



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

• تحدي المهنية في التغطية الإعلامية للصراع العربي
الإسرائيلي ما بين الإعلام العربي والغربي

أ.د. أشرف جلال

• الإعلام ودوره في الحرب الروسية الأوكرانية منذ عام ٢٠٢٢م

أ.د. مسعد أبو الديار، وأ.د. إيمان الشامي، وأ.م.د. أحمد جلال

• سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية على صفحات
التواصل الاجتماعي تجاه الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة ٢٠٢٣

د. رشا عبد الحميد

• آليات تطوير الرسالة الإعلامية للتصدي لحروب الأجيال من
وجهة نظر النخبة المصرية

أ. عبدالرحمن محمد مدحت

• عرض كتاب: استكشاف التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والصحافة

أ. رباب رياض وأ. محمود طه، إشراف: أ.م.د. حسين ربيع

• عرض كتاب: صحافة الموبايل والشبكات الاجتماعية

أ.م.د. حسين ربيع

• **The Future Effect of AI in the Media Industry**

Dr. Taiwo Oluyinka and Philip Auter

العدد الرابع: يوليو - سبتمبر ٢٠٢٤

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الرابع: يوليو - سبتمبر ٢٠٢٤

Digital Media Research Journal

Quarterly Scientific Journal issued by
The Faculty of Media and Communication Technology - Suez University



The 4th Issue
Jul. - Sep.
2024



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

مجلة بحوث الإعلام الرقمي
دورية علمية محكمة تصدر عن
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة السويس

مدير التحرير

أ. م. د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

د. رباب حسين العجموي

السكرتير الإداري

أ. سارة خليل

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ. د. أشرف جلال

مساعد ورئيس التحرير

أ. د. حسن علي محمد

العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ. د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ. د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس -
السويس - مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023 / 24417

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

الهيئة الاستشارية:

أ. د. أحمد فاروق رضوان	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة الشارقة - الإمارات
أ. د. أمين سعيد عبد الغني	العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة السويس
أ. د. حمدي حسن	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية
أ. د. سامي الشريف	عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ. د. سهير صالح	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق
أ. د. السيد بهنسي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس
أ. د. عادل عبدالغفار	رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
أ. د. عادل فهمي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية
أ. د. عبد الرحمن محمد الشامي	الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة قطر
أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن
أ. د. محمد رضا أحمد	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة السويس
أ. د. محمد شومان	عميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ. د. محمد سعد	الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا
أ. د. مني الحديدي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ. د. هويدا مصطفى	عميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذي يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمي، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمي.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمي، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمي.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمي.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمي ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمي في مصر والعالم العربي والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشئت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلآت منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A4 / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

فهرس المحتويات

• تحدي المهنية في التغطية الإعلامية للصراع العربي الإسرائيلي ما
بتن الإعلام العربي والغربي: دراسة تحليلية مقارنة لقناتي الجزيرة
العربية وفوكس نيوز الأمريكية

أ. د. أشرف جلال ١

• الإعلام ودوره في الحرب الروسية الأوكرانية منذ عام ٢٠٢٢م

أ. د. مسعد أبو الديار، وأ. د. إيمان الشامي، وأ. م. د. أحمد جلال محمود ٣٧

• سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية على صفحات التواصل
الاجتماعي تجاه الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة ٢٠٢٣
وانعكاساتها على اتجاهات ومعارف الجمهور

د. رشا عبد الحميد ٥٥

• آليات تطوير الرسالة الإعلامية للتصدي لحروب الأجيال من وجهة
نظر النخبة المصرية: دراسة ميدانية

أ. عبد الرحمن محمد مدحت ١١٥

• عرض كتاب: استكشاف التقاطح بتن الذكاء الاصطناعي والصحافة:
ظهور نموذج صحفي جديد

أ. رباب رياض وأ. محمود طه، إشراف: أ. م. د. حسين ربيع ١٥٩

• عرض كتاب: صحافة الموبايل والشبكات الاجتماعية: دليل عملي
للصحافة المتعددة الوسائط

أ. م. د. حسين ربيع ١٩٣

• مؤتمرات علمية تهتمك

أ. م. د. حسين ربيع ٢٣١

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وترقم ترقيماً متسلسلاً، وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وترقم ترقيماً متسلسلاً وتكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوى البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويُكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

مقدمة العدد "أما قبل"

وتتابع أعداد «مجلة بحوث الإعلام الرقمي»، المجلة العلمية المحكمة المتخصصة في مجال بحوث ودراسات الإعلام الرقمي، والصادرة عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، فقد وصلنا إلى العدد الرابع، ويأتي هذا العدد بعد بدء الدراسة الفعلية للدراسات العليا في الكلية، ببرنامج الماجستير: «الإعلام الرقمي»، والاستعداد لاستقبال الدفعة الثانية من المتقدمين لذلك البرنامج.

كما يأتي هذا العدد بعد انضمام المجلة إلى «بنك المعرفة المصري»، وإنشاء موقع إلكتروني خاص بها، على الموقع الإلكتروني لبنك المعرفة، مع الدوريات العلمية المتخصصة الرائدة في الإعلام في مصر؛ ومن ثم استكمال إجراءات تقييم المجلة، وحصولها على درجة تقييمية متقدمة.

وتتنوع وتعدد البحوث والدراسات التي سيقدمها العدد الحالي، العدد الرابع، من بحوث ودراسات عربية وأجنبية، وكذلك هناك عروض لبعض الكتب العلمية، وأخبار حول مؤتمرات علمية مستقبلية.

وعليه، تصدر البحوث والدراسات المنشورة في العدد دراسة قيمة تحت عنوان: «تحدي المهنية في التغطية الإعلامية للصراع العربي الإسرائيلي ما بين الإعلام العربي والغربي: دراسة تحليلية مقارنة لقناتي الجزيرة العربية وفوكس نيوز الأمريكية، للأستاذ الدكتور أشرف جلال؛ عميد كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، وأستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

ثم دراسة قيمة أخرى بعنوان: «الإعلام ودوره في الحرب الروسية الأوكرانية منذ عام ٢٠٢٢م»، للأستاذ الدكتور مسعد نجاح الرفاعي أبو الديار؛ أستاذ علم النفس، وباحث دكتوراه في العلوم السياسية جامعة السويس، والأستاذة الدكتورة إيمان نور الدين الشامي؛ أستاذ العلوم السياسية بكلية السياسة والاقتصاد جامعة السويس، والأستاذ الدكتور أحمد جلال محمود؛ أستاذ العلوم السياسية المساعد بكلية السياسة والاقتصاد جامعة السويس.

ومن بعدهما دراسة قيمة أخرى تحت عنوان: «سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية على صفحات التواصل الاجتماعي تجاه الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة ٢٠٢٣ وانعكاساتها على اتجاهات ومعارف الجمهور»، للدكتورة رشا عبد الحميد؛ مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد العالي للإعلام وعلوم الاتصال أكاديمية الجزيرة، ثم دراسة للباحث عبدالرحمن محمد مدحت، باحث الماجستير بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنصورة، وهي بعنوان: «البيات تطوير الرسالة الإعلامية للتصدي لحروب الأجيال من وجهة نظر النخبة المصرية: دراسة ميدانية».

ومن خلال نافذة علمية إبداعية يعرض لنا الباحثان: رباب رياض ومحمود طه؛ الباحثان برنامج

فهرس المحتويات

The Future Effect of AI in the Media Industry

٢٥٣

Dr. Taiwo Oluyinka and Philip Auter

ماجستير الإعلام الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، في إطار مقرر «صحافة العصر الرقمي»، تحت إشراف الأستاذ الدكتور حسين ربيع؛ الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس، كتاب: استكشاف التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والصحافة: ظهور نموذج صحفي جديد، كما يعرض لنا الأستاذ الدكتور حسين ربيع كتاب صحافة الموبايل والشبكات الاجتماعية: دليل عملي للصحافة المتعددة الوسائط، وكذلك يقدمنا لنا أيضًا تقريراً حول مؤتمرات علمية تهتمك.

وتطالعنا دراسة قيمة أخرى باللغة الإنجليزية تحت عنوان:

“The Future Effect of AI in the Media Industry, Dr. Taiwo Oluyinka and Philip Auter”.

وأخيراً، يسعدنا أننا قدمنا لكم مجموعة من البحوث والدراسات العلمية القيمة الرزينة، وعلى وعد أن نقدم لكم مجموعة قيمة أخرى في العدد القادم من المجلة، في القريب العاجل إن شاء الله .
والله من وراء القصد،،،

مدير التحرير
أ.م.ر. السيد عبدالرحمن

عرض كتاب

استكشاف التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والصحافة: ظهور نموذج صحفي جديد

عرض: رباب رياض صابر ومحمود طه أحمد، باحثان ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة السويس، في إطار مقرر "صحافة العصر الرقمي".

إشراف: أ. م. د. حسين ربيع

عرض كتاب: استكشاف التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والصحافة: (ظهور نموذج صحفي جديد)

Title: Exploring the Intersection of Artificial Intelligence and Journalism: The Emergence of a New Journalistic Paradigm).

Author: Santosh Kumar Biswal and Anand J. Kulkarni.

Publisher: Routledge.

Publication Date: 2024.

عرض: رباب رياض صابر - محمود طه أحمد، باحثان ببرنامج ماجستير الإعلام الرقمي، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة السويس، في إطار مقرر "صحافة العصر الرقمي".

إشراف: أ. م. د. حسين ربيع

المؤلفان:

- سانتوش كومار بيسوال (حاصل على درجة الدكتوراه)، أستاذ مشارك ورئيس قسم الصحافة والاتصال الجماهيري، جامعة راما ديفي النسائية، بوبانسوار، أوديشا، الهند.
- أناند جيه كولكارني (حاصل على درجة الدكتوراه)، أستاذ ومدير مشارك، معهد الذكاء الاصطناعي، جامعة السلام العالمي التابعة لمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، بوني، ماهاراشترا، الهند.



EXPLORING THE INTERSECTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND JOURNALISM

THE EMERGENCE OF A NEW JOURNALISTIC PARADIGM

Santosh Kumar Biswal and Anand J Kulkarni



يدرس هذا الكتاب دور الذكاء الاصطناعي في الصحافة. ويتتبع أصل ونمو وتطور صناعة الإعلام والاتصال في العالم المعولم ويناقش آثار التقنيات مثل الواقع المعزز والواقع الافتراضي والواقع الممتد، والتي ساعدت في تعزيز ثورة الاتصالات في جميع أنحاء العالم. يناقش المجلد نظريات الإعلام التي تركز على التكنولوجيا في سياق الذكاء الاصطناعي ويفحص ما إذا كان الذكاء الاصطناعي نعمة أم نقمة بالنسبة لصحافة البيانات، كما ينظر في استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد التقارير الصحفية والصحافة الشعبية ويحلل الآثار الاجتماعية والثقافية للصحافة التي يقودها الذكاء الاصطناعي والمخاوف الأخلاقية الناشئة عنها.

كمساهمة مهمة، سيكون هذا الكتاب لا غنى عنه للطلاب والباحثين في دراسات الإعلام ودراسات الاتصال والصحافة ووسائل التواصل الاجتماعي ودراسات التكنولوجيا والعلوم الإنسانية الرقمية. سيكون مفيداً أيضاً لمحترفي الإعلام.

