

مجلة فصلية تصدر
عن اتحاد إذاعات الدول العربية

1

2024

مجلة الإذاعات العربية



ASBU
اتحاد إذاعات الدول العربية
مجلس الإذاعات العربية

المهرجان العربي للإذاعة و التلفزيون الـ 24 دورة

بالشراكة مع وزارة الشؤون الثقافية-تونس

الركض وراء المشاهدة:
ركيزة اقتصاد التلفزيون



الذكاء الاصطناعي
في عالمنا وإعلامنا اليوم
المكاسب والمخاطر

فلسترة
بين

26 - 29 يونيو / جوان 2024

مدينة الثقافة / مسرح قرطاج الأثري - تونس

عرب سات
ARABSAT

الاتحاد
العربي
للإذاعات

التلفزيون التونسية
Télévision Tunisienne

مجلة الإذاعات العربية



رئيس الاتحاد

محمد بن فهد الحارثي

المدير العام

عبد الرحيم سليمان

إدارة التحرير

الإدارة العامة للاتحاد

الآراء التي تنشر في المجلة
بأسماء كتّابها لا تعبّر بالظاهرة
عن وجهة نظر الاتحاد أو إدارة التحرير

مجلة الإذاعات العربية:

فصلية متخصصة تعنى بشؤون الإذاعة و التلفزيون في الوطن العربي غايتها التعريف بالواقع الإذاعي و التلفزيوني العربي و تطويره نحو الأفضل

تعمل على إرساء الأسس النظرية العلمية للعمل الإذاعي و التلفزيوني العربي و بلورة تصورات نظرية مشتركة متكامل تدرس مختلف جوانب المشكلات الإذاعية و التلفزيونية و تقترح الحلول الموضوعية التي تساهم في تنمية الإبداع الفني

تواكب التطورات التكنولوجية الجديدة فتعمل على تطويرها لفائدة تطور العمل الإذاعي و التلفزيوني العربي تسعى إلى أن تكون مرجعا للإذاعيين و المخططين و المبدعين و الأكاديميين و الباحثين و الصحفيين.

1

2024



مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية



الفهرس

4 المهندس : عبد الرحيم سليمان

إضاءات ◀

نصرة فلسطين: شعار الدورة (24) للمهرجان
أكاديمية الاتحاد: 7 سنوات من التدريب المهني المتطور

الملف : ◀

الذكاء الاصطناعي في عالمنا وإعلامنا اليوم:
المكاسب والمخاطر

8 أ. محمد رؤوف يعيش المدخل

10 د. سمية بالرجب الإعلام في زمن الذكاء الاصطناعي:
بين نجاة الآلة ومعايير البشر

28 أ. د. عبد الصمد مطيع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين
السمعية البصرية بالعالم العربي: دراسة تشخيصية

42 أ. د. رشيدة سبتي صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية :
تهديد أم ثورة في مهنة الصحافة؟

54 أ. د. الصادق الحمّامي الذكاء الاصطناعي من منظور مشكلات التنظيم والتنظيم الذاتي

69

مستجدات في تكنولوجيات الاتصال

م. حسن رضا سيّد حسن

الاتجاهات الناشئة في تقنيات الأخبار

81

أ.د. عبد الرزاق الدليمي

إعلام حربي
توظيف الأخبار المفبركة
في العدوان الإسرائيلي الوحشي على غزة

90

أ.د. عبد المجيد فاضل

إعلان ومشاهدة
الركض وراء المشاهدة: ركيزة اقتصاد التلفزيون

109

د. نسرین عبد العزيز

دراما
الدراما العربية في ظلّ تنافسية المنصات الرقمية

124

أنشطة الاتحاد

124

• تعزيز التعاون بين الاتحاد ووزارة الاتصال الجزائرية

125

• اجتماعات المنسّقين والمهندسين بالجزائر: تفعيلًا لمنظومة التبادل العربية

131

• استراتيجيات رقمنة الأرشيف الإذاعي والتلفزيوني محور ندوة دولية لأكاديمية الاتحاد

137

متابعات

137

• معرض تونس الدولي للكتاب الاتحاد يغطي لهيئاته المشاركة العربية

139

• مدير عام الأسبو يُمنح جائزة الاتحاد العربي للثقافة الرياضية

141

• المنتدى السعودي للإعلام ومعرض Fomex

143

هؤلاء رحلوا عنا

• وداعا.. الفنّان صلاح السعدني

144

Abstract

• ملخّص العدد باللغة الإنجليزية



نصرة فلسطين:

شعار الدورة الجديدة للمهرجان

يشهد اتحاد إذاعات الدول العربية منذ أشهر، حركية دائبة على مستوى أجهزته التنفيذية واللجنة التنظيمية العليا وسائر اللجان المتفرعة عنها، في إطار الإعداد للدورة (24) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون التي ستقام فيما بين 26 و29 يونيو/جوان 2024 بتونس.

