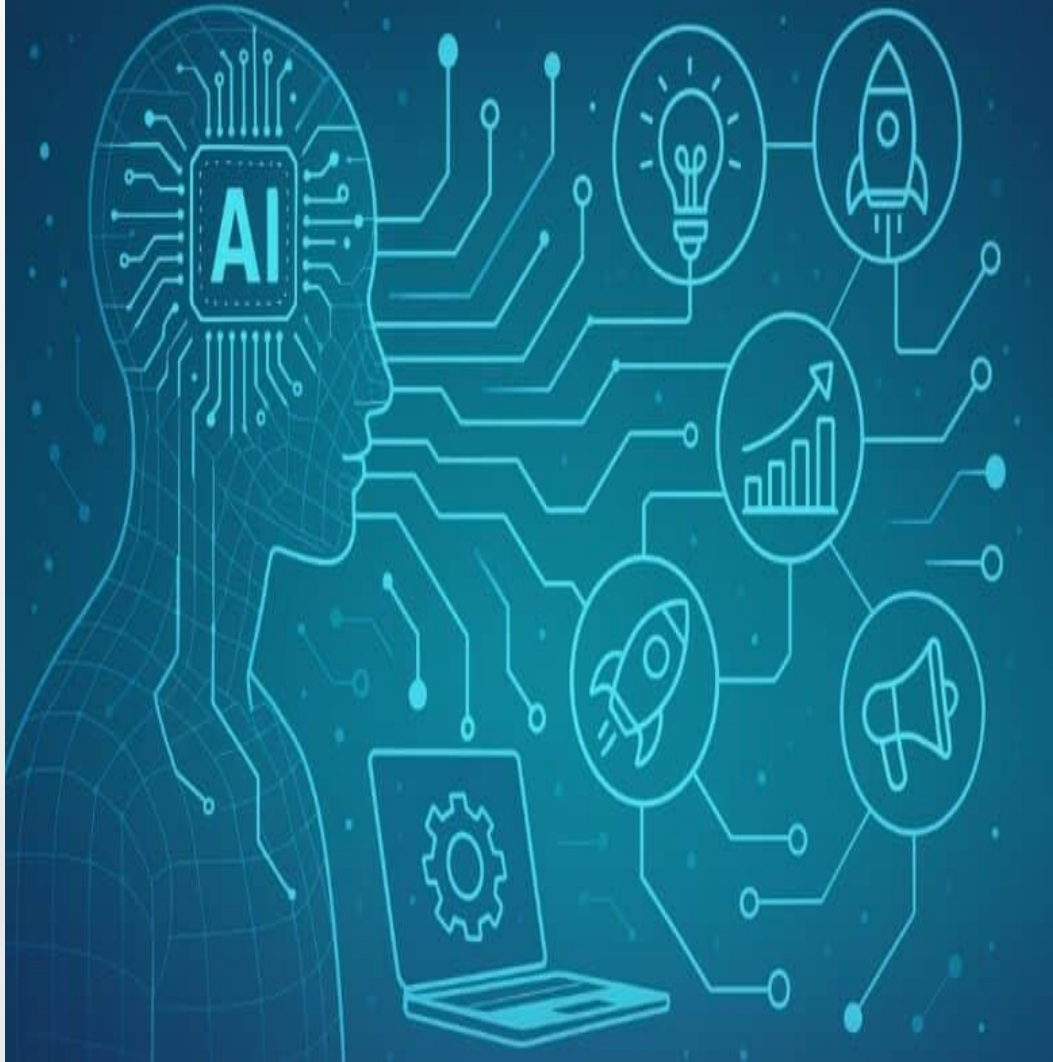


2. تحليل البيانات الضخمة: استغلال البيانات الكبيرة لفهم سلوك الجمهور، والتنبؤ بالترندات المقبلة، وتخصيص المحتوى لشرائح محددة من الجمهور .

3. تحسين التفاعل مع الجمهور :عبر خوارزميات التوصية التي تعرض للمستخدم محتوى يتناسب مع اهتماماته السابقة، ما يزيد من الوقت الذي يمضيه المستخدم على المنصات .

4. كشف التضليل والتحقق من الحقائق (Fact-Checking): توظيف خوارزميات قوية في الكشف التلقائي للمحتوى المغلوط أو المضلل، مثل تحديد الأخبار المفبركة والصور المزيفة .

# أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية



- هذه التطبيقات لا تعزز فقط كفاءة العمل الإعلامي، بل تمكّن المؤسسات الإعلامية من معالجة كميات هائلة من المعلومات في زمن قياسي، مع إمكانية اكتشاف أخطاء أو تضليل لا يمكن للعامل البشري وحده اكتشافها بنفس الدقة أو السرعة .

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

شهدت البيئة الإعلامية الرقمية في السنوات الأخيرة تصاعدًا غير مسبوق في حجم وتنوع المحتوى المتداول عبر المنصات الرقمية، الأمر الذي صاحبه زيادة ملحوظة في انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة والمحتوى المفبرك، وقد أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تسريع تداول هذا المحتوى، في ظل تراجع دور حارس البوابة التقليدي، وغياب آليات التحقق الصارمة التي كانت تميز المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية. وفي هذا السياق، برز التحقق من المحتوى الإعلامي (Media Verification) بوصفه ضرورة مهنية ومجتمعية لحماية الوعي العام، والحفاظ على الثقة في وسائل الإعلام، ودعم الاستقرار الاجتماعي.



## التحقق من المعلومات

media verification



### 1. مفهوم التحقق من المحتوى الإعلامي (Media Verification)

• يشير مفهوم التحقق من المحتوى الإعلامي إلى مجموعة من العمليات والإجراءات المهنية التي تهدف إلى التأكد من صحة ودقة ومصادقية المحتوى الإعلامي قبل نشره أو تداوله، وذلك من خلال فحص المصادر، وتحليل السياق، والتحقق من الأدلة والبيانات المصاحبة للمحتوى. ولا يقتصر التحقق على النصوص الإخبارية فقط، بل يشمل الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية والمحتوى الرقمي التفاعلي.

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

- ويُعد التحقق من المحتوى إحدى الركائز الأساسية للأخلاقيات الصحفية، إذ يرتبط ارتباطًا وثيقًا بمسؤولية الإعلام تجاه المجتمع، ويهدف إلى الحد من التضليل، ومنع التلاعب بالرأي العام، وتعزيز الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور.