إن التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والصحافة هو مجال سريع التطور ولديه القدرة على إحداث ثورة في الطريقة التي ننتج بها الأخبار ونستهلكها، يستكشف هذا الكتاب أحدث الأبحاث حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة من التحقق من الحقائق إلى التقارير الآلية، كما يناقش التحديات الأخلاقية والقانونية التي يجب معالجتها مع تزايد تكامل الذكاء الاصطناعي مع وسائل الإعلام الإخبارية ويحاول فهم التحولات النموذجية في الصحافة.

يبدأ الكتاب بتقديم لمحة عامة عن تاريخ الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المحتملة، ثم يناقش التحديات والفرص التي يقدمها الذكاء الاصطناعي لوسائل الإعلام الإخبارية، وأحد أكبر التحديات هو إمكانية استخدام الذكاء الاصطناعي لنشر المعلومات المضللة، حيث يمكن استخدام الروبوتات المدعومة بالذكاء الاصطناعي لإنشاء مقالات إخبارية مزيفة ومنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي يصعب تمييزها عن المحتوى الحقيقي، ويمكن أن يكون لهذا تأثير خطير على الخطاب العام والديمقراطية. والتحدي الآخر هو الآثار الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ومن هنا يطرح الكتب سؤالاً محورياً وهو: هل يجب استخدام الذكاء

الاصطناعي لأتمتة عملية التحقق من الحقائق؟ ومن المسؤول عن دقة المحتوى الذي يولده الذكاء الاصطناعي؟

كما يكشف هذا الكتاب عن الفضاء الذي يشغله الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة التتموية، ويتناول أبعاد صحافة المواطن التي أصبحت الخطاب الأوسع في وسائل الإعلام، ويناقش الفرص التي يقدمها الذكاء الاصطناعي للصحافة، على سبيل المثال يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لأتمتة المهام مثل جمع البيانات وتحليلها، ويمكن استخدامه لتخصيص محتوى الأخبار للمستخدمين الأفراد، ويختتم الكتاب بالدعوة إلى اتباع نهج أخلاقي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ويزعم المؤلفان أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة قوية لإعلام وتمكين الجمهور بشرط استخدامه بطريقة تحترم القيم الإنسانية.

جاء الفصل الأول بعنوان: (مقدمة للصحافة: الرحلة والخبرة من نحت الحجر إلى

ChatGPT).

تحدث فيه المؤلفان عن تطور الصحافة من مرحلة النقش علي الحجر وصولاً إلى وسائل التواصل الاجتماعي ثم إلى الذكاء الاصطناعي و ChatGPT الذي ما زال لا يمكن التنبؤ به. يرى المؤلفات أن وسائل التواصل الاجتماعي بدأت في توفير محتويات إخبارية مخصصة إلى جانب الصور ومقاطع الفيديو والألعاب مجاناً، حيث ينتشر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأخبار بشكل أكبر بين الشباب، وعززت وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية منافذ وسائل الإعلام الإخبارية المحلية بفضل الطبيعة المتنوعة ونمط الجغرافيا واللغة والديموغرافية التي ينتمي إليها مستهلكو الأخبار، حيث دفعت وسائل الإعلام المتقاربة وتيرة إنتاج وتوزيع واستهلاك الأخبار، وأنجبت الوسائط الرقمية صحافة المواطن التي هي من المواطنين وإلى المواطنين، لقد أدت مثل هذه الأشكال من الصحافة إلى إضفاء الطابع الديمقراطي على الأخبار بين المواطنين على نطاق أوسع.

ومع ظهور Metaverse ظهرت فرصاً واسعة وحديثة لبيئة الصحافة، حيث تتمكن الصحافة من خلال هذه التكنولوجيا من إعداد التقارير الإخبارية في بيئة الواقع الافتراضي

(VR)، مما يمكن المرسلين من تقديم قصص وتجارب أكثر غامرة وجذابة لجمهوره، كما توفر Metaverse فرصا واسعة لتغيير عملية إعداد التقارير الإخبارية ونشرها.

ومع ظهور metaverse أصبحت الصحافة الغامرة ممكنة التي تعتبر فئة فرعية من الصحافة وتقوم علي استخدام تقنية الواقع المعزز (AR) لغمر المشاهدين في القصص مما يسمح للمشاهد بفهم معنى المعلومات بشكل أفضل والتعمق في إعداد السرد، كما يمنح للقراء إحساسا حقيقيا بالسياق وجلب مواضيع حية للمشاهدين، وبدون أدوات الواقع المعزز لن يتمكن المشاهدون من تجربة مثل هذه المواضيع والسياقات.

بدأت تقنية ChatGPT أحدث إضافة لأداة تكنولوجية في مجال تقنيات الاتصال في التأثير على مجال الصحافة. يمكن لهذه التقنية تحليل المقالات الإخبارية ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من المصادر ذات الصلة لاكتساب فهم أعمق وإدراك لمواضيع محددة، ويمكن من خلالها إعداد تقارير أكثر تفصيلا وبصيرة، مما يمكن الصحفيين من تزويد قرائهم بفهم أعمق للقضايا المعقدة، كما تساعد المحررين والمرسلين على فهم الأخبار بسرعة وتحديد كيفية تغطيتها في نفس الوقت، على سبيل المثال: إذا قدمت مستندا طويلا إلى ChatGPT فسوف تجد الموضوعات الكبرى بسرعة وبشكل موثوق على ما يبدو.

الصحافة الصفراء والأخبار الكاذبة:

مع النمو الأخير لمنافذ وسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت الأخبار المزيفة تتفاحم، وقد ساهم الإفراط في استخدام التكنولوجيا والصراعات السياسية والمنافسات بين الكيانات التجارية بشكل سيئ السمعة في زيادة الأخبار المزيفة. تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع في تصنيع الدعاية الرقمية، حيث يستخدم الساسة كل الوسائل للفوز بالحملات الانتخابية، ويتم استغلال أدوات الذكاء الاصطناعي من خلال الصور ومقاطع الفيديو القديمة لمجرد الترويج للدعاية السياسية التخريبية في المجتمع، كما تستخدم تقنية التزييف العميق المعروفة أيضا باسم الوسائط الاصطناعية لابتزاز أي شخص، كما يشكل الخطاب المتطرف والكراهية على المنصات عبر الإنترنت تحديا متزايدا للمجتمعات الديمقراطية في جميع أنحاء العالم، وفي هذا العصر الرقمي تتقاطع المعلومات المضللة والكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي.

يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي أن تفعل العجائب وقد يكون هذا ضاراً، بمساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تتحول وجوه الأشخاص إلى مشاهير وتجعل الأمر يبدو وكأنهم من المفترض أن يقولوا أشياء لم يقولوها أبداً، الآن يمكنك أن تجد أن العديد من وجوه أصدقائك المتاحة على منصات التواصل الاجتماعي تحولت إلى وجوه أبطال أو بطلات بوليوود أو هوليوود.

الذكاء الاصطناعي وتحليلات الجمهور والإعلام:

يظل فهم الجمهور والتحليلات أمراً بالغ الأهمية في مجال الصحافة، ولأدوات الذكاء الاصطناعي الكثير لتفعله في هذا السياق، لقد ارتبط ظهور التكنولوجيا الرقمية في إنتاج الأخبار بشكل متزايد بالأهداف التحريرية القائمة على النقر، مما مكن منافذ الأخبار من قياس سلوك الجمهور ومشاركته في الوقت الفعلي، تسمح التطورات المستمرة في أدوات الذكاء الاصطناعي للمحررين بإشراك الجماهير في غرف الأخبار بأدوات مخصصة مثل Chartbeat و Google Analytics.

مع التحول الرقمي وتحقيق الدخل من محتويات الأخبار، بدأ الصحفيون في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لقياس عدد وطبيعة الجمهور، حيث تأسست شركة Social Blade في عام 2008 وتقوم بتجميع البيانات من منافذ التواصل الاجتماعي المختلفة، مما يساعد بشكل أكبر في إنشاء تحليل إحصائي، هذا التحليل الإحصائي مفيد في تسجيل تطور الفرد، عادة تمكن البيانات والتحليل الإحصائي المنظمات من التنبؤ بمنحنى النمو وتقييمه، وتضم هذه المنصة أكثر من 630.000 زائر فريد كل شهر، كما تدعم Social Blade العملاء من خلال قنوات متعددة وتستقبل المنظمة أسئلة المستخدمين وتقدم لهم استجابة مخصصة .

جاء الفصل الثالث تحت عنوان: (من نحت الحجر إلى ChatGPT: فهم الدور المتغير للتكنولوجيا في الصحافة)، ويتحدث المؤلفان في هذا الفصل عن الوسائط الرقمية التي ظهرت بدافع التكنولوجيا ويتم استخدامها الآن بكثرة في الصحافة، حيث إنها أثرت على طبيعة وشكل السرد الصحفي على مر السنين، ويجدر مناقشة الصحافة المحمولة والصحافة المتعددة الوسائط وصحافة البودكاست والصحافة الغامرة وصحافة وسائل التواصل الاجتماعي

واستخدامات الذكاء الاصطناعي و5G و blockchain و metaverse و ChatGPT أثناء التداول حول تقنيات الوسائط الرقمية في مجال الصحافة.

● **صحافة الموبايل:** أدى الاستخدام الواسع للهاتف المحمول إلى تغذية نمو وآفاق الصحافة المواطنية في جميع أنحاء العالم، كما عملت على إضفاء الطابع الديمقراطي على محتويات الوسائط وخلق مساحة في مجال وسائل الإعلام البديلة، كما عززت صحافة الموبايل الشعور بالصحافة التشاركية التي يكون فيها المواطنون الدعامة الأساسية في إنتاج وتوزيع واستهلاك محتويات الأخبار، لقد تمكنت من كبح احتكار ما يسمى بوسائل الإعلام السائدة وفرضت تهديدا لأنماط عمل وإيرادات وسائل الإعلام السائدة.

● **الصحافة المتعددة الوسائط:** إن تنسيق الوسائط المتعددة للصحافة يخلق ويكتف تجربة الانغماس بين الجمهور، وتعمل السمات المميزة للنص والصورة والفيديو والصوت والرسوم المتحركة على تعزيز تقنيات السرد التي تشكل جزءا وجزئيا من صحافة الوسائط المتعددة، إن دمج كل هذه الميزات يمكن من السير السلس لسرد القصص في مجال الصحافة، حيث يتم قبول الشكل السردى للمعلومات جيدا بين الجمهور. وقد أدى صعود صحافة الوسائط المتعددة إلى ولادة رواية القصص الرقمية، حيث إن الصحفيين متعددي الوسائط هم أولئك الذين يعملون عبر أبعاد عديدة ويميلون إلى استخدام مجموعات من النصوص والصور والصوت والفيديو والرسومات، فقد أدى سرد القصص المتعددة الوسائط على منصات الوسائط الإجتماعية المختلفة إلى تحويل مستوى التفاعل والمشاركة مما أدى إلى توسيع نطاق الصحافة

● **البث الصوتي والصحافة (البودكاست):** تتمتع بعض التدوينات الصوتية الإخبارية بمدى وصول أوسع من الصحف والقنوات التلفزيونية، وعادة ما تكون التدوينات الصوتية حميمة بطبيعتها مما يجذب المستمعين، ويستخدم الصحفيون هذه الوسيلة لإنشاء علاماتهم التجارية الشخصية وعرضها على جمهورهم المستهدف، كما إنها تعمل كبديل ديمقراطي للراديو ويمكن للفرد الذي لديه ميكروفون أن يجعل صوته مسموعا، علاوة على ذلك من

خلال هذه الوسيلة فإنهم قادرون على إنشاء وإشراك جمهورهم المستهدف في الصحافة المتخصصة للغاية.