ويجري الحرص على أن تكون هذه التظاهرة الإعلامية والفنية والتكنولوجية متوائمة مع المستجدات التي تعرفها المنطقة العربية، ومتفاعلة مع نبض الأحداث الدامية وغير المسبوقة التي يواجهها ببسالة وإرادة قويّة أشقاؤنا الفلسطينيون في قطاع غزة وفي سائر الأراضي المحتلة، جرّاء حرب الإبادة الجماعية التي يشنّها الكيان الصهيوني الغاصب ضدّهم بكل وحشية وصلف، مخلّفا عشرات آلاف الشهداء والجرحى والمصابين، و تدميرا مروّعا للبنى التحتية وشتى مرافق الحياة، وارتكاب أبشع الجرائم بحق أكثر من مليوني نسمة طالها التجويع والتشريد والتهجير القسري، بشكل لا إنساني في تاريخ البشرية.

لكلّ هذه الأسباب، تمّ الاختيار على أن تحمل الدورة الجديدة للمهرجان شعار: **نصرة فلسطين، انسجاما مع الرسالة القومية التي أنشئ من أجلها اتحاد الأسبو، وتأكيدا متجدّدا على تضامنه الدائم مع هذا البلد العربي الأصيل الذي يكافح أبناؤه بدون هوادة منذ خمس وسبعين سنة، ويقدمون اليوم أروع البطولات وأجلّ التضحيات، في سبيل استرداد حقوقهم المشروعة وبسط السيادة الوطنية كاملة على أرضهم السليبية، وعاصمتها القدس الشريف.**

ووفق هذه الرؤية الإعلامية الحضارية، سيُطوّع جانب مهمّ من فعاليات الدورة بألوان فلسطين الحبيبة، حيث سنتوزع بين مدينة الثقافة-الشاذلي القليبي، والمسرح الأثري بقرطاج.

وهي تقام بالشراكة مع وزارة الشؤون الثقافية - تونس للعام الثاني، ومع التلفزة التونسية والإذاعة التونسية وعرب سات.

في هذه الأثناء، بادرت الهيئات الأعضاء في الاتحاد والمحطات الإذاعية والقنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة، بما فيها الأجنبية الناطقة بالعربية، ووكالات الأنباء وشركات الإنتاج. إلى إرسال أعمالها المرشحة التي ستشارك بها في مختلف المسابقات الرسمية والموازية.

وغني عن البيان، ما لهذه الفعالية السنوية التي يوليها الاتحاد اهتماماً متزايداً ويوفر لها مقومات النجاح، من دور محوري في دفع الإنتاج الإبداعي العربي على اختلاف أصنافه، نحو المزيد من التطوير والتحديث، لجعله أكثر ملاءمة مع انتظارات جمهور المشاهدين والمستمعين وانتظاراتهم، فضلاً عن تحفيز المبدعين واستحثاثهم على ملامسة الجودة والإضافة.

وبالتوازي مع ذلك، يتلقى الاتحاد طلبات المشاركة في معرض التجهيزات التكنولوجية والمعدات التقنية وسوق البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وهما يشكّان فضاءً رحباً لعرض أحدث المبتكرات في مجال التكنولوجيا المتقدمة ذات الارتباط الوثيق بالعمل المرئي والمسموع وآخر الإنتاجات الإعلامية والفنية.

وسيركّز البرنامج العلمي للدورة الاهتمام على القضايا الإعلامية ذات الصلة بالحرب الإسرائيلية على فلسطين وتناولها، من خلال دعوة إعلاميين وجامعيين فلسطينيين بارزين يعرضون تجاربهم الشخصية في تغطية الأحداث الجارية على الميدان، وما يرافقها من انتهاكات فظيعة ومخاطر.

ولا يقتصر الأمر عند هذا الحدّ، بل يتجاوزه لتكريم ثلّة من المحلّلين والفنّانين المتميّزين في الساحة الفلسطينية، اعترافاً بجهودهم في نقل الحقائق، والكشف عن مظاهر الزيف والتضليل التي تعمد إليها السردية الإسرائيلية والإعلام الغربي في مغالطة الرأي العام الدولي...