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

### 2. التمييز بين أنواع المعلومات غير الصحيحة:

تؤكد الأدبيات الإعلامية الحديثة على ضرورة التمييز بين أشكال مختلفة من المعلومات غير الصحيحة، نظرًا لاختلاف دوافعها وتأثيراتها المجتمعية وطرق التعامل معها، ويمكن التمييز بينها كالآتي:

#### أ. الأخبار الزائفة (Fake News) :

وهي محتوى إخباري مخلوق بالكامل، يُقدَّم في قالب صحفي احترافي، ويهدف إلى خداع الجمهور أو تحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية، وغالبًا ما تعتمد الأخبار الزائفة على عناوين صادمة، ومصادر غير موثوقة، ولغة انفعالية.



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

جدة - نواف القشامي

مات، لم يمّت، مات، أدخل إلى المستشفى، خرج أحد أصدقائه وقال إنه حي، بهذه الطريقة المختصرة ظلت الأخبار عن وفاة الفنان السعودي محمد عبده حاضرة منذ سنوات، وعرفت تزايداً في الفترة الأخيرة مع قصص ظلت تراوح بين وفاته في شهر أكتوبر/ تشرين الأول من العام 2010، وخبر إصابته بجلطات متعددة في الرأس والقلب قبل عدة أيام.



نموذج لخبر كاذب تم تكذيبه عن وفاة فنان العرب  
محمد عبده منشور على موقع العربية

### ب. الأخبار الكاذبة (false News)

هي معلومات غير دقيقة أو خاطئة، يتم نشرها دون قصد التضليل في كثير من الأحيان، وقد تنتج عن سوء الفهم أو الخطأ أو ضعف التحقق من المصادر.

### ت. المعلومات المضللة المتعمدة (Disinformation)

تشير إلى محتوى يتم إنتاجه ونشره بقصد التضليل المتعمد، وغالبًا ما يكون جزءًا من حملات منظمة تهدف إلى التأثير في الرأي العام أو زعزعة الاستقرار الاجتماعي والسياسي.

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

### ث. المحتوى المفبرك:

- يشمل الصور والفيديوهات المزيفة أو المعدلة رقميًا، ومن أبرز أشكاله مقاطع (Deepfake) (التزييف العميق)، والتي تمثل تحديًا خطيرًا للثقة في المحتوى العربي.
- والتزييف العميق يتمثل في محتويات متعددة سواء كانت صورًا أو فيديوهات أو مقاطع صوتية يتم تعديلها أو تزيفها بالكامل باستخدام أدوات وتقنيات محددة، وباستخدام تقنيات التزييف العميق، يمكن أن تنتج محتويات غير مسبوقة، وسنستعرض فيما يأتي أنواع التزييف العميق:



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل



### 1. التزييف العميق للوسائط المرئية:

#### أ. تبديل الوجوه:

تسمح باستبدال وجه شخص في الصور أو مقاطع الفيديو بوجه شخص آخر، وعلى الرغم من التحديات التقنية التي تواجهها مثل: الحفاظ على التعابير الطبيعية للوجه وحركة الشفاه، إلا أن هذه التقنية شهدت تطورًا كبيرًا في السنوات الأخيرة، إذ أصبح من الممكن تبديل الوجه في الوقت الحقيقي خلال البث المباشر أو مكالمات الفيديو، وأصبح لها تطبيقات واسعة في مجالي صناعة الإعلام وإنتاج الأفلام، كما يمكن استخدامها في انتحال شخصية أشخاص آخرين وإيصال رسائل مزيفة.

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضييل

### ب. توليد الوجوه:

تتيح تقنية توليد الوجوه إنشاء وجوه جديدة تمامًا لأشخاص غير موجودين في الواقع، وتستخدم الشبكات التوليدية التنافسية (GANs) بشكل شائع في هذه العملية؛ حيث تتعلم هذه النماذج من ملايين الصور لوجوه مختلفة لتصبح قادرة على توليد وجوه تبدو واقعية، ويمكن استخدامها على سبيل المثال : لإنشاء شخصيات جديدة في الأفلام أو استغلالها سلبيًا لإنشاء حسابات وهمية على وسائل التواصل الاجتماعي؛ لنشر معلومات مضللة أو الاحتيال على الآخرين.



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

### ت. مزامنة الشفاه:

تستخدم هذه التقنية لمزامنة حركة شفاه الشخص مع كلام محدد، وإن لم ينطق بهذا الكلام في الأصل، وتستخدم هذه التقنية بشكل واسع في الحملات الإعلانية والبرامج التليفزيونية وخصوصًا في الدبلجة، وقد تستخدم كذلك لأغراض سلبية مثل: الخداع الإعلامي؛ حيث تستخدم للتلاعب بمحتوى الفيديو ونشر معلومات زائفة.

### ث. التلاعب بالوجوه:

تهدف هذه التقنية إلى إجراء تغييرات على ملامح الوجوه في الصور أو مقاطع الفيديو، وتستخدم بشكل شائع في تطبيقات الترفيه والتواصل الاجتماعي مثل: snapchat، و facelab، التي تمكن المستخدمين من تغيير مظهرهم بطرق متنوعة، وعلى الرغم من أن الاستخدام الأساسي لهذه التقنية هو الترفيه، إلا أنها قد تستغل في إنشاء صور مزيفة قد تؤثر على هوية أو سمعة الأفراد.



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

### 2. التزييف العميق للصوت:

#### أ. تحويل النص إلى كلام:

تقوم التقنية بتحويل النص المكتوب إلى كلام منطوق بصوت يحاكي صوت شخص معين، ويمكن لهذه التقنية إنتاج خطاب صوتي مزيف لشخصية عامة وبصوت يشبه صوتها الحقيقي، وتستخدم هذه التقنية في المساعدات الصوتية مثل سيري (siri) لتقديم تجربة حوار تفاعلية طبيعية، ولكنها قد تستخدم أيضًا في التضليل الإعلامي مثل: إنتاج تسجيلات صوتية مزيفة.



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضييل



### ب. استنساخ الصوت:

تهدف تقنية استنساخ الصوت بالذكاء الاصطناعي إلى تحويل صوت شخص لآخر، مما يسمح بتقليد الأصوات البشرية بدقة عالية، وتستخدم هذه التقنية في مجالات الترفيه مثل: صناعة الأفلام والألعاب؛ ومن المخاطر الكبيرة لهذه التقنية أنه يمكن استغلالها في عمليات الاحتيال الصوتي؛ حيث يجري المحتالون مكالمات مزيفة بأصوات شخصيات معروفة لخداع الضحايا، خصوصًا وأن الدراسات الحديثة أظهرت إمكانية تقليد صوت أي شخص باستخدام عينة من صوته لا تتجاوز ثلاث ثواني، ويعد استنساخ الصوت مصدر قلق خاصة في التطبيقات التي تعتمد على التحقق الصوتي البيومتري للوصول إلى حسابات العملاء، إذ يمكن أن يؤدي استنساخ الصوت إلى اختراقات أمنية وانتهاك الخصوصية.