● **الصحافة الغامرة:** الصحافة الغامرة هي أسلوب ناشئ في صناعة وسائل الإعلام الإخبارية، يضع هذا الشكل من الصحافة الجمهور في سياق الحدث، وتسمح الصحافة الغامرة للجمهور بالدخول افتراضيا إلى الحدث من خلال تمثيل القصة. الفكرة الأساسية للصحافة الغامرة هي السماح للمشاركة بالدخول فعليا إلى سيناريو أعيد إنشاؤه افتراضيا يمثل قصة الأخبار، ويمكن للمشاركة أيضا دخول القصة بأحد الأشكال العديدة كزائر يحصل على وصول مباشر إلى نسخة افتراضية من الموقع الذي تحدث فيه القصة، أو من خلال منظور شخصية مصورة في قصة الأخبار سواء كان يزور الفضاء بصفته ذاته أو كموضوع في السرد، يمكن للمشاركة أن يتمتع بإمكانية الوصول غير المسبوقة إلى المشاهد والأصوات وربما المشاعر والعواطف التي تصاحب الأخبار.

● **الواقع المعزز (AR) والصحافة:** هو أحد أشكال البيئات الافتراضية (VE)، أو الواقع الافتراضي، حيث تغمر تقنيات الواقع الافتراضي المستخدم تماما داخل بيئة اصطناعية وأثناء الانغماس لا يستطيع المستخدم رؤية العالم الحقيقي من حوله، وعلى النقيض من ذلك يسمح الواقع المعزز للمستخدم برؤية العالم الحقيقي مع فرض الأشياء الافتراضية أو دمجها مع العالم الحقيقي. وتجعل تقنيات الواقع المعزز التغطية الإخبارية أكثر إثارة للاهتمام وقابلية للتصديق، ومن خلال استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي تصبح القصة الإخبارية أقل تجريداً، وعند التفاعل مع أدوات تعزيز الواقع المعزز يمكن لمستهلكي الأخبار تجربة نوع من الحضور، كما أنه حالة نفسية يتم فيها تجربة الأشياء الافتراضية كأشياء فعلية.

● **الواقع الافتراضي (VR) والصحافة:** إن الواقع الافتراضي وغيره من التقنيات الغامرة قد بشرت بعصر من السرديات المقنعة عاطفياً ووكالة المستخدم، كما أن الإعداد الوسيط من خلال قصص الواقع الافتراضي المختلفة يوفر نطاقاً للتفاعل للمستخدمين الذين يمكنهم حضور البيئة المحيطة والاستجابة لها، إنه يثير شعوراً بوجود المستخدمين داخل العالم

المخلوق، وعندما تكون القصص الإخبارية أقل عاطفية وقوة نسبيا ولا يتم سردها بشكل كاف لجذب انتباه المستخدمين، فقد تكون التدخلات التكنولوجية حاجة محسوسة يمكن أن يكون الواقع الافتراضي والفيديو بزوايا 360 درجة مفيدا في هذا السياق الصحفي.

● **صحافة وسائل التواصل الاجتماعي:** يمكن للصحفيين اللجوء إلى وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الروابط الحميمة مع جمهورهم والانخراط في الموضوعات الشائعة والانغماس في الدردشة مع قرائهم حول محتويات مختلفة، على وجه التحديد تمكن وسائل التواصل الاجتماعي الصحفيين من بناء السمعة والحفاظ عليها، كما يتمكنوا من دفع منشوراتهم إلى نطاق أوسع من خلال منافذ وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن لوسائل التواصل الاجتماعي فتح مسارات لمحادثات متنوعة حول محتويات الصحفيين، وعادة ما تكون منصات التواصل الاجتماعي مدفوعة بالتكنولوجيا والصحفيون المشاركون فيها هم منشئو ومروجو لمحتوى الأخبار، إنه أسلوب اتصال ثنائي الاتجاه على عكس شكل منافذ الإعلام السائدة.

● **الذكاء الاصطناعي ChatGPT والصحافة:** تعتبر ChatGPT تقنية لديها القدرة على إحداث ثورة في مهنة الصحافة من خلال أتمتة إنشاء الأخبار، قد تمكن هذه التقنية الصحفيين من إنتاج المحتوى بشكل أسرع وبجهد أقل في جميع أنحاء العالم، وتستخدم مؤسسات وسائل الإعلام الإخبارية ووكالات الأنباء الذكاء الاصطناعي لإنشاء المحتوى وتخصيص عروضها وزيادة مشاركة الجمهور لتعلم الفروق الدقيقة والأنماط اللغوية، ويتم تدريب ChatGPT على مجموعة كبيرة من النصوص، ونتيجة لذلك يمكن لأداة الذكاء الاصطناعي هذه إنشاء مقالات إخبارية بنبرة وأسلوب مماثلين لتلك التي كتبها البشر، من خلال تقليل الوقت والجهد اللازمين لإنتاج القصص الإخبارية بشكل كبير، ويمكن لهذه التكنولوجيا أن تحرر الصحفيين للتركيز على جوانب أخرى من وظائفهم.

● **الجيل الخامس (5G) والصحافة:** ستغير تقنية الجيل الخامس أسلوب التفاعل بين المنافذ الإعلامية وجمهورها، ويحظى تطبيقها وإحداثها التغيري باهتمام كبير في وسائل الإعلام الإخبارية، وستعزز تقنية الجيل الخامس تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي والتي يمكن أن

تؤثر بشكل أكبر على الإنتاج الصحفي ونشره للجمهور، وعلاوة على ذلك سيكتسب الجمهور حواسا جديدة للإعلام كاللمس والشعور، وستعزز هذه الثورة الإتصالية الإيرادات بشكل كبير من البداية إلى المنتج النهائي لتوليد إيرادات أعلى في العملية الصحفية، كما ستتغير السرديات، ومع ظهور تقنية إنترنت الأشياء (5G) يمكن للصحفيين إعادة كتابة البيانات، كما سيسهل ذلك بث الفيديو بشكل أفضل على الأخبار، ومن المتوقع أن تعمل تقنية Verizon 5G بشكل أفضل مما يمكن أن يخلق أشكالاً جديدة من الصحافة، ويمكن أن يسهل على الصحفيين بث الوسائط تلقائياً.

• **الصحافة وتقنية Blockchain:** يمكن لمؤسسات وسائل الإعلام الإخبارية استخدام blockchain لإنتاج حلول قواعد بيانات قابلة للتدقيق والتحقق والشفافية لإنتاج نماذج أعمال قائمة على حلول العملات المشفرة للوصول إلى البيانات العامة واستخدامها في أنظمة تعتمد على blockchain وتعزيز نطاقات غرف الأخبار لإنشاء المحتويات ومحاسبة الصحفيين ومنظمات وسائل الإعلام الإخبارية الخاصة بهم، وتعمل منصات الأخبار التي تدعمها تقنية البلوك تشين كحلول للتخفيف من حدة المشكلات والتغلب عليها ويمكن أن تكون السجلات القائمة على تقنية البلوك تشين حلاً ممكناً في تصنيف وتصفية المعلنين الموثوق بهم ومحتوى الإعلانات، ونتيجة لذلك يمكن أن تكون حلول قواعد البيانات مفيدة في خلق والحفاظ على الثقة بين المؤسسات الإعلامية وبين وسائل الإعلام والجمهور.

جاء الفصل الرابع بعنوان: (مبررات نظرية مدروسة في منظور الصحافة والذكاء الاصطناعي: إعادة النظر في النظريات في الإعلام والاتصال)، يشير فيه المؤلفان إلى أن نظرية المعرفة في نظرية الاتصال لا تزال بحاجة إلى الفهم، وتختلف نظريات المعرفة في نظريات الاتصال على نطاق واسع، ويكمن مستقبل نظرية الاتصال في وجهات النظر أو التخصصات الفرعية بما في ذلك نظرية المعلومات، والاتصال بين الأشخاص، والاتصال التنظيمي، والاتصال الاجتماعي الثقافي، والاتصال السياسي، والاتصال بواسطة الكمبيوتر، والبلاغة والكلام، والمنظورات النقدية حول وسائل الإعلام والاتصال. ومع ذلك، فإن الدراسات

العلمية حول الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والتعلم الآلي والتقنيات الغامرة في مجال الصحافة في منظور نظريات الإعلام لا تزال في مرحلة الطفولة، ونادراً ما أجريت أي دراسات محتملة حتى الآن، وفي المستقبل أصبح إجراء دراسات مفاهيمية وتجريبية حول نظريات الإعلام المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والصحافة ضرورة ملحة.

على وجه التحديد يمكن إعادة النظر في نظريات الإعلام للتحقيق في المصدر والرسالة والقناة والجمهور والتأثير مع فهم دمج أدوات الذكاء الاصطناعي بما في ذلك ChatGPT في الصحافة. ويمكن اختبار نظريات الإعلام في ضوء البلدان النامية والمتقدمة، ويمكن إجراء دراسات متعددة التخصصات لإعادة النظر في صحة وفعالية نظريات الإعلام المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية. كما أن الذكاء الاصطناعي والميتافيرس والتعلم الآلي والتعلم العميق، والتقنيات الغامرة هم مستقبل الصحافة، وتتم مناقشة التقنيات المستخدمة للمؤثرين الافتراضيين، حيث بدأت الصور المولدة بواسطة الكمبيوتر (CGI) المستندة إلى الرسومات الحاسوبية في التأثير على الإنسان، ويمكن توجيه الدراسات المستقبلية لإعادة النظر في نظريات الإعلام المتعلقة بدور الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والتعلم الآلي والتعلم العميق والتقنيات الغامرة والصور المولدة بواسطة الكمبيوتر و ChatGPT في غرف الأخبار والتي يمكن أن تكون امتداداً لنظريات الإعلام الحالية، وسيكون هذا هو المساهمة النظرية الرئيسية في مجال الإعلام والاتصال.

ينتقل المؤلفان في الفصل الخامس تحت عنوان: **(الصحافة التنموية والذكاء الاصطناعي.. الطريق إلى الأمام)** إلى الحديث عن الصحافة التنموية التي تهدف إلى تعزيز التنمية الاجتماعية، حيث تظل أهداف التنمية المستدامة مهمة للجميع في جميع أنحاء الدول، وفي هذا السياق تتمتع وسائل الإعلام الإخبارية بالقدرة على زيادة الوعي بأهداف التنمية المستدامة في جميع أنحاء العالم، وعلاوة على ذلك فإن الصحافة التنموية لديها الكثير لتفعله من أجل أهداف التنمية المستدامة من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي، ويمكن للذكاء الاصطناعي من خلال الصحافة التنموية جلب قصص المساءلة للجمهور، حيث يجب على الصحفيين أن توفر التغطية التي تدعمها الذكاء الاصطناعي حلولاً للمشاكل وأن تركز أكثر

على السياق والعملية بدلاً من النتائج المثيرة، ويجب أن تركز صحافة التنمية على التفسير بدلاً من الجوانب السلبية لأي أحداث.