تلك هي بعض الجوانب التي آثرنا استعراضها، في غمرة استعدادات الاتحاد لإقامة الدورة (24) لمهرجانه، بتنسيقٍ وثيقٍ مع شركائه، وتجاوب عميقٍ من هيئاته.

وأملنا وطيد في أن تحقّق هذه الدورة الأهداف التي رُسمت لها، نصرةً لفلسطين، وخدمةً للإبداع العربي وتشجيعاً لروّاده المجتهدين.

والله وليّ التوفيق

أكاديمية الاتحاد..

7 سنوات من التدريب المهني المتطور

المهندس عبدالرحيم سليمان

يشكّل التدريب إحدى أركان الأولويات التي يخصّها اتحاد إذاعات الدول العربية ببالغ الرعاية، وذلك من منطلق حرصه المستمرّ على الارتقاء بأداء العاملين في هيئاته الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء، وغيرها من الجهات الراغبة في الاستفادة...

ويتعاطف دور هذا القطاع الاستراتيجي، في ظلّ التحوّلات المتسارعة التي ما انفكت تطرأ على المشهد الإعلامي الدولي، وبفعل التطوّرات المتلاحقة التي تُميّز تكنولوجيات الاتصال الحديثة، على نحو وُلد احتياجات متزايدة، باتت تحتمّ على المؤسسات الإعلامية الانخراط في عملية تدريب مواردها البشرية وإعادة تأهيلها، بما يمكنها من تحسين مهاراتها وتنمية قدراتها المعرفية في المجالات البرمجية والإخبارية والهندسية، وفي كلّ ما له صلة بها، كالأنظمة الرقمية وصناعة المحتوى..

فبالإضافة إلى مركزه العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني بدمشق (1982) الذي بذل - ولا يزال - جهوداً معتبرة في هذا السياق، بادر الاتحاد إلى إنشاء أكاديمية التدريب الإعلامي، التي تكون قد بلغت مع نهاية شهر أبريل 2024 عامها السابع.

وميزة هذا الصرح التكويني، أنه تأسّس على قواعد صلبة، حيث وضعت له دراسة جدوى قبليّة، وتوفّر على بنية تحتية من الطراز الرفيع، قوامها فضاءات عصرية ملائمة ومعدّات تقنية متطورة، واستوديوهات إذاعية وتلفزيونية رقمية عالية الجودة.

وعلى وقع ممارسة العملية التدريبية برؤية جديدة، وبإشراف أفضل الكفاءات العربية والدولية، أنجزت الأكاديمية 183 دورة في اختصاصات متعددة، إذاعية وتلفزيونية، ومعلوماتية وهندسية وإدارية، استفاد منها 3073 متدرِّبًا ومتدرِّبة، أوفدتهم 186 هيئة، وينتمون إلى 60 بلدًا.

وتحرص الأكاديمية على توسيع دائرة تحرّكها، من خلال إحداث منصّة رقميّة تسهم في استقطاب الجمهور المُقبل على خدماتها، دون تكاليف وعناء السفر والإقامة.

وبفضل شبكة شركائها الدوليين، مكّنت هيئاتها والمنتسبين إليها من المتابعة المجانية عن بُعد لبعض الأنشطة التي تعدّها هذه المؤسسات العريقة.

وشملت برامجها التدريبية أيضا دورات لا مركزية تُعقد بطلب من هيئات الإذاعة والتلفزيون في بلدانها، وحسب حاجياتها الخاصة، فضلا عن إقامة دورات لفائدة بعض الهيئات الأعضاء ذات الإمكانيات المحدودة، على عين المكان.

وبالموازاة مع ذلك، تقيم الأكاديمية ندوات ممتازة تبحث في التطوّرات الجوهرية التي تطرأ على المجالات الحيوية، من بينها الندوة حول «استراتيجيات رقمنة الأرشيف الإذاعي والتلفزيوني»، التي عقدتها بالشراكة مع الفيدرالية العالمية للأرشيف التلفزيوني...

وآخرها بعنوان «دور الإعلام في الحدّ من مخاطر الكوارث الطبيعية وإنقاذ الأرواح»، بالتعاون مع مكتب الأمم المتحدة للحدّ من مخاطر الكوارث ومنظومة الاتحادات الإذاعية العالمية، بالتنسيق مع اتحاد الإذاعات الآسيوية.