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل



### 3. التزييف العميق للنصوص:

يعد التزييف العميق للنصوص تقنية متقدمة تعتمد على الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء محتوى نصي مزيف يبدو واقعيًا، ويشير النص المزيف إلى محتوى أنشئ بشكل مصطنع ليدو وكأنه مكتوب أو منسوب لشخص معين، من خلال تقليد أسلوب الكتابة وتعتمد هذه التقنية على نماذج الذكاء الاصطناعي التي تتعلم من مجموعة كبيرة من النصوص، مما يمكنها من إنتاج نصوص تبدو واقعية ومقنعة، ومن الممكن توظيف هذه التقنية في مجالات مثل: التسويق وكتابة المحتوى، إلا أنها قد تحمل مخاطر إذا استخدمت لتضليل الرأي العام أو التلاعب بالمعلومات أو استغلالها في هجمات الهندسة الاجتماعية والتصيد الاحتيالي.

### 3. دور الذكاء الاصطناعي في كشف التضليل الإعلامي:

- مع التزايد الهائل في حجم المحتوى الرقمي، لم يعد التحقق البشري التقليدي كافيًا وحده لمواجهة التضليل الإعلامي، وهو ما دفع المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية إلى الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوصفها أدوات مساعدة في عمليات التحقق.

- هناك أدوات تختبر مدى حضور تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملية تعديل أو توليد المحتوى، لكنها لا تقدم نتائج دقيقة وسليمة دائمًا، ولكن تتطور الأدوات بشكل مستمر، ما يعني أنه يجب متابعة الأدوات الجديدة التي تظهر ومدى دقتها.



## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل



### أ. التحقق من النصوص الإخبارية:

تُستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تحليل اللغة والأسلوب، واكتشاف الأنماط اللغوية المرتبطة بالمحتوى المضلل، مثل المبالغة، واللغة العاطفية، والعناوين المضللة، كما تعتمد هذه الأنظمة على مقارنة الأخبار بمصادر موثوقة متعددة، ومن أشهر الأدوات التي تستخدم للتحقق من النصوص الإخبارية [google factcheck tools](https://www.google.com/factcheck/).

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

GoogleFact Check Tools

Explorer

Markup Tool

APIs

FAQ

Report Issue

Privacy

Terms

Search fact checks about a topic or person

Search by image

Language filter: Arabic

More results in other languages

Recent fact checks



ادعت حسابات في إكس أن الرئيس الأمريكي دونالد ترامب صرح بأن كل تطعيمات كورونا قاتلة على 10 سنوات وذلك للتقليل من عدد سكان الأرض، وأنه بانتظار ما سيحدث، وذلك في 8 شباط/ فبراير 2026. وحاز الادعاء على انتشار واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الدردشة، وجرى تداوله ضمن...  
...قالب قنا

Verify Sy rating: نظرية المؤامرة

الرئيس ترامب لم يصرح أن لقاحات كورونا قاتلة لعظم سكان الأرض | [ذاك](#)

15 hours ago

دولاد ترمب  
لغاح  
فيروس كورونا  
Verify Sy

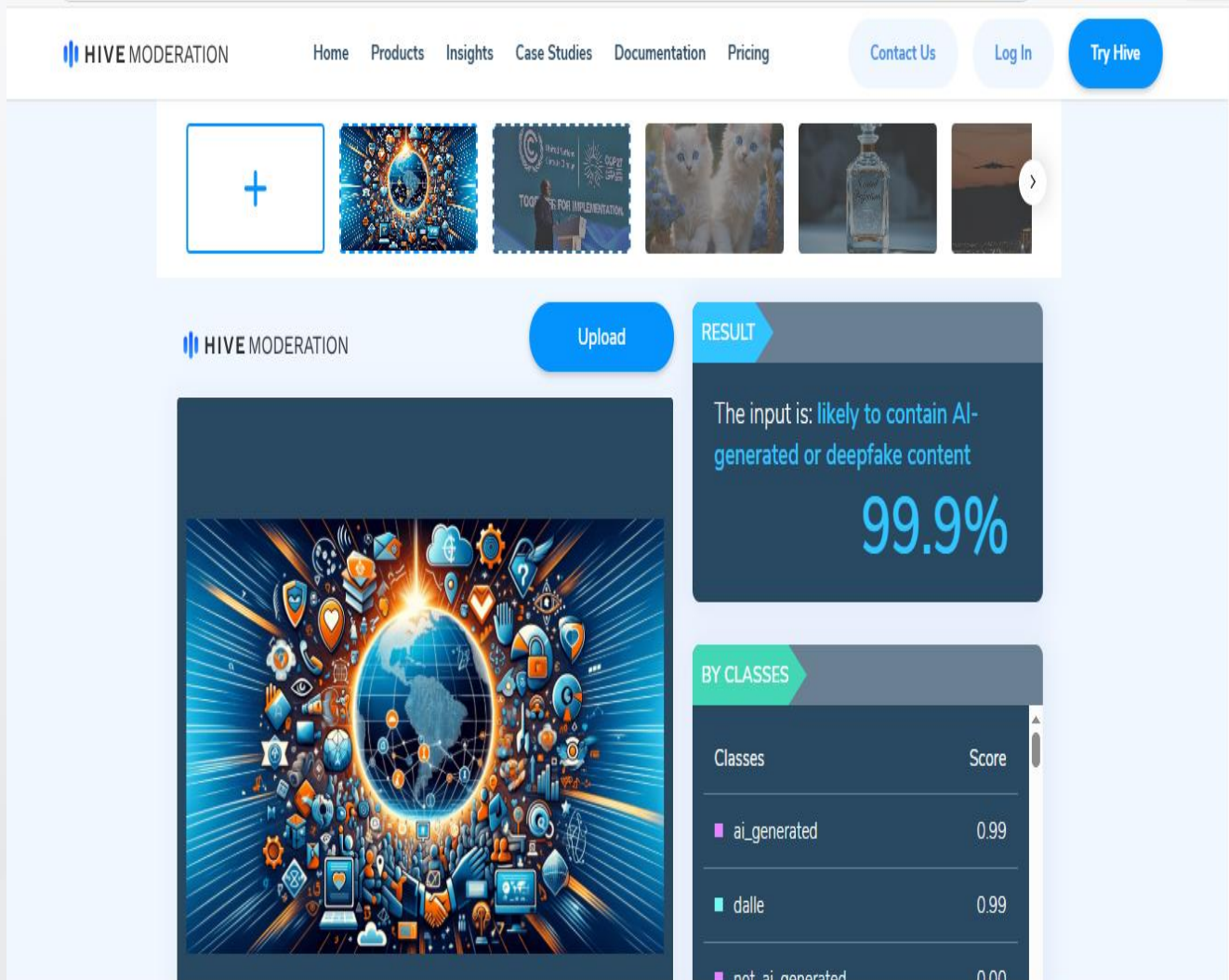
□ توضح لنا الصورة على اليسار أداة **google factcheck tools**، تسمح هذه الأداة بالبحث في تقارير تدقيق المعلومات، لنعرف إذا تم التحقق من المعلومات سابقًا، كما يمكن البحث فيها باستخدام الصور، لتظهر لنا تقارير تدقيق المعلومات التي تحققت من تلك الصورة.