لتحقيق ذلك، فإن بناء قدرات الصحفيين لفهم التواصل من أجل التغيير الاجتماعي هو حاجة الساعة لتحسين قدرة الصحفيين وجعلهم متعلمين في مجال الذكاء الاصطناعي، كما يجب إجراء تدريب للصحفيين على فترات منتظمة، وغالباً ما تأتي التكنولوجيا لإنقاذ صناعة الاتصالات لذلك سيعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل مجال صحافة التنمية ويمكن أن يكون أداة جديدة للصحافة التحريرية، ويمكن للتقنيات الخوارزمية إعادة تشكيل نطاقات ووظائف صحافة التنمية، وبالتالي يمكن لهذا الشكل من الصحافة أن يعمل كصحافة تحررية تشكل بديلاً للهيكل المعتاد لوسائل الإعلام السائدة ذات الوظائف المحدودة في مجال الاتصال من أجل التغيير الاجتماعي.

ويذهب المؤلفان إلى أنه لتحقيق القوة المثلى للذكاء الاصطناعي للصحافة التنموية بطريقة إيجابية وهادفة وعملية، فإن وجود إرشادات أو إطار عمل مناسب للصحافة التنموية هو حاجة الساعة، وتحتاج غرف الأخبار وممارسو التنمية والمنظمات غير الحكومية والآليات الحكومية ومعلمو وسائل الإعلام وأصحاب المصلحة الآخرين في المجتمع إلى العمل جنباً إلى جنب حتى يكون الذكاء الاصطناعي نعمة للصحافة التنموية، ويجب فحص وتقييم واختبار المعالجات التقنية الأخرى مثل التقنيات الغامرة والبلوكشين والصور المولدة بواسطة الكمبيوتر والميتافيرس بشكل نقدي من أجل نهجها الإيجابي والهادف والعملية، ومن خلال القيام بذلك يمكن استخلاص القوة الحقيقية للتكنولوجيات إلى أقصى حد وتحقيق هدف صحافة التنمية، ويمكن ترجمة القوة المجردة للتكنولوجيات إلى واقع مما يؤدي إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة في جميع أنحاء العالم.

وجاء الفصل السادس بعنوان: (تطبيقات للذكاء الاصطناعي في الصحافة: تحديد موقع

الطبيعة المتغيرة للتكنولوجيا في بيئة وسائل الإعلام الإخبارية) أكد فيه المؤلفان أن المحتوى هو الملك، ويظل جمع وإنتاج وتوزيع محتوى الأخبار الدعامة الأساسية في العملية الصحفية والسرد، ويمكن أن يؤدي ظهور أدوات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي إلى إعادة تشكيل كل

مرحلة من مراحل محتوى الأخبار من التجميع إلى التوزيع، من الصعب تصديق أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار سيؤدي إلى أنشطة التعزيز بدلاً من الاستبدال في بيئة الوسائط، ومع أدوات الذكاء الاصطناعي ستشغل تقنيات أخرى مثل blockchain والصور المولدة بواسطة الكمبيوتر (CGI) و metaverse والتقنيات الغامرة مساحاتها في بيئة وسائل الإعلام الإخبارية، على سبيل المثال ما إذا كان metaverse قادراً على خلق جاذبية غامرة في أذهان المستهلكين الجدد أم لا، وبالمثل فإن الصور المولدة بواسطة الكمبيوتر (CGI) هي نوع من المؤثرات البصرية (VFX) التي يمكن استخدامها في غرف الأخبار، سيتحدث الزمن عن كيفية استخدام الصحافة لتقنية CGI أو إساءة استخدامها في إنتاج وتوزيع واستهلاك الأخبار.

وفي ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي والتغلب على الحواجز الثقافية يجب على إدارة الأخبار أن تأخذ في الاعتبار تكييف غرفة الأخبار أثناء التخطيط والاستراتيجية وتنفيذ أدوات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى ذلك يجب تعزيز معرفة الذكاء الاصطناعي في إدارة غرفة الأخبار حتى يمكن استخدام التقنيات بحكمة، ويجب على المؤسسات الإخبارية أن تضع ذلك في اعتبارها حتى يمكن التخفيف من مخاطر الفشل إلى حد كبير.

نظراً لأن ChatGPT يتردد صده في غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم، فإن أداة الذكاء الاصطناعي هذه يتم تجربتها في عملية الإنتاج الصحفي وقد تكون نعمة أو نقمة في غرف الأخبار وهذا ما سيثبته الوقت، إن مزايا ومخاطر هذه الأداة لوسائل الإعلام الإخبارية لم يتم فهمها وتنفيذها بشكل نقدي بعد، حيث أن الاقتصاد السياسي لـ ChatGPT في عملية الإنتاج الصحفي والتوزيع والاستهلاك يحتاج إلى مداوات مناسبة، علاوة على ذلك يجب تعزيز معرفة ChatGPT بين الصحفيين، إن معرفة وسائل الإعلام بشكل عام كانت موضوعاً أساسياً للمناقشة والبحث في المجال الأكاديمي والصناعي وأن فهم ومعرفة ChatGPT والبحث فيها سيكون امتداداً لدراسة معرفة وسائل الإعلام، ومن المؤكد أن الذكاء الاصطناعي سيؤثر بلا شك على بيئة وسائل الإعلام الإخبارية، حيث إن الإنسان والآلة كيانان مختلفان وكلاهما له أهميته الخاصة، إن الاعتماد المفرط على تقنيات الذكاء الاصطناعي في العملية الصحفية قد

يثبت أنه كارثة لقد أصبحت الطبيعة الثنائية لهذه التقنيات معضلة، ومع ذلك يجب اللجوء إلى مسار أقل مقاومة.

جاء الفصل السابع تحت عنوان: (صحافة البيانات والذكاء الاصطناعي: استجواب البيانات باستخدام الآلة) ويرى فيه المؤلفان أن صحافة البيانات الآن أصبحت كلمة رائجة في مجال وسائل الإعلام الإخبارية. ربما تكون قد شاهدت رسما بيانيا أو قصة إخبارية استقصائية تتألف من البيانات. هذه الطريقة الفريدة لسرد القصص باستخدام البيانات المنظمة من خلال الأنماط التفاعلية والتصورات والأساليب الحسابية في ازدياد. على الرغم من أن سرد القصص الإخبارية الصحفية قد انتقل من وسائل الإعلام المطبوعة إلى الراديو والراديو إلى التلفزيون والتلفزيون إلى الوسائط الرقمية، إلا أن جوهر الصحافة ظل كما هو. وتكتسب صحافة البيانات شعبية في المؤسسات الإعلامية في جميع أنحاء العالم. وتحاول وسائل الإعلام الإخبارية مثل نيويورك تايمز والجارديان الاستفادة من مثل هذه الأنواع من الصحافة على النحو الأمثل.

وقد أثارت طبيعة الممارسة الصحفية هذه أسئلة معرفية قبل الصحافة التقليدية فيما يتعلق بمصادر البيانات وتقنيات جمع البيانات ومعالجة المعلومات. لذلك، ليس هناك شك في أن هذا النوع من الصحافة القائمة على الأرقام والتفسير هو طريقة فريدة لفهم المهنة والممارسة أيضا.

فهم صحافة البيانات

مع وصول وتبني التقنيات الأحدث، أصبحت القيم الصحفية مثل الموضوعية والشفافية والمشاركة جوهر المناقشة. وبالنسبة لبعض العلماء وممارسي وسائل الإعلام، فقد جلبت نوعا من المفاوضات في المعايير والممارسة الصحفية. لقد تغيرت أشكال وعروض القصص الصحفية بشكل جذري. لقد خضع الشكل التقليدي للصحافة لتغييرات عديدة. ونتيجة لذلك، فقد أثار قدرا كبيرا من المداولات حول الجوانب بدءا من جمع البيانات إلى تحليل البيانات ومن تحليل البيانات إلى تفسير البيانات.

في تقرير صادر عن كلية كولومبيا للصحافة، عرف بيريت وفيليبس صحافة البيانات على أنها "استخدام البيانات للغرض الصحفي المتمثل في العثور على القصص وروايتها في

المصلحة العامة. وقد يتخذ هذا أشكالاً عديدة: تحليل البيانات ونقل هذا التحليل في شكل مكتوب، أو التحقق من البيانات الموجودة في التقارير، أو تصور البيانات، أو بناء تطبيقات إخبارية تساعد القراء على استكشاف البيانات بأنفسهم. ويشمل هذا المجال أيضا استخدام الحوسبة - الخوارزميات، والتعلم الآلي، والتقنيات الناشئة - لاستخراج المعلومات المنظمة وغير المنظمة بشكل أكثر فعالية للعثور على القصص وروايتها".

الأساطير والحقائق

هناك العديد من الأساطير التي تحوم حول ممر صحافة البيانات والتي غمرت مساحة التقنيات في غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم. الأسطورة هي أن صحافة البيانات لا تعتبر شخصية. ومع ذلك، في الواقع، توجد قصص بيانات حول حياة الناس والتي يمكن وضعها في سياق وجهات نظر أوسع. أسطورة أخرى هي أن صحفيي البيانات حريصون على الأرقام فقط، ويتجاهلون قصص الأخبار بالمعنى الحقيقي. ومع ذلك، بالمعنى الحقيقي، يحرص صحفيو البيانات على استكشاف الحقائق من وجهات نظر أوسع وأحدث من البيانات التي يمكنهم من خلالها التواصل مع مستهلكي الأخبار.

الأسطورة هي أن صحافة البيانات ممكنة للمبرمجين والمصممين. ومع ذلك، من الناحية العملية، تتبع صحافة البيانات من ممارسة التحرير والفهم. لا يتعلق الأمر كله بالمهارات الفنية والتصميمية. لكي تكون صحفي بيانات جيدا، يجب أن يكون لديك عيون لقصة إخبارية وأن تمتلك المهارات للتعاون مع الآخرين في غرفة الأخبار. في صحافة البيانات، ينصب التركيز على حياة البشر أكثر من استخدام التكنولوجيا لسرد القصص الإخبارية.

هناك خرافة أخرى مفادها أن صحافة البيانات لا تقوم إلا بإنشاء ونشر المخططات والرسوم البيانية. ولكن في الواقع، تكشف صحافة البيانات عن الحقائق باستخدام مجموعة بيانات من خلال استخدام المخططات والرسوم البيانية. وأخيرا وليس آخرا، فإن الأسطورة حول صحافة البيانات هي أنها مكلفة وتتطلب المزيد من الوقت لسرد القصص الإخبارية. ولكن في الواقع الأمر ليس كذلك. إذا كانت القصص الإخبارية تتعلق بطبيعة تحقيقية طويلة الأجل، فإنها تصبح في النهاية مكلفة وتتطلب وقتا أطول من القصص الإخبارية المعتادة.

عناصر صحافة البيانات:

لقد خضعت صحافة البيانات للعديد من التغييرات وما زالت مستمرة. ولأنها شكل ديناميكي من أشكال الصحافة، فإن الفضول غالبا ما ينظر إليه على أنه عنصر أو سمة من سمات صحافة البيانات. وعلى الرغم من تغير أساليبها وتطبيقاتها، إلا أنها تحتوي على عناصر أساسية معينة. في صحافة البيانات، العنصر الأول هو المعلومات الكمية. تلعب دورا ديناميكيا وقويا في سرد القصص الإخبارية. ثانيا، هناك نوع من التمثيل المرئي أو الرسومي للبيانات مما يجعل القصة الإخبارية أكثر إثارة للاهتمام من أي وقت مضى.