وكانت فرصة لتقديم ملخّص شامل عن الحملة الدولية لتزويد جميع دول العالم بأنظمة الإنذار المبكر بحلول عام 2027.

وإننا على يقين، والأكاديمية تدخل سنتها الثامنة، بأنها ستواصل مسيرتها المهنية الموفّقة، وهي أكثر قدرةً على ممارسة نشاطها التدريبي الهادف بأرقى المناهج، وأشدّ إدراكا للمتغيّرات التي يمرّ بها الفضاء الاتصالي المعولم..

الذكاء الاصطناعي في عالمنا وإعلامنا اليوم : المكاسب والمخاطر

أ. محمد رؤوف يعيش

اعتادت مجلة الإذاعات العربية تخصيص ملف مركزي في كل عدد من إصداراتها الفصلية، يشارك فيه إعلاميون وخبراء وجامعيون من مختلف أرجاء الوطن العربي، مشهود لهم بالكفاءة. وتحرص على أن تكون المواضيع التي تتطرق إليها هذه الملفات متناغمة مع مشاغل المهنيين وانتظاراتهم، ومسايرةً لآخر المستجدات التي تميّز المشهد الإعلامي والاتصالي العربي والدولي. وفي هذه الإطار، يحمل ملف العدد الجديد عنوان:

الذكاء الاصطناعي في عالمنا وإعلامنا اليوم: المكاسب والمخاطر

والجدير بالذكر أنّ مؤتمر الإعلام العربي بحث في دورته الثالثة (17 - 18 يناير 2024) موضوع: «الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي: الفرص والتحديات». وسيصدر كتاباً يضمّ كامل وقائع هذا الحدث السنوي.

أول المباحث العلمية: «الإعلام في زمن الذكاء الاصطناعي: بين نجاعة الآلة ومعايير البشر». ويتوقّف عند سياقات تأثّر قطاع الصحافة والإعلام، بما هو من أبرز القطاعات اعتماداً على الرقمنة والمنظومات التكنولوجية الحديثة، بالواقع الجديد الذي فرض نفسه، ونعني عصر الذكاء الاصطناعي... ويثير العلاقة الجدلية بين اعتماد الصحفي على الذكاء الاصطناعي، وبين تحديات احترام الأخلاقيات المهنية. كما يتساءل: إلى أيّ مدى يمكن اعتبار هذه التكنولوجيات الجديدة وسيلة لتطوير العمل الإعلامي في جانبه التقني والمهني؟

وإلى أيّ مدى يمكن لذكاء الآلة أن يؤثّر في مستقبل مهن الإعلام والاتصال؟

وتنطلق الدراسة الموالية في هذا الملف من إشكالية محورية مرتبطة بتأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى السمعي البصري بالعالم العربي، خصوصاً الجوانب

التحريرية والفنية والتسويقية. ذلك أنّ فهم هذا التأثير أمر ذو أهمية كبرى لاستيعاب التغيرات الجذرية التي تطرأ على الحقل الإعلامي، سواء فيما يتعلّق بطريقة هذا التأثير على إنتاج المحتوى الإعلامي، أو على دور الصحفيين ونموذج العمل الصحفي التقليدي.

أمّا ثالث موضوع يتناوله الملفّ فهو: **صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية: تهديد أم ثورة في مهنة الصحافة؟**

وتُطرح تساؤلات عدّة بخصوص شكل العلاقة بين الكادر البشري الإعلامي والروبوت، هل هو تنافس أم تعايش؟ والجدل القائم حول مستقبل الإعلاميين، في ظلّ أنظمة الذكاء الاصطناعي؟ إضافة إلى التحديات الأخلاقية التي يخلفها استخدام تطبيقات هذه التكنولوجيا الجديدة في الحقل الإعلامي.. ويتبسّط المقال في تبيان مسألة التوفيق بين طبيعة المهارات البشرية الديناميكية، في ظلّ التغيرات التكنولوجية، ذلك أنّ الصحافيّات في حاجة ماسّة إلى تطوير مهاراته التي تمكّنه من التعامل مع التحوّل الرقمي الذي يشهده قطاع الإعلام. وتشمل هذه المهارات فهم التكنولوجيا، إذ يتعيّن على الصحفي أن يكون على دراية بأحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، وكيف يمكن استخدامها في مجال الإعلام؟، ويتدّرّد، مثلما تشير إليه الإحصائيات، أنّ ما يقارب 300 مليون وظيفة بدوام كاملة، مهدّدة في العالم، بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي في شتى المجالات، من بينها ما له علاقة بمهن الصحافة والإعلام، إذ يصبح العمل بـ 10 صحافيين روبوت مقابل صحفي بشري؟

ويُتّوج الملفّ بمبحث يهتمّ بفهم مسار ظهور تنظيم التكنولوجيات الرقمية والذكاء الاصطناعي وبرصد اتجاهات أبرز المبادرات الدولية للتنظيم (أو التعديل)..