## ب. التحقق من الصور:

يسهم الذكاء الاصطناعي في كشف الصور المعدلة أو المعاد استخدامها خارج سياقها الأصلي، من خلال تحليل البيانات الوصفية، والكشف عن التلاعب الرقمي، ومطابقة الصور مع قواعد بيانات ضخمة بأدوات مثل:

[HiveModeration](https://www.hivemoderation.com/).





توضح لنا الصورة على اليسار لقطة شاشة من موقع [HiveModeration](https://www.hivemoderation.com) ، بعدما نحمل الصورة من خلال الضغط على السهم، تظهر لنا النتيجة على يمين الشاشة ، التي توضح لنا أن بنسبة 99.9% فإن هذه الصورة على الأرجح مولدة بالذكاء الاصطناعي.

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التزييل

ت. التحقق من الفيديوهات:

تقوم تقنيات الذكاء الاصطناعي بدورًا متزايدًا في كشف الفيديوهات المفبركة، خاصة مقاطع الـDeepfake، عبر تحليل حركة الوجه، وتزامن الصوت مع الصورة، والتغيرات الدقيقة غير المرئية للعين البشرية، ومن الأدوات التي يتم استخدامها للتحقق من الفيديوهات،

[inVID](#) [WeVerify](#), [deepware](#)



deepware®

PAGI GEN

DEEPWARE SCANNER

ABOUT US

CONTACT US

## Scan & Detect Deepfake Videos

Scan a suspicious video to find out if it's  
synthetically manipulated.

Contact Us for on-premise solutions.

GO TO SCANNER



توضح لنا الصورة على اليسار لقطة شاشة  
من أداة [deepware](https://www.deepware.com) ، نقوم بالضغط على  
go to scanner أسفل الشاشة، ثم  
نقوم بوضع رابط الفيديو المراد التحقق  
منه، ثم نقوم بالضغط على scan، ومن  
ثم تظهر لنا الأداة نتيجة تحليل الفيديو  
أسفل الفيديو.

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل

### 4. استخدام تقنيات البحث العكسي:

تقنيات البحث العكسي هي أدوات رقمية تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحليل الخصائص البصرية أو السمعية أو النصية للمحتوى، بهدف تتبع مصدره الأول، وتحديد سياقه الزمني والمكاني، والكشف عن التلاعب أو إعادة الاستخدام المضلل.

ومن أشهر أدوات البحث العكسي عن الصور:

• [Googlelens](https://www.google.com/lens/)

• [BingvisualSearch](https://www.bing.com/visualsearch/)

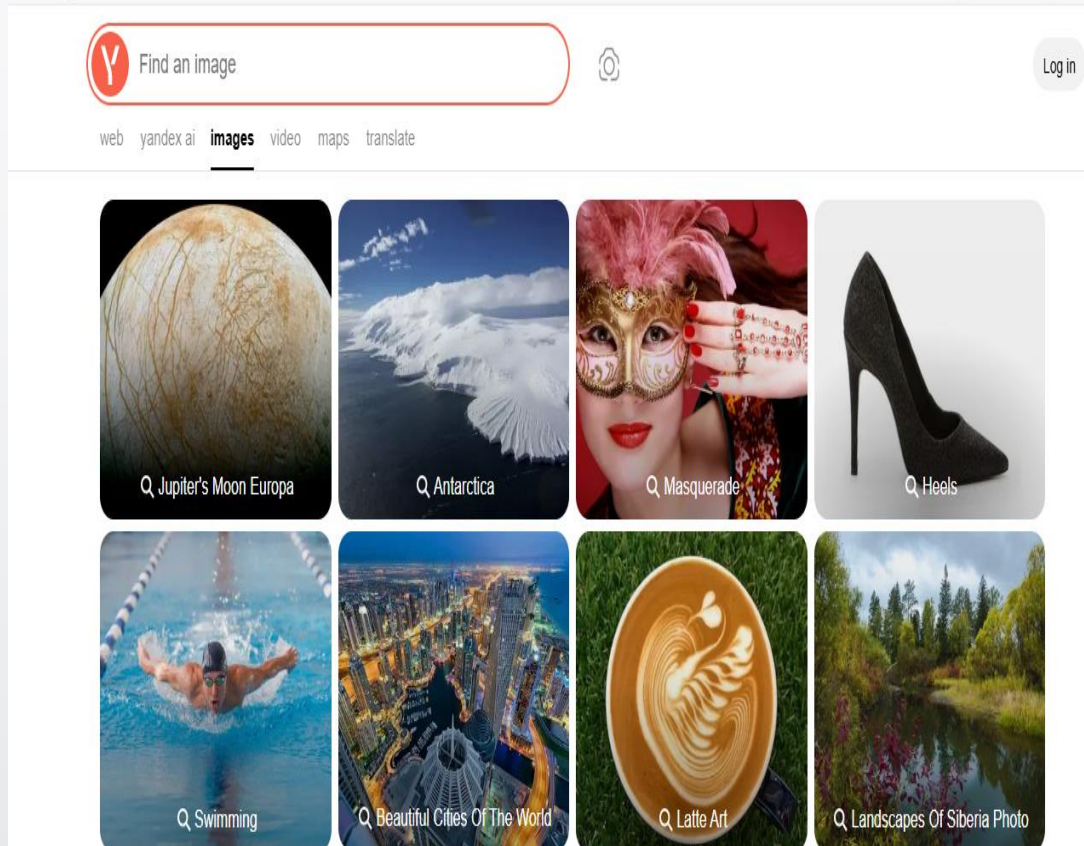
• [YandexImage](https://www.yandex.com/images/)