أصل وتطور صحافة البيانات:

ظهرت صحافة البيانات في أوائل القرن التاسع عشر. وفي بعض الأماكن، لا يزال هذا الإصدار من صحافة البيانات قيد الاستخدام. في المرحلة الأولية، تم استخدام البيانات المنظمة لرواية القصص الإخبارية. كان صحفي البيانات بحاجة إلى المهارات اللازمة لفهم واستيعاب قاعدة البيانات والإحصاءات. وقد وجد أن الصحفيين لم يكونوا مجهزين بالمهارات اللازمة لاستخدام علم البيانات لسرد القصص للجمهور.

إن مفهوم صحافة البيانات ليس جديدا تماما. فقد استخدمت البيانات بتنسيقات رقمية في غرف الأخبار منذ أواخر الستينيات في العديد من الصحف في الولايات المتحدة. واكتسبت زخما مع التوسع السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

التصنيف بناء على طبيعة الوظيفة:

بناء على طبيعة الوظائف، يمكن تقسيم صحافة البيانات إلى صحافة بيانات استقصائية وصحافة بيانات عامة. تشير صحافة البيانات الاستقصائية إلى استخدام البيانات في القصص الاستقصائية. بشكل عام، يتم استكشاف البيانات المخفية وتحليلها وإخبار الجمهور بها في شكل قصص إخبارية باستخدام تقنيات متقدمة. عادة، يتطلب هذا النوع من قصص البيانات مزيدا من الوقت والمهارات المطلوبة من جانب الصحفيين الاستقصائيين ، بشكل عام، تدور صحافة البيانات حول جمع البيانات لتطوير قصص إخبارية عامة لا تتطلب تقنيات متقدمة.

التصنيف بناء على هدف استخراج المعنى من البيانات:

هذا النوع من صحافة البيانات ينقسم إلى نوعين: صحافة البيانات التي تسلط الضوء على الخصائص وصحافة البيانات التي تميل إلى تحليل علاقات البيانات. تسلط صحافة البيانات الضوء على الخصائص اللازمة لاستخدام الإحصائيات أو الخوارزميات التي ليست معقدة بطبيعتها. على سبيل المثال، تهدف صحافة البيانات التي تسلط الضوء على تحليل علاقات البيانات إلى معالجة وتحليل روابط البيانات باستخدام الإحصائيات أو الخوارزميات المعقدة بطبيعتها بشكل عام.

التصنيف بناء على تنسيق العرض:

فيما يتعلق بعرض صحافة البيانات، يمكن أن يكون في الشكل التقليدي للعرض وشكل العرض التفاعلي. في الشكل التقليدي للعرض، قد يستخدم صحفي البيانات الصور والرسوم البيانية لسرد القصص الإخبارية دون الحاجة إلى تسهيلات الوضع التفاعلي. من ناحية أخرى، في الشكل التفاعلي للعرض، يحتاج صحفي البيانات إلى امتلاك مهارات البرمجة لجعل سرد القصص الإخبارية تفاعلياً. ونتيجة لذلك، يصبح عرض الأخبار أكثر جاذبية للجمهور.

صحافة البيانات تكتسب أهمية:

تتمتع صحافة البيانات بالعديد من المزايا على الرغم من طريقتها المعقدة. في العديد من غرف الأخبار، تعمل مثل هذه الأشكال من الصحافة الحاسوبية على إحداث العجائب وتجذب انتباه الجمهور بشكل كبير. بمساعدة صحافة البيانات، يتم تقليص البيانات المعقدة إلى حالة من الفهم من جانب الجمهور. يميل صحفيو البيانات إلى العمل كوسطاء بين البيانات ومستهلكي الوسائط. لذلك، فهي تسد الفجوة بين البيانات المعقدة والجمهور. إنها تجعل الجمهور يفهم البيانات بسهولة إلى فهم هادف. يتم إعادة اختراع قصص البيانات من وقت لآخر. من الواضح أن التضليل أو الأخبار المزيفة تسبب ضرراً للمجتمع. في هذا السياق، تكتسب صحافة البيانات أهمية في مراحل مختلفة من نشر المعلومات. أصبحت صحافة

البيانات هي الدواء الشافي لمكافحة التضليل أو الأخبار المزيفة وتخفيفها وتقليلها. مع أدوات قصص البيانات الحاسوبية، تتولى الشفافية والمعايير الأخلاقية المقعد الأمامي. إن ماضي وحاضر ومستقبل صحافة البيانات جدير بالذكر. فقد ألغى هذا الشكل من الصحافة عملية إنتاج الأخبار "المقننة" و"الروتينية". كما عزز ومكن منافذ الأخبار غير النخبوية. وعلاوة على ذلك، فقد غدّى الشعور بالتعاون في غرف الأخبار. وتشير إحدى الدراسات إلى أنه لجعل صحافة البيانات مستدامة، يجب إعادة معايرة تعليم وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى تغييرات في نظرية وممارسة الصحافة . يتم تحديث التكنولوجيا بلا انقطاع وتؤدي إلى تغييرات في الخطاب الصحفي والممارسة والمعارف. وفي بعض الأحيان، لا يجد الصحفيون طرقاً أخرى، فيتفاوضون على الممارسات الجديدة للصحافة. ومع ذلك، فإن تنفيذ رواية القصص بالبيانات في مجال التقارير والكتابة التجارية لا يزال في بدايته.

المهارات المطلوبة لتصبح صحفي بيانات:

لكي تكون صحفي بيانات ماهراً، يلزمك امتلاك مهارات معينة. نظراً لأن صحافة البيانات معقدة، يتعين على الصحفيين أن يكونوا ماهرين في جمع وتحليل وتفسير النتائج التي تعد ضرورية أيضاً لسرد قصص البيانات للجمهور. إن العمل مع البيانات بطريقة تعاونية يمكن الصحفيين من فهم البيانات وتطبيقها بشكل فعال في غرف الأخبار. تظل تعقيد القصص التي تعتمد على البيانات وعدم كفاية التدريب على الممارسة الصحفية عقبات محتملة أمام صحفيي البيانات. يرى أن هناك إحباطات متفشية تأتي وتسد طرق ممارسة قصص البيانات الإخبارية. ومع ذلك، فإن قوة قصص البيانات الإخبارية شجعت الصحفيين على اتخاذ هذا الشكل المبتكر من سرد القصص. وقد شجع هذا الصحفيين على التغلب على المشكلة.

المهارات الأساسية التي يجب أن يتمتع بها صحفي البيانات هي الوصول إلى البيانات وتنظيفها وتحليلها للوصول إلى التفسيرات والاستنتاجات الصحفية. ومع ذلك، يحدث هذا فقط عندما يعرف الصحفي أساسيات سرد قصص البيانات الإخبارية. بدون معرفة الحقائق والتقنيات الرقمية، من السهل ارتكاب الأخطاء. لا ينبغي أن يثبط هذا عزيمة الصحفيين. يجب أن يكون

صحفي البيانات على دراية بأدوات ومجموعات بيانات معينة. لاستخراج البيانات، يجب أن يعرف الصحفي Tabula الذي يعد أداة فعالة في استخراج البيانات من ملفات PDF. هناك برامج مفيدة أثبتت أنها من العناصر الأساسية لصحفي البيانات. خلقت برامج مثل Microsoft Excel و Google Sheets و RStudio و The Jupyter Notebook و OpenRefine و QGIS و

يجب على صحفي البيانات أن يحدد هدفه بشكل مناسب. يمكن أن يتحول مشروع صحافة البيانات إلى نجاح إذا كان هناك دعم كاف من الإدارة العليا في المؤسسات الإعلامية. يجب أن يكون هناك اتصال مستمر داخل غرفة الأخبار حول البيانات ومصدر البيانات وطريقة التحليل وأسلوب الاستنتاج والتفسير. إن بناء وتعزيز المهارات مطلوب لجميع المراحل المذكورة أعلاه. الفريق متعدد التخصصات هو الطلب والمتطلب الأحدث الذي تتطلبه صحافة البيانات.

صحافة البيانات والذكاء الاصطناعي:

إن استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار له تناقض بين المزايا والعيوب. أصبحت صحافة البيانات أسرع مجال للصحافة نموا في جميع أنحاء العالم. يحشد الذكاء الاصطناعي صحافة البيانات بمعدل أسرع من خلال تحليل البيانات وتلخيصها في قصص إخبارية. كما يحاول توليد الكمية المطلوبة من الصور ومقاطع الفيديو. نظرا لأن العديد من المؤسسات الإعلامية تواجه أزمة الموارد وعدم الاستقرار المالي، فيمكنها استخدام أدوات حسابية لقصص البيانات التي هي قصص إخبارية تستند إلى الحقائق. تتمتع أدوات الذكاء الاصطناعي بمزاياها الخاصة. ومع ذلك، فإن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار يتطلب موارد أساسية ومساعدة مالية بسيطة. ويجب التعامل مع هذه الأمور في البداية قبل الاستفادة من قوة الذكاء الاصطناعي لسرد القصص المستندة إلى البيانات.

نحن نعيش في عالم يتكون من البيانات والمحتوى. يمكننا إنشاء عدد كبير من روبوتات الدردشة بالذكاء الاصطناعي بوضع نقرات على لوحة المفاتيح. بفضل توفر نموذج لغة ChatGPT الذي يوفر منصات محتملة لتحويل تفاعلنا مع الآلات. يتمتع ChatGPT

بإمكانية إنتاج رسوم بيانية تفاعلية تظل جزءا من صحافة البيانات. في صحافة البيانات، تلعب الرسوم البيانية دورا مهما. هناك طرق مختلفة يمكن استخدام ChatGPT بها لإنشاء رسوم بيانية تفاعلية. يمكن لـ ChatGPT إنشاء نص وحوار لعناصر الرسوم البيانية التفاعلية. يمكن للصحفيين طرح أسئلة على ChatGPT حول معالم معينة أو أحداث تاريخية في رسم بياني حول تاريخ مدينة معينة، على سبيل المثال، والحصول على استجابة شبيهة بالإنسان. من خلال تزويدهم باستجابات شبيهة بالإنسان لاستفساراتهم، يمكن أن يمنح الصحفيين تجربة شخصية وجذابة.

باختصار، أصبح استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في صحافة البيانات أمرا لا مفر منه. نظرا لأن العالم يتغير بوتيرة أسرع، فإن الحاجة إلى ثورات الاتصال مبررة تماما. يعد الاتصال بشكل عام والصحافة بشكل خاص مجالا مهنيا متخصصا حيث تكون الاختراعات وتبني وتطبيقات التقنيات الأحدث مطلوبة بشدة. يكفي أن نقول إن صحافة البيانات هي طريقة فعالة لسرد القصص الإخبارية حيث يتم تطبيق مجموعة من التقنيات.