كما يُعنى بالذكاء الاصطناعي والاضطراب المعلوماتي. ثمّ بمسألة التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والميديا، وتأثير هذا الذكاء، وخاصّة منه التوليدي، على مسارات الانتخابات، كمشكلة جوهرية تواجهها المجتمعات اليوم...

ويستعرض المقال الدروس الأساسية التي ينبغي استخلاصها من تحليل مشكلات التنظيم والتنظيم الذاتي في مجال الذكاء الاصطناعي...

ويطلّع القارئ الكريم في الختام على مجموعة من التوصيات الخاصة بالذكاء الاصطناعي والصحافة والميديا في العالم العربي...

الإعلام في زمن الذكاء الاصطناعي:

بين نجاعة الآلة ومعايير البشر

د. سوية بالرجب

معهد الصحافة وعلوم الإخبار
جامعة منوبة - تونس

مقدمة

تبدو فكرة ذكاء الآلة أو الأداة الاصطناعية فكرة قديمة، رغم ما أحدثته من ثورة منقطعة النظير في عصرنا الراهن، فحسب بعض المراجع فإن الاعتقاد في آلات تفكر، أي تتحلّى بالذكاء بمفهومه المتعارف عليه للعقل البشري، ربّما تعود إلى منتصف ثلاثينات القرن الماضي، وقد بدأ التفكير بجديّة في مفهوم الذكاء الاصطناعي أثناء الخمسينيات في أعمال عالم المنطق



في كتابات الفيلسوف الأمريكي جون هوغلاند (JOHN HAUGELAND 1985)، وفي دراسة الإمكانيات الذهنية عبر استخدام نماذج حسابية لكلّ من الباحثين «أوجين شارنيك و«دروو ماكدرموت»3 (CHARNIAL & MCDERMOTT 1985) وغيرهم ممّن اهتمّ بموضوع إمكانية

«تصميم نظم حاسوبية ذكية تتسم بالخصائص التي نصف بها البشر الأذكى كفهم اللغة، التعلّم، المحاكمة، حلّ المسائل وغيرها»4. هذا و«يعتبر

الذكاء الاصطناعي أهمّ اكتشافات العصر الذي نعيشه، فقد غير هذا الاكتشاف العالم بشكل كبير ليؤثّر الذكاء الاصطناعي على حياتنا كلّها بطرق نعيشها الآن عند استخدام الإلكترونيات أو تصفّح الإنترنت 5.» و«قبل خمسة عشر عامًا، كان التفكير في الذكاء الاصطناعي محصورًا في دوائر قليلة

والرياضيات الإنجليزي الشهير آلان تيورينج (ALAN TURING) الذي أسّس للتمعن العلمي في سؤال: «هل أنّ الآلة تفكر؟»1.

ثمّ تطوّر الأمر ليظهر في كتابات بعض الخبراء والباحثين في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية خلال الثمانينات، إذ نجد أثرًا لذلك

الذكاء الاصطناعي. وبالنظر إلى ما ذكر، ورغم الإيجابيات التي يقدّمها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لخدمة البشرية وتذليل عدد من الصعوبات أمامها، إلا أنّ هذا الاستخدام مازال يثير عددًا من الأسئلة حول سلبيات هذا التقدّم الاصطناعي المذهل، وحول الصعوبات الناجمة عنه حاضرا ومستقبلا.