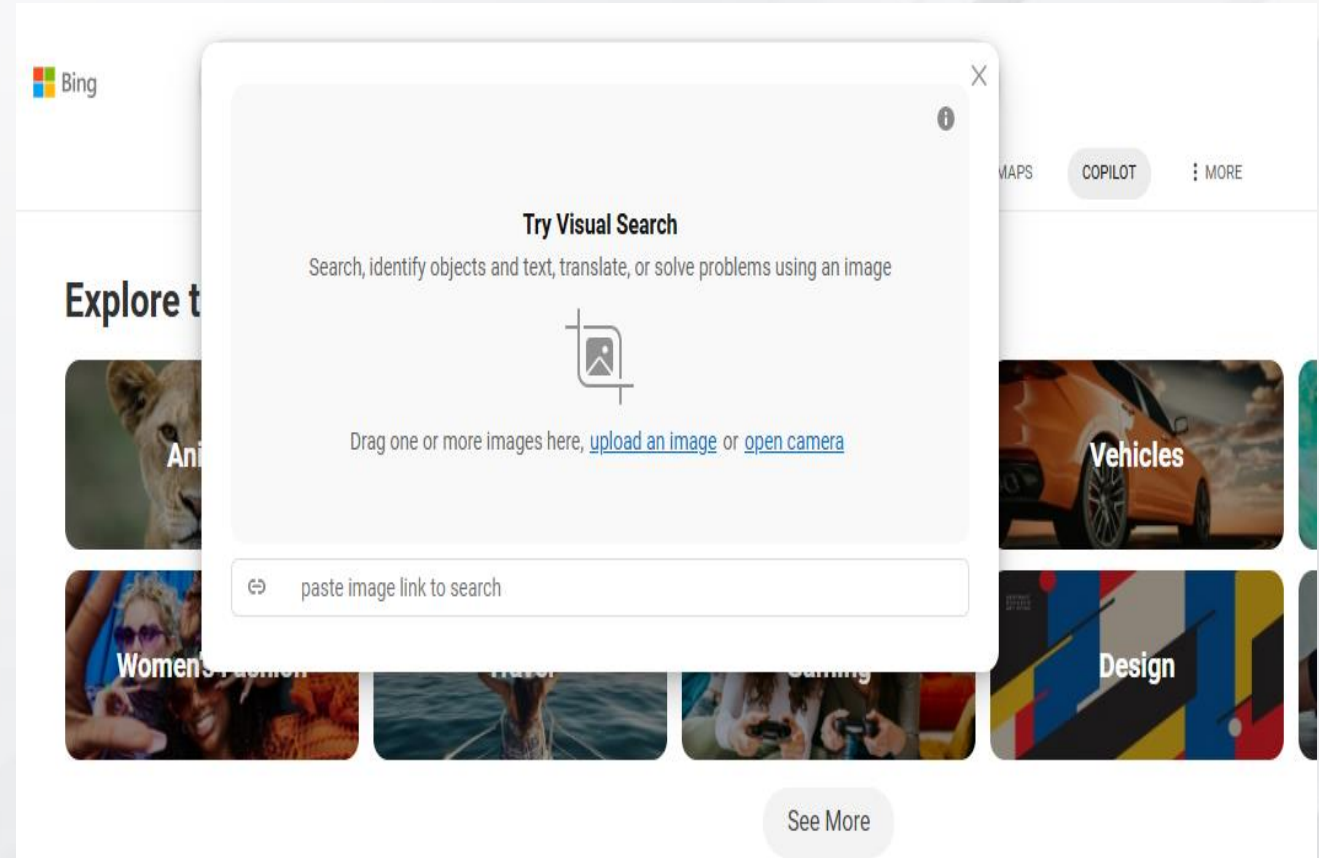
توضح الصورة أداة google lens للبحث العكسي عن الصور

# محاضرة 10

## ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضييل



توضح الصورة أداة Yandex image للبحث العكسي عن الصور



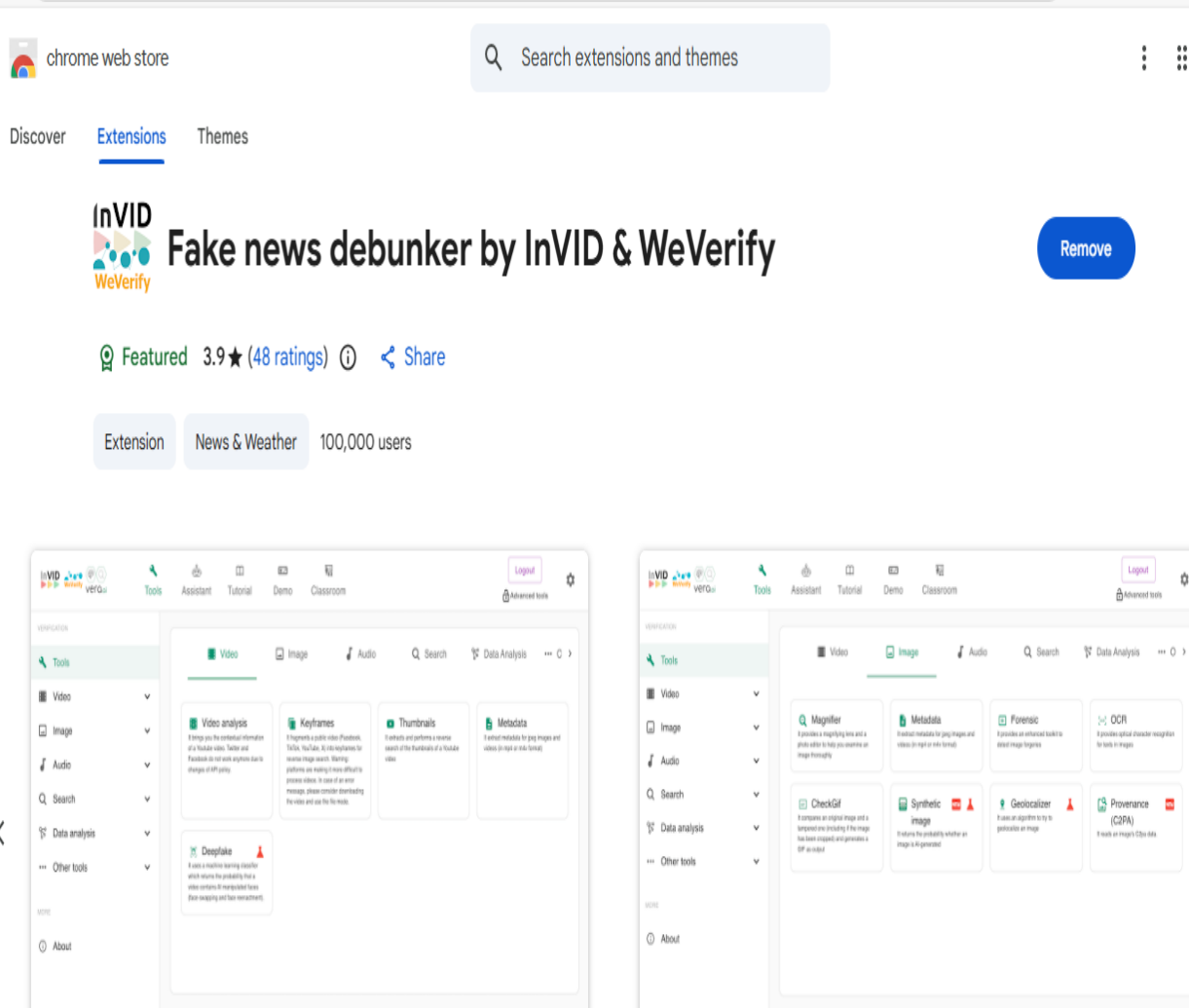
توضح الصورة أداة bingvisualesearch للبحث العكسي عن الصور