مرة أخرى، مع ظهور أدوات الذكاء الاصطناعي وغيرها من المنصات التكنولوجية المضمنة حديثا مثل metaverse و ChatGPT، شهدت صحافة البيانات تغييرا كبيرا. بالنسبة لصحفيي البيانات، فإن ChatGPT هي أداة لا تقدر بثمن يمكن أن تساعد في النمذجة الإحصائية المتقدمة وكتابة التعليمات البرمجية وإنتاج تصورات ثابتة. يمكن للصحافي توفير الوقت وتبسيط الإجراءات الصعبة وتحسين فعاليته كصحفي بيانات من خلال تنفيذ ChatGPT في غرف الأخبار المتطورة. ومع ذلك، فإن كل أدوات الذكاء الاصطناعي هذه في وضع الاختبار الذي يتطلب الوقت والتجارب والصبر. ومع ذلك، فقد أدى هذا إلى تغييرات جذرية في النهج النظري والعملية للصحافة القائمة على البيانات بشكل خاص والصحافة بشكل عام. يجب تكثيف البحث والمدخلات العملية بشكل شامل حتى تتمكن غرف الأخبار من العثور على أدوات الذكاء الاصطناعي المواتية للصحافة القائمة على البيانات عبر المواقع الجغرافية في جميع أنحاء العالم.

جاء الفصل الثامن تحت عنوان: (صحافة البيانات مع الذكاء الاصطناعي: التناقض بين الخير والشر)، ويرى المؤلفان هنا أنه لا شك أن صحافة البيانات لا تقتصر على التقارير بمساعدة الكمبيوتر. نطاقاتها أبعد من ذلك بكثير. لتحسين صحافة البيانات وجعلها أكثر حيوية، هناك طلب كبير على النهج متعدد التخصصات والمنهجيات المهنية. ومع ذلك، فإن مثل هذه الأشكال من الصحافة التي يقودها الكمبيوتر والأرقام أثارت مخاوف أخلاقية يجب الاعتراف بها ومعالجتها بشكل ودي على أساس الأولوية.

في الصحافة الحاسوبية التي تديرها أدوات الذكاء الاصطناعي تعاني من قدر معين من الأخطاء. سيكون هناك انعدام الثقة. ومع ذلك، فإن تطبيقات أدوات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم آخذة في الارتفاع. لا تستطيع غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم إنكار هذه الحقيقة.

مصداقية البيانات وصحافة البيانات:

تلعب مصداقية البيانات المستخدمة في صحافة البيانات دورا محوريا يؤثر في نهاية المطاف على أخلاقيات الصحافة وهدفها. إذا كانت البيانات الموجودة في حالة سيئة، فإنها لا توفر سوى مادة خام لصحافة البيانات المعيبة. ويمكن أن تؤدي جودة البيانات الرديئة أو البيانات دون المستوى إلى تعريض الحس الأخلاقي والغرض من الصحافة للخطر.

القفزات والازدواجية والذكاء الاصطناعي والمفارقة

تذكر أدوات الذكاء الاصطناعي في تسريع صحافة البيانات في غرف الأخبار في الدول النامية بتطبيق القفزات في مجال الصحافة. لم تستخدم العديد من غرف الأخبار التطبيقات البسيطة للتكنولوجيا في صحافة البيانات.

ومع ذلك، بدأ العديد منهم في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لصحافة البيانات التي تعتمد على الأرقام والأرقام. إن هذا الأمر يحدث بشكل رئيسي في الدول النامية في العالم. ويمكن أن يحدث هذا في كل جانب من جوانب الحياة والمهنة. ولا تشكل ممارسة مهنة الصحافة استثناء من هذه القاعدة.

التكنولوجيا، بما في ذلك صحافة البيانات والذكاء الاصطناعي، تحمل في طياتها قدرة كبيرة على الخير والشر على حد سواء.

جانب الخير:

- ١- تعزيز الشفافية: من خلال تقارير مدعومة بالبيانات.
- ٢- مكافحة الفساد: عبر الكشف عن أنماط غير طبيعية في السجلات.
- ٣- تعزيز الوصول إلى المعرفة: توفير معلومات دقيقة وسريعة للجمهور.

جانب الشر:

- ١- نشر التضليل: استخدام الذكاء الاصطناعي لتوليد أخبار كاذبة أو مفبركة.
- ٢- التلاعب بالجمهور: عبر الإحصائيات المضللة أو التحيز المتعمد في تحليل البيانات.
- ٣- الخصوصية: جمع بيانات الأفراد دون إذنتهم.

بينما تمثل صحافة البيانات والذكاء الاصطناعي أدوات ثورية لدعم الحقيقة والشفافية، إلا أن خطر التلاعب والإساءة يظل حاضرا. التوازن بين الخير والشر يعتمد على أخلاقيات الاستخدام ومساءلة المطورين والمؤسسات الإعلامية لضمان خدمة المصلحة العامة.

الفصل التاسع من الكتاب جاء تحت عنوان: (الذكاء الاصطناعي في تعزيز صحافة المواطن: التحقيق في الشكل الجديد للصحافة التشاركية). يشير المؤلفان إلى أنه يتم تعريف صحافة المواطن بعدد من السمات التي تجعلها مميزة عن الصحافة المهنية، بما في ذلك العمل غير مدفوع الأجر، وغياب التدريب المهني، والنشر غير المحرر للمحتوى غالبا، وقد تتميز باللغة البسيطة واختيار القصة المميز وحكم الأخبار، وخاصة القضايا المحلية للغاية، وإمكانية الوصول المجانية والتفاعلية.

هذا النوع من الصحافة أصبح مفيدا من حيث جمع محتويات الأخبار والإبلاغ عنها وتحليلها ونشرها للمواطنين. ومع ذلك، يطلق على صحافة المواطن عادة مصطلح السياق. إنها تعمل بشكل مختلف بالنسبة لأشخاص مختلفين في بيئات سياسية وثقافية متنوعة. لقد كان للتطورات التكنولوجية تأثير على أصل ونمو هذا الشكل الفريد من أشكال الصحافة.

هناك عدد هائل من المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي ويزداد نطاق المحتوى الذي ينشئه المستخدمون بشكل كبير مع مرور كل يوم. ساهمت تطبيقات المراسلة المحمولة مثل WhatsApp و Facebook و Weixin / WeChat و QQ و Snapchat و Telegram بشكل كبير في زيادة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون.

إن استخدام التكنولوجيات بشكل عام والذكاء الاصطناعي بما في ذلك الأداة الجديدة ChatGPT على وجه الخصوص له آثار محتملة لإنشاء وتعزيز أشكال مختلفة من صحافة المواطن. تتمتع أدوات الذكاء الاصطناعي بسبل مبتكرة للتقارير لصالح المجتمعات، مما يمهّد الطريق للصحافة التشاركية التي تؤدي إلى الصحافة الشاملة والتنمية الشاملة.

يمكن لصحافة المواطن من خلال الذكاء الاصطناعي إعادة تصور المجال العام حيث يمكن للمواطنين العاديين والمجتمعات المهمشة المبادرة وتعزيز ودعم الصحافة التشاركية. لقد أحدثت الصحافة التعاونية بالفعل اضطراباً في الشكل التقليدي للصحافة وستعيد تنظيم اقتصاد الإنتاج والتوزيع واستهلاك وسائل الإعلام الإخبارية بوتيرة كبيرة في المستقبل.

تحظى صحافة المواطن بشعبية بين المواطنين لأن هذا الشكل من أشكال الصحافة يتمتع بوظائف معينة وطريقة عمل فريدة لجمع وتوزيع واستهلاك محتويات الأخبار. هذا الشكل من الصحافة تشاركي بطبيعته والمواطنون هم جوهره. وهو يعتمد على المحتوى الذي ينشئه المستخدم (UGC). إنها منصة تبحر في الصحافة من أجل التغيير الاجتماعي والتنمية.

ولأن هذا الشكل من الصحافة موجه نحو الجمهور، فإنه يغذي روح النشاط بين المواطنين. ويمكن أن يؤدي إلى إنبات الحركات الاجتماعية عندما يبدأ الجمهور في تقدير أهمية هذه الصيغة من تنفيذ الصحافة. كما أنه يؤثر على حالة المجال العام الذي يشكل جوهر الخطاب العام. تستحق قيم الأخبار واستدامة هذا الشكل من الصحافة التشاركية مداولات حكيمة. كما يوفر هذا الشكل الفريد من جمع الأخبار ونشرها الاستخدامات والرضا للمواطنين بأشكال لا حصر لها.

إن المبدأ الأساسي لصحافة المواطن هو أنها تتمتع بخاصية المشاركة. حيث ينخرط المواطنون بشكل مناسب في الحوارات التي تعزز وتدعم الشعور بالصحافة التشاركية.

ويستوعب هذا الشكل التعاوني للصحافة جميع أنواع أصحاب المصلحة في عملية إنتاج وتوزيع واستهلاك محتويات الوسائط. ويمكن للصحفيين المواطنين إضافة شيء إلى المحتوى الثمين من أجل تعزيز تعدد الخطابات. وهذا يجعل الصحافة أكثر اختلافاً ومساواة ويمهد الطريق للخطاب الديمقراطي.

إن صحافة المواطن هي رحلة من الشغف إلى الإمكانية. لقد صورت التكنولوجيات واستوعبت خارطة الطريق المستقبلية لصحافة المواطن والصحافة التشاركية والاتصال التحرري. سمحت تقنيات الوسائط التشاركية بإنشاء وتوزيع وتوزيع المحتوى الذي ينشئه المستخدم لغزو المفهوم التقليدي لوسائل الإعلام السائدة.

إن استخدام التكنولوجيات بشكل عام والذكاء الاصطناعي بما في ذلك الأداة الجديدة ChatGPT على وجه الخصوص له آثار محتملة لإنشاء وتعزيز أشكال مختلفة من صحافة المواطن. تتمتع أدوات الذكاء الاصطناعي بسبل مبتكرة للتقارير لصالح المجتمعات، مما يمهد الطريق للصحافة التشاركية التي تؤدي إلى الصحافة الشاملة والتنمية الشاملة. ومع ذلك، فإن القدرة على تحمل التكاليف والمحو الأمية الرقمية والتجريب مع الذكاء الاصطناعي لصحافة المواطن هي العوامل الصعبة. القضايا الأخلاقية وتغيير الآلة للإنسان في غرف الأخبار هي التهديد الكامن لوسائل الإعلام السائدة وصحافة المواطن أيضاً.

ومع ذلك، فإن الذكاء الاصطناعي سيعيد تصور مفهوم صحافة المواطن. لا يمكننا تجاهل التقنيات مثل الذكاء الاصطناعي التي تأتي على نطاق واسع وستؤثر على كل جانب من جوانب حياتنا. أصبحت التدخلات التكنولوجية حتمية. ومع ذلك، نظراً لأن صحافة المواطن هي منصة بديلة للصحافة تولى اهتماماً للفكر البديل وطموح وتطلعات المواطنين العاديين، فيجب مناقشة الاستخدام الحكيم لأدوات الذكاء الاصطناعي. إن مجرد استخدام الأدوات التكنولوجية لن يعزز أي كيانات مهنية بما في ذلك هذه المنصة البديلة للصحافة. يمكن توعية الصحفيين المواطنين بالأبعاد الإيجابية والسلبية للذكاء الاصطناعي في سياق الاستخدامات. يمكن لصحافة المواطن من خلال الذكاء الاصطناعي إعادة تصور المجال العام حيث يمكن للمواطنين العاديين والمجتمعات المهمشة المبادرة وتعزيز ودعم الصحافة التشاركية. لقد أحدثت

الصحافة التعاونية بالفعل اضطرابا في الشكل التقليدي للصحافة وستعيد تنظيم اقتصاد الإنتاج والتوزيع واستهلاك وسائل الإعلام الإخبارية بوتيرة كبيرة في المستقبل.