ولعلّ من أبرز هذه التساؤلات تلك المتعلقة بالقيم الإنسانية والعدالة والإبداع الإنساني والأخلاقيات والأمن والمسؤولية، وهو ما يشغل العاملين في مجالات عدّة، كالتربية والتعليم والصحة والفنون والصحافة والإعلام، على نحو ما يثير تساؤلات الأكاديميين والباحثين بشكل مكثّف في وقتنا الراهن، إذ **يؤكد كثير من الباحثين على أنّ مهنة الإعلام ستكون من أكثر المهن تأثراً بمقتضيات الذكاء الاصطناعي، سواء كان ذلك تأثيرا إيجابيا أو سلبيا، وهو ما يؤكده الباحث المصري د. محمد عبد الظاهر: «يمكننا القول إنّ هناك العديد من الأدوات التي ستوقّرها الثورة الصناعية الرابعة (4IR)، والتي سيكون لها دور كبير في تشكيل مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي (AI) التي لا تعتمد فقط على «الروبوت7». وربما تلقي الصراعات العالمية، في علاقة بأمن الصحفيين وصعوبة الحصول على المعلومات بأوزارها على مفهوم استخدام الذكاء الاصطناعي ومدى نجاعته في ضمان الحقّ في الإعلام والمعلومة في العالم، وهو ما تطرحه الأوساط العربية اليوم في مناسباتٍ علمية كثيرة».**



ضيقة من المتخصّصين والباحثين. فبالنسبة إلى العالم، كان «الذكاء الاصطناعي» مجرد موضوع خيال علمي، حيث تتفاعل آلات معادية إلى حدّ ما مع البشر في المستقبل. لكن لم يتخيّل أحد أنّ الذكاء الاصطناعي يمكن أن يصبح شيئًا معاصرًا، يعبّر الشاشة ليتنزّل في الواقع المعيش. ومع ذلك، وفي غضون سنوات قليلة فقط، أثبت الذكاء الاصطناعي نفسه باعتباره الناقل الرئيسي للاضطرابات التي يشهدها العالم اليوم6». إذ أدّى الاعتماد على الذكاء الاصطناعي إلى إحداث تحوّل واضح في الاقتصاد والصناعات الكبرى والعادات اليومية للبشر في المجتمعات المتقدّمة، والمعتمّدة على آخر تطوّرات التكنولوجيا. إذ قدّم الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الخدمات السياحية والإدارية وغيرها مكاسب مهمّة، إضافة إلى التأثير المباشر على الإنتاجية وتحسين الرفاهية والمساعدة في تقديم حلول للتحديات العالمية، مثل تغيير المناخ واستنزاف الموارد والأزمات الصحية. ولعلّ التجربة العالمية التي عاشها البشر مع جائحة كوفيد 19 عزّزت لديهم الحاجة إلى

1. الذكاء الاصطناعي في عالمنا: المفهوم والخصائص والآفاق

قد يبدو للبعض أنّ: «الحديث عن الذكاء الاصطناعي يعني الحديث عن أجهزة الكمبيوتر»، (... في حين أنّ أجهزة الكمبيوتر ليست الأصل في المسألة، بل هي أدوات تستخدم في هذا الشأن، فعلى الرغم من أنّ الذكاء الاصطناعي بحاجة إلى أجهزة «مادية» (مثل أجهزة الكمبيوتر) فإنّ أذهاننا تذهب إلى ما يسمّيه علماء الكمبيوتر «الأجهزة الافتراضية»⁸.

إذ «يشير مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى قدرة هذه الآلات على التعلّم من خلال التجارب التي تقوم بها. فضلاً عن ذلك، يمكن لهذه الآلات أن تقوم بمحاكاة الذكاء البشري الطبيعي، وذلك من خلال التطوّر والتقدّم في تنفيذ المهامّ المتشابهة لأكثر من مرّة»⁹.

ذلك أنّ «الهدف الأساسي من الذكاء الاصطناعي هو تمكين أجهزة الكمبيوتر من تنفيذ المهامّ التي يستطيع العقل تنفيذها. وعادة ما يُطلق على بعض تلك المهامّ (مثل التفكير) صفة «الذكاء». وبعضها (مثل الرؤية) لا يطلق عليه ذلك الوصف. ولكنّ جميعها لا يخلو من مهارات نفسية تمكّن الإنسان والحيوان من الوصول إلى أهدافهما، ومن تلك المهارات الإدراك الحسيّ، والربط بين الأفكار، والتنبؤ والتخطيط والتحكّم الحركي»¹⁰.

وقد عرّف باترسون الذكاء الاصطناعي «بأنه نوع من فروع علم الحسابات، الذي يهتمّ بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر بعض صيغ الذكاء، ولها القابلية على استنتاجات مفيدة جدّاً حول المشكلة الموضوعية، كما تستطيع فهم اللغات الطبيعية أو فهم الإدراك الحيّ، وغيرها من الإمكانيات التي تحتاج إلى ذكاء، متى ما نفذت من قبل الإنسان»¹¹.