## أشهر أدوات التحقق والبحث العكسي عن الفيديوها:

### أداة InVIDWeVerify:

توضح لنا الصورة على اليسار لقطة شاشة من أداة [inVID WeVerify](#) بعد أن نقوم بتثبيت الأداة على المتصفح، الدخول على الأدوات ونختار منها تحليل الفيديو، بعد الدخول على تبويب تحليل الفيديو، نضع رابط الفيديو المراد التحقق منه في مربع البحث ونضغط على ارسال، ويمكننا أيضًا استخدام تقنية البحث العكسي على هذه الأداة.

www.midocean.ae

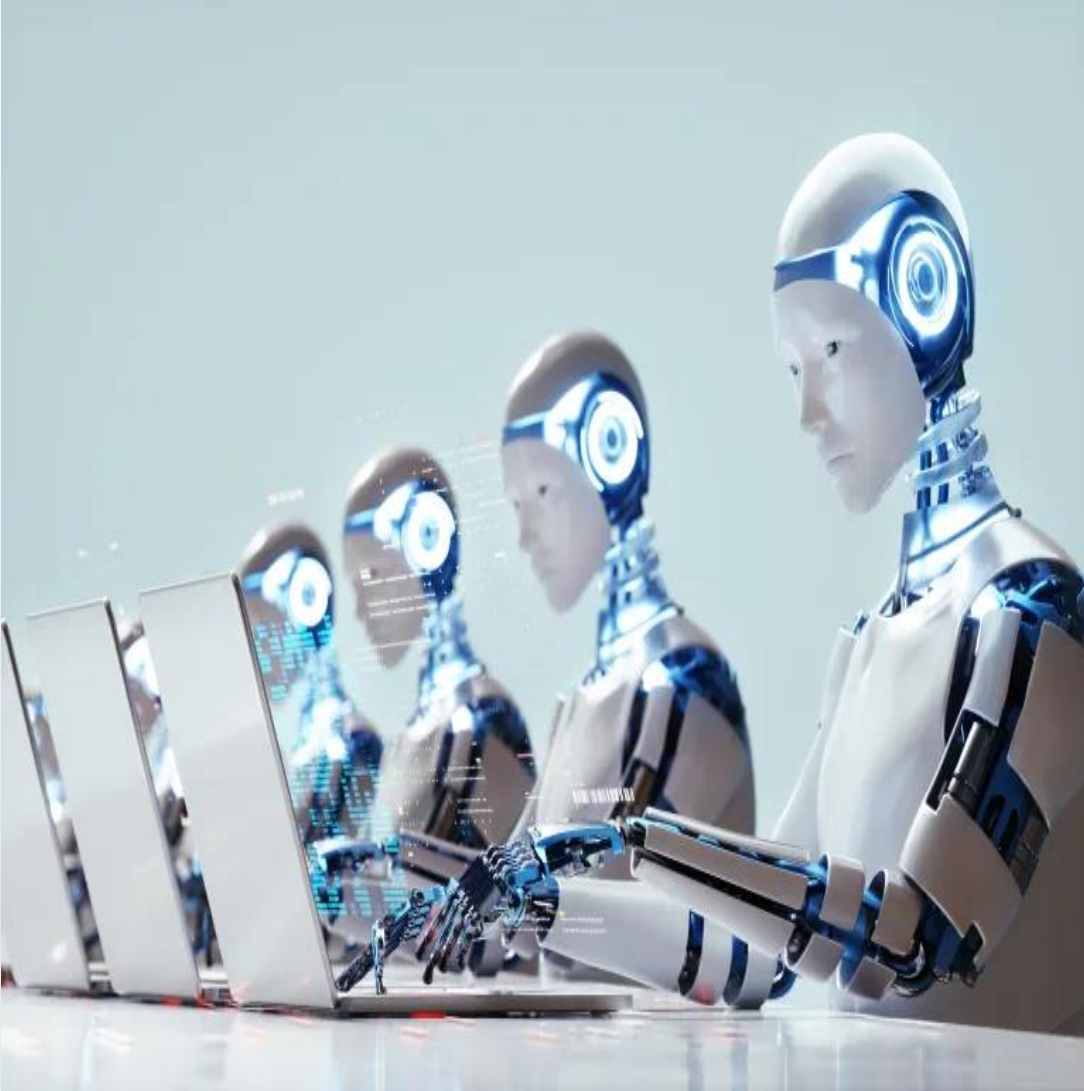


## ثالثًا: تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي

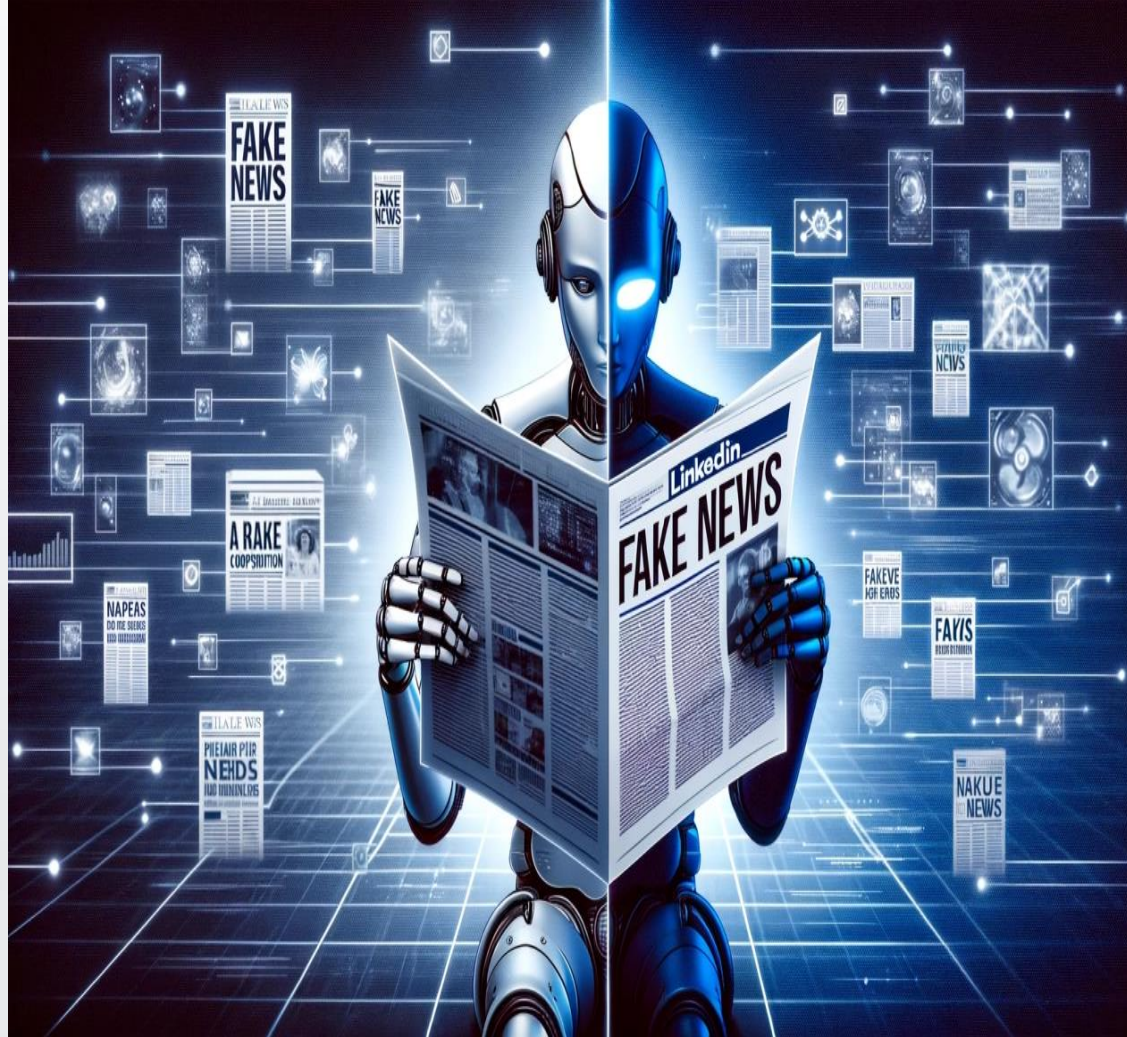
يمكننا تناول تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي من خلال رؤيتين أساسيتين، إحداهما تبرز الآثار الإيجابية التي يسهم بها في تطوير الأداء الإعلامي، والأخرى تسلط الضوء على التحديات والآثار السلبية المترتبة على توظيفه:

### أ. التأثيرات الإيجابية:

١. رفع جودة الإنتاج: يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين سرعة الإنتاج وتحسين صيغ الأخبار والتنسيق، مما يقلل الأعباء على الصحفيين .



## ثالثًا: تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي



### 2. تحسين دقة التوصيات:

خوارزميات الذكاء الاصطناعي توفر توصيات محتوى تلائم اهتمامات المستخدم، ما يساعد المؤسسات في زيادة ولاء الجمهور والانخراط معه .

### 3. مواجهة الأخبار المضللة:

أدوات الكشف الآلي يمكنها تحديد مصادر غير موثوقة أو محتوى مفبرك، مما يعزز مصداقية المحتوى المقدم للجمهور .

## ثالثًا: تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي



### ب. التأثيرات السلبية:

1. تعميم الخوارزميات لأخطاء بشرية :  