جاء الفصل العاشر تحت عنوان: (تداول الذكاء الاصطناعي في منظور صحافة المواطن: وجهات نظر مقارنة وتفسيرات متنافسة) واشتمل على مجموعة من العناصر نوجزها على النحو التالي:

• ChatGPT، وصحافة المواطن والآفاق الناشئة:

إن الصحافة المؤسسية متأخرة كثيرا عن صحافة المواطن بمرور الوقت. وقد ساعد تراجع المشهد الإعلامي في تطوير صحافة المواطن. يلجأ الجمهور بشكل متزايد إلى منصات التواصل الاجتماعي ومصادر الأخبار البديلة مع اندماج الشبكات وإغلاق غرف الأخبار المحلية أو استحواذ الشركات الكبرى عليها. كما زاد عدم ثقة الجمهور في وسائل الإعلام السائدة نتيجة لتوحيد وسائل الإعلام. تتجاهل وسائل الإعلام السائدة، مدفوعة بالربح والمصالح، التغطية الإخبارية المحلية المهمة للمجتمعات المتنوعة والمحرومة.

إن ظهور ChatGPT، يوفر مدخلات محتملة مشجعة في تعزيز مستوى ونطاق التقارير الشعبية مع استمرارنا في التحقيق في طرق جديدة لتمكين الصحافة الشعبية. يوفر تقديم ChatGPT إمكانيات مثيرة لتحسين مستوى ونطاق الصحافة الشعبية. تم تدريب ChatGPT على كمية كبيرة من بيانات النص، مما يسمح له بإنتاج استجابات للمدخلات النصية تشبه تلك الخاصة بالإنسان.

يعمل ChatGPT كمساعد كتابة قادر على فهم والحفاظ على الوضوح والتماسك بين أفكار الصحفيين المواطنين. تعد أداة الذكاء الاصطناعي هذه مفيدة للغاية للصحفيين المواطنين الذين يعانون من ضعف في اللغة. يمكن استخدام الأداة لتلخيص المقالات أو التقارير الطويلة، مما يسمح للصحفيين المواطنين بتقديم معلومات معقدة بطريقة واضحة ومفهومة.

منذ أن توغل الذكاء الاصطناعي في جميع المهن تقريبا بما في ذلك الصحافة، فإن بيئة وسائل الإعلام الإخبارية تخضع للتغييرات تدريجيا. يتم تقديم الذكاء الاصطناعي حديثا ويخلق

مكانه في وسائل الإعلام السائدة. لذلك، فإن وجهات النظر المقارنة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في صحافة المواطن هي السبيل الوحيد للمضي قدماً.

• التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي والهوية الصحفية الجديدة:

لقد ساهمت صحافة المواطن بشكل كبير في مجال الصحافة. تعمل صحافة المواطن على بناء الهوية الصحفية التي يبنها المواطنون ذاتياً والتي تظل عاملاً أساسياً لتحقيق الشعور بالتمكين. ومع ذلك، نظراً لأن الصحفيين المواطنين غير قادرين على إنشاء محتوى فعال من إنشاء المستخدمين للمجتمعات، فإن مستوى وأهمية التمكين سيبدأ في الانخفاض. إنها حقيقة مثبتة أن التكنولوجيا بما في ذلك الذكاء الاصطناعي في مجال صحافة المواطن هي نعمة لتعزيز التمكين واستدامته. ومع ذلك، إذا لم تكن المحتوى الذي ينشئه المستخدمون من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي موجهاً للجمهور ومرئياً، فإن الشعور بالتمكين سيصبح مؤقتاً.

علاوة على ذلك، فإن تأثير التكنولوجيا كأداة للتنمية والتحرر والتمكين سوف يخرج عن السيطرة. سوف ينخفض إلى مجرد المثالية وسوف يغيب الشعور بالبرجماتية بشكل صارخ. يجب التحقق من ذلك من منظور الروح الصحفية والتنمية الاجتماعية.

• الذكاء الاصطناعي والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون والتحولت في غرف الأخبار:

على مر السنين، خضعت غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم لجميع أنواع التحولات. على الرغم من أن صحافة المواطن غالباً ما تسمى مساراً بديلاً للصحافة السائدة، إلا أن طبيعة الصحافة هذه لديها القوة والفعالية لتحويل كل من الموظفين المدنيين وموظفي غرف الأخبار. فهي لم تكشف فقط عن العديد من المناقشات بين الصحافة المهنية وصحافة الهواة ولكن أيضاً دور المواطنة داخل طيف صحافة المواطن.

تتمتع التكنولوجيا بالقدرة على التأثير على الصحفيين في غرف الأخبار والأخبار التي يتم نشرها من غرف الأخبار لها تأثير على الجمهور. تتمتع التكنولوجيا بالقدرة على التأثير على المواطنة داخل الصحافة الوطنية. ومع ذلك، لا يزال الشك يحكم كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي، كجزء من المدخلات التكنولوجية، على المواطنة داخل مجموعة صحافة المواطن. يتطلب تبني التقنيات الرقمية اهتماماً صادقاً.

• الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي والمصادقية:

غالبًا ما يتم وضع الصحفيين المواطنين بعيدًا عن الواقع. وغالبًا ما يتم اتهامهم بحمل مواقف متنوعة ومتناقضة تجاه الصحافة السائدة. ويطلق على صوتهم وصف تشويه الحقائق بسبب التحيز الشخصي. في الواقع، يخضع هذا لمناظرات متكررة. وإذا كان هذا صحيحًا أو تم إثباته جزئيًا، فإن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لمؤسسة ومغامرة صحافة المواطن سيكون ضارًا بشكل مضاعف حيث سيشارك الذكاء الاصطناعي في الخوارزميات المتعلقة بالبيانات والوجهات النظر المتاحة في مجال صحافة المواطن نفسها. لن يجلب الذكاء الاصطناعي شيئًا جديدًا أو مثيرًا للاهتمام من مجموعات البيانات المتاحة.

الفصل الحادي عشر من الكتاب جاء تحت عنوان: (التأثيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للذكاء الاصطناعي على المجتمع: فهم الدور الوسيط للصحافة) وفيه يرى المؤلفان أن الثقافة تنعكس في قيم المجتمع وتقاليد وأفعاله. ومن خلال الناس، تستكشف الثقافة نفسها لتعكس مجموعة متنوعة من وجهات النظر والأفعال والقيم بالإضافة إلى انتشار التكنولوجيا. وللتكنولوجيا تأثير لا يصدق على العديد من الجوانب الأساسية لحضارتنا، بما في ذلك اللغة والفن والتنقل والتعليم والدين. تعمل ثقافة المجتمع كمعيار لفهم التكنولوجيا والحكم عليها وتقييمها باستمرار.

تحدد التكنولوجيا مسار وتطور الثقافة على مدى فترة من الزمن. لتحسين المجتمع، يجب أن تحقق التكنولوجيا التوازن مع المؤشرات الاجتماعية والثقافية للمجتمع. ويظل تأثير التكنولوجيا على التقاليد بعدا مهما يجب مناقشته. تفرض التقاليد والتكنولوجيا باستمرار تحديات في حياة المجتمع. أصبح العالم قرية عالمية نتيجة للتكنولوجيا والعولمة.

الذكاء الاصطناعي هو أحد التقنيات التي قد تجلب تغييرات جذرية في المجتمع. لقد تمكنا من نشر كمية هائلة من المعرفة والبيانات من شخص إلى شخص ومن العديد إلى العديد. وذلك بفضل رقمنة المعرفة.

وعلاوة على ذلك، بفضل وفرة المعلومات الخاصة للغاية التي ظهرت بمرور الوقت من خلال الربط المتعمد لشريحة كبيرة من المجتمع بالإنترنت. هنا، يمكننا استخدامها ليس فقط

للعمل مع الخبرة البشرية، ولكن أيضا لإنشاء معلومات ووظائف جديدة باستخدام الحوسبة القائمة على الآلة. يجب أن يكون استخدام التكنولوجيا بما في ذلك الذكاء الاصطناعي مدروسا. من الضروري مراعاة التأثيرات الاجتماعية والثقافية لتقنيات الاتصال الحديثة، وطبيعتها، وقيودها، وظروفها، فضلا عن آثارها الإيجابية والسلبية.

إن القيم الثقافية المميزة للأفراد تؤثر على كيفية تعلمهم في الحياة اليومية. وقد يبدأ الذكاء الاصطناعي الذي يحاكي عمليات اتخاذ القرار لمستخدميه في نهاية المطاف في إظهار القيم الثقافية لهؤلاء المستخدمين. ومع تصنيف الصور أو إنشاء الأصوات أو إنتاج النصوص وبأعلى أداء، ينظر إلى الذكاء الاصطناعي في هذا السياق على أنه محايد بشكل متكرر وأكثر خطأ.

من ناحية أخرى، يبني الذكاء الاصطناعي تنبؤاته على البيانات التي تلتقط التعبيرات الاجتماعية الثقافية كما يتم التعبير عنها من خلال الموسيقى والأفلام والصور والنصوص والتفاعلات الاجتماعية، والتي تعتمد بشكل عميق على السياق وغير محايدة. وبالتالي، يعتمد التطبيق المكثف لأدوات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير على الثقافة.

وعلى وجه التحديد، إذا لم يتم استخدام الذكاء الاصطناعي بحكمة، فقد يتسبب في العصيان الرقمي. إن تحليل تطور الذكاء الاصطناعي سيمكن المرء من فهم ليس فقط تطوره وتأثيراته على المجتمعات الفلسفية والعلمية، ولكن أيضا تداعياته في بيئة اجتماعية ثقافية أوسع. نظرا لأن وظيفة الصحافة هي جلب الوعي، فيمكن نشر الأبعاد المذكورة أعلاه لأدوات الذكاء الاصطناعي للجماهير. ويشهد العالم تحولا جذريا بفعل الذكاء الاصطناعي، الذي أصبح يشكل قوة دافعة تؤثر على مختلف جوانب الحياة.

– **التأثيرات الاجتماعية:** يغير الذكاء الاصطناعي طبيعة التفاعلات الاجتماعية، إذ يحفز التواصل عبر منصات ذكية ويعيد تشكيل القيم المجتمعية من خلال أدوات مثل الروبوتات الاجتماعية والأنظمة التنبؤية، ما قد يسبب فجوات رقمية بين الفئات المختلفة.