وعرّفه جون مكارثي (الملقّب بأب الذكاء الاصطناعي) بأنه:

«علم هندسة الآلات الذكية، وبصورة خاصة برامج الكمبيوتر، حيث إنه يقوم على إنشاء أجهزة وبرامج حاسوبية قادرة على التفكير بالطريقة نفسها التي يعمل بها الدماغ البشري وتحاكي تصرّفات البشر»¹² «مثل القدرة على التفكير أو التعلّم من التجارب السابقة، أو غيرها من العمليات التي تتطلّب عمليات عقلية»¹³. ومن هذا المنطلق، نستنتج أنّ تعريف الذكاء الاصطناعي هو جملة من التعريفات تحاول أن تجمع بين كلماتٍ مفتاحية وهي التالية: «المنظومات الرقمية، الأساليب المنظّمة، والمحاكاة الآلية للتفكير البشري،

وهو ما يدعونا إلى إلقاء الضوء على خصائص الذكاء الاصطناعي في عالمنا اليوم ومدى نجاعته وفاعليته.



1.1 خصائص الذكاء الاصطناعي:

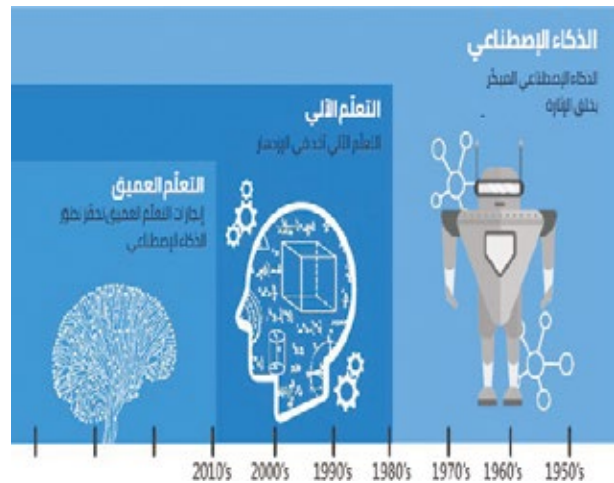
تشير عديد المراجع إلى تميّز الذكاء الاصطناعي بعدد كبير من البرمجيات والتقنيات التي تسمح لأنظمة الحاسوب بتقديم خدمات أو أداء مهامّ تتطلب ذكاء بشرياً، مثل: خاصية التعلّم الآلي¹⁴ (MACHINE LEARNING)، إذ يمكن للبرمجية تحليل البيانات واكتساب المعرفة اللازمة، دون الحاجة إلى برمجة جديدة وآنية، فبإمكان المنظومة التكيّف مع التفاصيل الجديدة والدقيقة والتعلّم بسهولة من الخبرة لتحسين أدائها.

وتبدو خاصية برمجيات الذكاء الاصطناعي في التمييز والتعرّف على الأنماط والاتجاهات في البيانات والمحتوى من أهمّ الخصائص لهذا النوع من الذكاء الآلي، وهو ما يدعونا إلى التفكير في عمليّات التخطيط واتّخاذ القرارات من قبل البرمجيات الذكية وقدرتها على تحليل البيانات المتاحة، وتقديم تقارير مفصّلة ومنظّمة ومنطقية شبيهة إلى حدّ بعيد بما يقوم به العقل البشري من تنضيد للمعلومات وفرز وعمليات ترتيب واستنتاج واستخراج للنتائج.

كما تعتبر خاصية «التفاعل مع البيئة»: أي التجاوب بشكل فعّال مع المحيط أو البيئة والتفاعل مع البيانات والمستخدمين، إضافة إلى القدرة على تحليل كمّيات ضخمة من البيانات بشكل فعّال واستخراج أنماط ومعلومات هامة، من أبرز خاصيّات الذكاء الاصطناعي.

كما يتيح الذكاء الاصطناعي للألات القيام بالتحليل اللغوي وفهم اللغة الطبيعية والتفاعل بنجاعة مع اللغة الطبيعية، علاوة على قدرة هذه الآلات أو المنظومات الذكية على إنتاج أفكارٍ مستحدثة وحلول مبتكرة للمشكلات والاستجابة بشكل آني وفوري¹⁵.