إذا كانت البيانات التي تدرب عليها الذكاء الاصطناعي متحيزة، فإن المحتوى الناتج قد يعكس هذا التحيز .
2. فقدان الصوت الإنساني :  
في بعض الأحيان، ينتج الذكاء الاصطناعي نصوصًا أو صورًا تبدو احترافية لكنها تفتقد العمق الإنساني أو الحس النقدي .

## ثالثًا: تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي

### 3. الاعتماد على المنصات الكبيرة :

احتكار منصات التقنية الكبرى لخوارزميات الذكاء الاصطناعي يحوّلها إلى حراس محتوى بمفردها، مما يثير تساؤلات حول الشفافية والتوازن الإعلامي.



## رابعًا: الأبعاد الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام

■ يمثل الذكاء الاصطناعي فرصة وتحديًا في الوقت ذاته من الناحية الأخلاقية، ومن أهم القضايا الأخلاقية التي تقع في قلب التوظيف الإعلامي للذكاء الاصطناعي:

### 1. التحيز الخوارزمي:

تعتمد الخوارزميات على بيانات تدريب قد تحتوي على تحيزات ثقافية أو اجتماعية، ما قد يؤدي إلى تكرار أو تكريس هذه التحيزات في المحتوى الناتج، سواء في تمثيل الفئات الاجتماعية أو في تسليط الضوء على قضايا معينة دون غيرها .



## رابعًا: الأبعاد الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام



### 2. الشفافية والمساءلة:

من الضروري أن تكون خوارزميات الذكاء الاصطناعي شفافة وواضحة في كيفية اتخاذ قراراتها، خصوصًا عندما تؤثر تلك القرارات في المحتوى الذي يراه الجمهور، وهذا يرتبط بمبدأ المساءلة الذي يجب أن يتوفر في المؤسسات الإعلامية .

### 3. الخصوصية وسلطة البيانات:

استخدام الذكاء الاصطناعي يعتمد غالبًا على تحليل سلوك الجمهور وجمع بياناته، مما يثير قضايا حساسة تتعلق بالخصوصية وحقوق المستخدمين في التحكم ببياناتهم .