- **التأثيرات الثقافية:** يسهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز الإبداع من خلال الأدوات الذكية لتحليل وتوليد المحتوى، لكنه يثير قلقاً بشأن هيمنة ثقافات معينة وتشويه الهويات الثقافية المحلية بفعل خوارزميات غير حيادية.
 - **التأثيرات الاقتصادية:** على الصعيد الاقتصادي، يعيد الذكاء الاصطناعي هيكله سوق العمل، حيث يهدد الوظائف التقليدية لكنه يفتح آفاقاً لفرص جديدة في مجالات متقدمة، ما يعمق الحاجة إلى تطوير مهارات القوى العاملة.
 - **دور الصحافة الوسيط:** تلعب الصحافة دوراً محورياً في توجيه النقاش العام حول الذكاء الاصطناعي من خلال نشر الوعي بمخاطره وفوائده، وتعزيز الحوار المجتمعي حول سياسات تنظيمه لضمان استخدامه بطريقة أخلاقية وعادلة.
- إن التأثيرات الاجتماعية والثقافية لجميع التقنيات بما في ذلك الذكاء الاصطناعي واضحة تماماً. فمع تعلم الذكاء الاصطناعي للخصائص المعرفية والسلوكية لمستخدمه، فقد يبدأ في التشبه بذلك الفرد. وحتى في حين قد يكون الذكاء الاصطناعي من صنع الإنسان في حد ذاته، فمن المثير للاهتمام أن نلاحظ أن الإدراكات والإجراءات التي يتضمنها قد تبدأ في التشبه بمستخدميه ذوي التوجه الثقافي. وإذا كان الأمر كذلك، فقد يختلف الذكاء الاصطناعي الذي يأخذ في الاعتبار عمليات صنع القرار لمستخدميه ثقافياً.
- بذلك، تصبح الصحافة أداة رئيسية في توازن التأثيرات المختلفة للذكاء الاصطناعي على المجتمع.
- جاء الفصل الثاني عشر تحت عنوان: **(دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: التفاوض بشأن القضايا الأخلاقية والمسؤوليات الجديدة في الصحافة)** وهنا يشير المؤلفان إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصراً أساسياً في تطوير العمل الصحفي، حيث يساهم في تسريع إنتاج الأخبار من خلال أدوات لتحليل البيانات، التحقق من الحقائق، وتوليد المحتوى التلقائي. ومع ذلك، يطرح دمج تحديات أخلاقية ومسؤوليات جديدة.
- تظل الأخلاقيات في الصحافة حيوية في جميع الأوقات التي نحاول فيها التدخل بدور التكنولوجيا في مجال الصحافة. بدون الالتزام بالمعايير الأخلاقية، لا يمكن الوثوق بالصحافة.

ستكون الأمور مماثلة، إذا لم يكن استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار أو الصحافة أخلاقياً، فلن يتم الوثوق به وبالتالي، فهو غير مستدام بطبيعته. في العصر الحديث، غالباً ما يكون من الصعب ممارسة شكل مطلق من أشكال الصحافة الأخلاقية. حالياً، تعاني وسائل الإعلام الإخبارية من العديد من القضايا مثل الأخبار المدفوعة، والإعلانات المفرطة والدوافع السياسية.

الذكاء الاصطناعي والقضايا الأخلاقية في الصحافة

الذكاء الاصطناعي هو تطبيق للكيانات الآلية. تعتمد الإجراءات التي تحركها الآلة على نوايا البشر. وبالتالي، تعمل بتوجيه أو أمر أو إرادة البشر. لذلك، يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لأسباب جيدة أو سيئة. قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي على عجل إلى إثارة قضايا الدعاية الرقمية، أو الخطاب المتطرف أو خطاب الكراهية، أو التضليل أو الأخبار المزيفة والقرصنة، أو التخفيف من الخصوصية، أو خلق التفاوتات، أو عملية الأتمتة المعيبة، أو التقليل من التفاعلات البشرية، أو البطالة، أو التحدي الثقافي، أو المصالح التجارية المفرطة، أو تضارب الأسماء أو حقوق المؤلف وغيرها من القضايا ذات الصلة التي تجلت في العملية الصحفية بطريقة أو بأخرى.

ومع صعود وسائل الإعلام الرقمية وخاصة أدوات الذكاء الاصطناعي، أصبحت خصوصية الأفراد على المحك. أصبح الحفاظ على الخصوصية مهمة شاقة للغاية. يمكن أن يؤدي صعود الصحافة الآلية إلى ظهور محتوى إخباري تشهيري. علاوة على ذلك، فإنه يصعد قضايا حقوق الطبع والنشر والتشهير.

هناك ما يعرف بالويب المظلم أو الويب العميق وغير المرئي والمخفي. يتم استخدامه لبدء الأنشطة الإجرامية. يتم استخدام الويب المظلم بشكل صارخ في الاتجار بالمخدرات، واستغلال الأطفال جنسياً، وخداع بطاقات الائتمان. تشكل هذه الأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي المستخدمة في الصحافة تهديدات للرأي العام والمعايير الديمقراطية. إنها تعمل كوسيلة لمراقبة الحكومات الاستبدادية لتحقيق أجندات قمعية مختلفة.

القضايا الأخلاقية: يشمل ذلك التحيز في الخوارزميات، نشر الأخبار المزيفة، وانتهاك الخصوصية. يثير الذكاء الاصطناعي تساؤلات حول مصداقية المحتوى المؤد آليا ودور الإنسان في التحرير والمراجعة.

وتتسبب مخاطر الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي في بيئة وسائل الإعلام الإخبارية في حدوث مشكلات أخلاقية جسيمة بأشكال مختلفة. في حين أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للسرد الصحفي ثوري بالفعل، إلا أن هناك بعض الجوانب السلبية له. كما أدى دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار إلى ظهور قضايا أخلاقية جديدة ومسؤوليات جديدة في مهنة الصحافة. على وجه التحديد، يمكن تطبيق المسارات المحتملة التي تتضمن استراتيجيات الذكاء الاصطناعي الحكيمة بطبيعتها والتي ستحقق المخاوف الأخلاقية في بيئة وسائل الإعلام الإخبارية. قم بتقييم مجالات وسائل الإعلام الإخبارية حيث يمكن تشغيل الذكاء الاصطناعي دون أي مخاوف أخلاقية.

المسؤوليات الجديدة: يتطلب استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة وضع معايير أخلاقية واضحة، تعزيز الشفافية في آلية عمل الخوارزميات، وضمان التوازن بين الأتمتة والإبداع البشري. كما أن غرف الأخبار المستقبلية تحتاج إلى تدريب الصحفيين على التفاعل مع الأدوات الذكية بشكل واع، مع التركيز على دورهم كحراس للقيم الأخلاقية والمهنية في عصر الذكاء الاصطناعي .

يختتم المؤلفان كتابهما بالفصل الثالث عشر الذي جاء تحت عنوان: (أسس وتطور مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة)، ويعيد فيه المؤلفان التأكيد على أن الصحافة باستخدام الذكاء الاصطناعي أصبحت حقيقة واقعة الآن. وتشمل كل مجالات حياتنا تقريبا الآن الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك الصحافة. ونحن نميل عن غير قصد إلى تلقي محتوى يعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في كل مكان بسبب تطور الوسائط الرقمية. فخلاصة Facebook ومقاطع الفيديو المقترحة على YouTube وأنواع الإعلانات التي نراها على مواقع الويب القياسية كلها مصممة خصيصا لك باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. ويستلزم تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام والاتصالات بشكل عام والصحافة بشكل خاص

ثورة في الاتصالات. ويستكشف مستقبل تقنيات الاتصال بما في ذلك أدوات الذكاء الاصطناعي تاريخ ثورة الاتصالات وعملية ومستقبلها.

إن الذكاء الاصطناعي يوفر طريقة أو أكثر لتوسيع نطاق وصول الصحفي ووصوله في تقاريره عن الأحداث. الذكاء الاصطناعي هنا ليبقى وينمو ويصبح أكثر وأكثر تكاملاً في جمع الأخبار وتلخيصها وتقديمها. لذا، فإن المفتاح هنا هو فهم وبناء كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتسهيل تقارير الصحفي.

ويمكن للذكاء الاصطناعي ضمان قدرة الصحفي على الاستفادة من المواد الخام التي تم إنشاؤها في العديد من الأحداث المتعلقة بالصحة التي تحدث في المنطقة وبالتالي تمكين الصحفيين الصحيين من تحليل البيانات وتطوير زاوية إخبارية وتقرير. إن هذا الدعم من الذكاء الاصطناعي مفيد للغاية في مجال الصحافة التتموية والصحية، حيث يمكن للصحفي الوصول إلى العديد من المصادر (توسيع التغطية) مما ينفى استحالة التواجد جسدياً في كل هذه المواقع. يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء مقالات مكتوبة آلياً يمكن استخدامها كمسودة للصحفيين لمساعدتهم في معالجة التعقيدات.

ويمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للتركيز على الأخبار المحلية من خلال تضمين علامة الموقع. ومع ذلك، فإن وسائل الإعلام المحلية أو الصغيرة غير قادرة على استغلال قوة الذكاء الاصطناعي.

وبالمثل، فإن التقنيات مثل metaverse، والتعلم الآلي، و blockchain، والصور المولدة بواسطة الكمبيوتر والتقنيات الغامرة غير قادرة على الاستيعاب في غرف الأخبار الصغيرة. وهذا يثير الصورة الأكبر لتعميم تقنيات الاتصال بشكل عام والذكاء الاصطناعي في الصحافة بشكل خاص،

إن استخدام الذكاء الاصطناعي مرتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بتربية وسائل الإعلام والاتصال، وخاصة تعليم الصحافة. ومن المعروف أن التدريس في الفصول الدراسية ينتج أيضاً الصحفيين ويعددهم للمستقبل. ويتطلب نقل النظريات مع التدريب العملي الكافي التعلم الأمثل لاستخدام الذكاء الاصطناعي في ممارسة الصحافة. وسيكون من الضروري دراسة

مفاهيم البرمجة والإحصاء والاحتمالات، فضلاً عن الهندسة اللغوية وقضايا جودة البيانات، والعمل على فهم الخوارزميات. ويشمل ذلك أيضاً تطوير العقلية النقدية المطلوبة. في الوقت نفسه، تحت العديد من الأصوات الأكاديمية الصحفيين على تنمية التفكير الحاسوبي من أجل تشجيع التواصل مع علماء الكمبيوتر.

إن مناقشة الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار تتحرف غالباً عن الصحافة وتركز حصرياً على الخوارزميات وقواعد البيانات والتعلم الآلي. الضرورة الخوارزمية أو الضرورة الشريرة في الصحافة هي نقاط الحديث الأكبر. أصبحت الصحافة مع الذكاء الاصطناعي حقيقة واقعة الآن. تشمل كل منطقة من حياتنا تقريباً الآن الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك الصحافة. نتلقى عن غير قصد محتوى يعتمد على الذكاء الاصطناعي في كل مكان بسبب تطور الوسائط الرقمية. يتم تخصيص موجز Facebook الخاص بك ومقاطع الفيديو المقترحة على YouTube وأنواع الإعلانات التي تراها على مواقع الويب القياسية لك بشكل فردي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

وعلى نحو مماثل، يحرز الذكاء الاصطناعي حالياً تقدماً في صناعة الصحافة. حيث يلعب الذكاء الاصطناعي الآن دوراً أكبر بكثير في الصحافة نتيجة لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي. ونتيجة لذلك، تبحث شركات الإعلام بقوة عن مساعدة الذكاء الاصطناعي لتحسين محتواها. كما يشهد مستقبل الصحافة تحولاً سريعاً بفضل الذكاء الاصطناعي، الذي يعد أحد المحركات الرئيسية لتطوير هذا القطاع.

ومع تطور الذكاء الاصطناعي، من المتوقع أن يصبح أداة شاملة لتحليل الأخبار والتنبؤ بالاتجاهات، مع التركيز على الحفاظ على المعايير الأخلاقية وإيجاد توازن بين الأتمتة والإبداع البشري. كما يمثل الذكاء الاصطناعي مستقبلاً واعداً للصحافة، لكنه يتطلب استثماراً في التكنولوجيا والبشرية لضمان استخدامه بمسؤولية وفعالية.