### 4. أخلاقيات التحقق وكشف التضليل:

بينما يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة، إلا أن تحديًا أخلاقيًا ينشأ عندما تتخذ الأنظمة قرارات تلقائية قد تتعارض مع حرية التعبير أو تُسهم في "حذف" أصوات معينة دون شفافية واضحة.



## خامسًا: الذكاء الاصطناعي وإعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والمجتمع

إن العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام ليست علاقة تقنية بحتة، بل هي علاقة تحوّل جذري في بنية التفاعل الإعلامي الاجتماعي من خلال:

1. تغيير تفاعل الجمهور مع الإعلام:

لقد أسهم الذكاء الاصطناعي في تحويل الجمهور من متلقٍ سلبي إلى جهة تفاعلية فاعلة، وأصبح الجمهور قادرًا على التفاعل الفوري مع المحتوى، والمساهمة في إنتاجه ونشره، ما يعزز من ديمقراطية الإعلام .



## خامسًا: الذكاء الاصطناعي وإعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والمجتمع

### 2. تعزيز التخصيص مقابل الاستقطاب:

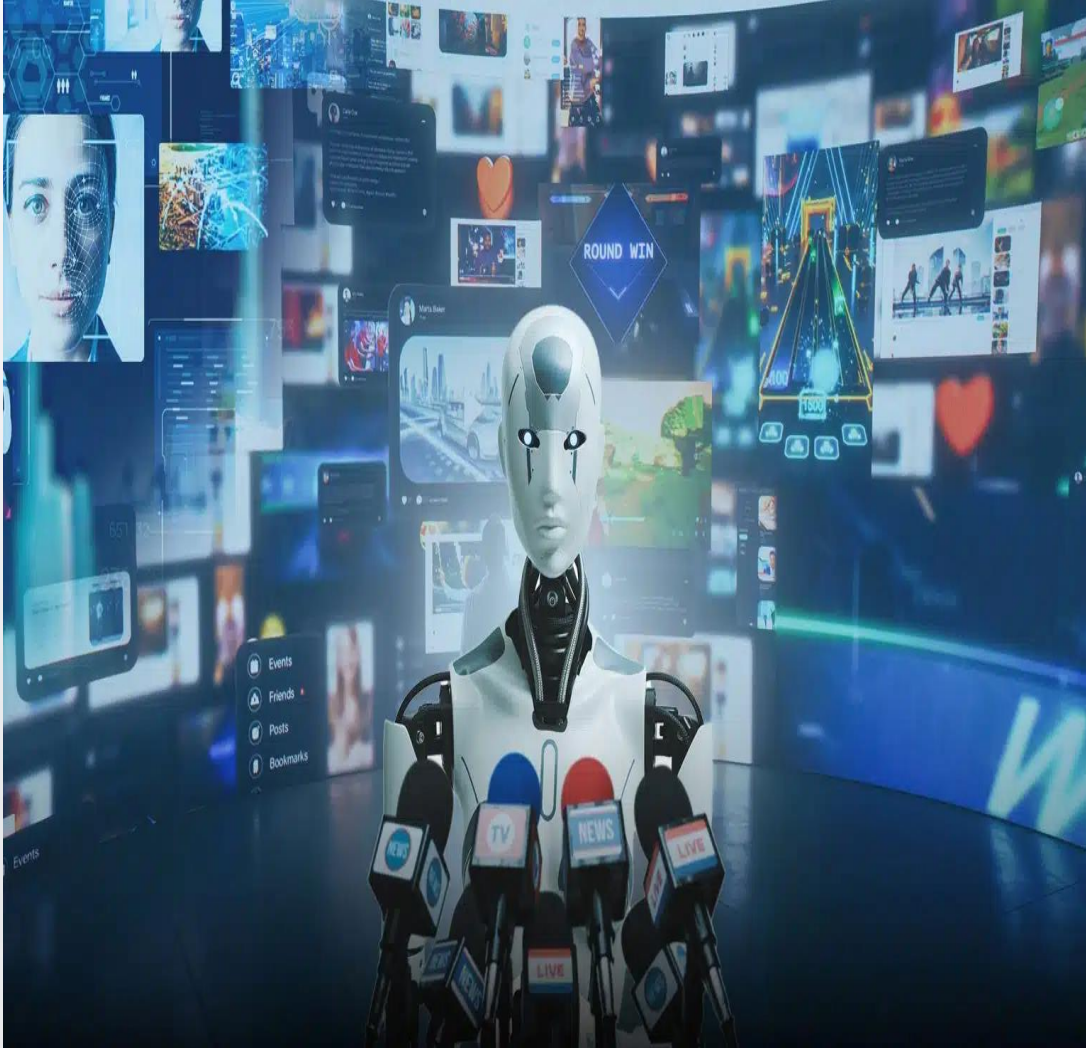
تؤدي خوارزميات الذكاء الاصطناعي إلى تخصيص المحتوى بما يتوافق مع اهتمامات المستخدم، وهو ما يمكن أن يقوّي الشعور بالتقارب بين الجمهور ومحتوى الإعلام، ولكنه في الوقت نفسه يمكن أن يقوّي الانقسامات الاجتماعية عبر خوارزميات “فقاعة التصفية” (Filter Bubbles) التي تظهر للمستخدم ما يتفق فقط مع وجهات نظره .



## خامسًا: الذكاء الاصطناعي وإعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والمجتمع

• لقد غيّرت تقنيات الذكاء الاصطناعي ملامح الإنتاج الإعلامي وطبيعة التفاعل بين الإعلام والمجتمع، مما فتح آفاقًا جديدة في تحسين الجودة والكفاءة الإعلامية، لكنه أيضًا طرح تحديات اجتماعية وأخلاقية تستدعي إعادة التفكير في النماذج المهنية والأطر القانونية والأخلاقية المعتمدة.

• إن تحقيق التوازن بين الاستفادة من هذه التقنيات وحماية القيم الأساسية للعمل الإعلامي يتطلب وعيًا نقديًا وممارسات تنظيمية واضحة تضمن العدالة، والشفافية، واحترام حقوق الجمهور.



## ملخص المحاضرة

- أولًا: مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية.
- ثانيًا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي وكشف التضليل.
- ثالثًا: تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي.
- رابعًا: الأبعاد الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- خامسًا: الذكاء الاصطناعي وإعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والمجتمع.

شكرًا لاستماعكم