وتعتمد هذه «الاستجابة الآليّة الذكية والفورية على عدد من الخصائص، لعلّ من أبرزها، القدرة على تمييز كلّ ما هو مرئي وقراءته بشكل سريع وفهم المعلومات المرئية، مثل الصور والفيديو:



العدالة مثلا، أي أن تكون الآلة مصممة بشكل يسمح لها بالاستجابة مع مراعاة عدم التحيز، لكن ذلك يبدو صعبا للغاية، إذ أن البرمجة القائمة على البيانات المتوفرة على شبكة الإنترنت مثلا، لا يمكن أن تكون في حل من التحيز واختلال ميزان الإنصاف تجاه جهة ما أو طرف ما، بل إن المنظومات الآلية قد تساهم بشكل كبير في تكريس التمييز .

ومن الجوانب المهمة أيضا في علاقة الذكاء الاصطناعي بالجانب الأخلاقي، نجد مسألة الخصوصية، التي لا يراعيها الذكاء الاصطناعي، نتيجة توفيره لنصوص وصور وغيرها لا تراعي حماية المعلومات الشخصية، إضافة إلى مسألة الشفافية، إذ يجب أن تكون النظم الذكية شفافة بما فيه الكفاية، حيث يمكن للمستخدمين فهم كيفية اتخاذ القرارات وتشغيل الأنظمة الذكية، بما يساعد على بناء الثقة وتقديم شرح للتفسيرات.

كما لا نجد جانب «المسؤولية» واضحا في استخدامات الذكاء الاصطناعي، إذ ينبغي توفير إطار قانوني وأخلاقي لتحديد المسؤولية عن تحليل القرارات التي تتخذها الأنظمة الذكية. يجب على المطورين والمستخدمين والمؤسسات تحديد مَنْ هو المسؤول في حالة وقوع أخطاءٍ أو أذى.

بالإضافة إلى خصائص أخرى، كالتعرف على الأصوات والكلام والقدرة على تحريك الأشياء وويمكان الأجهزة المعتمدة على برمجيات الذكاء الاصطناعي فهم المدخلات وتحليلها جيدا، لتقديم مخرجات تلبي احتياجات المستخدم بكفاءة عالية 16.

فضلا عن قدرة هذه الآلات الذكية على صناعة الكلام وتحويل الكلمات المكتوبة إلى أصوات وتمييز وقراءة الحروف عبر برامج قادرة على ترجمة الكلمات المكتوبة بخط اليد إلى كلمات مكتوبة على الحاسوب، وكأنها مدخلة بلوحة مفاتيح الحاسوب.

إضافة إلى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تطوير الألعاب وجعلها أقرب إلى الواقع 17.

2.1 الذكاء الاصطناعي والأخلاقيات

يثير موضوع الأخلاق أو الاخلاقيات في مجال الذكاء الاصطناعي جدلا كبيرا، وذلك نظرا إلى ما يمكن أن ينجر عن هذه التكنولوجيا من تأثيرات على مجتمعاتنا وحياتنا اليومية، فقد رأى بعض الباحثين أن الآلة تفتقر إلى خاصيات مميزة يتفرد بها الإنسان العاقل والمتوازن، إذ أن «الضمير» أو «الميل إلى تطبيق قواعد أخلاقية في مجالات كثيرة، ومنها الإعلام مثلا، لا يمكن أن يكون خاصية تميز الآلة، إلا إذا استطاع العلماء أن يجعلوا من الآلة قادرة على تمييز وحذق عديد الجوانب، كالتمييز وتحقيق

والصحافة السمعية والبصرية وصحافة الوكالة قد باتت يعتمد في المقام الأول على سرعة البرمجيات والمنظومات الرقمية، لتحقيق سبق الإعلام والقيام بأبرز المهام المتعلقة بتبادل المعلومات وعمليات الاتصال والمونتاج والميكساج والبث، وغيرها من الجوانب التي باتت تحقق للإعلام نجاعة كبرى في الأداء، وتسمح للصحفي باستخراج البيانات ومقارنتها ووضعها في شكل صحفي مفيد للقراء والمستمعين والمشاهدين، ناهيك عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية والبحث عن محررات البحث المتطورة كـ CHAT GPT و COPILOT.

وتستفيد المؤسسات الصحفية والإخبارية من تأثيرات «الذكاء الاصطناعي» عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، بما يساهم في إنضاج المعالجات المهنية للقصاص الخبرية، من جانب تقدير وتحليل الاتجاهات المعقدة 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 التحليل الدقيق للمعلومات وليس للعاطفة الشخصية أو المسيسة، وسيكون لذلك تأثيرات إيجابية في تلك المؤسسات، منها - على سبيل المثال

إضافة إلى توفير تفاعل إنساني آمن، بتجنيب المستخدم لآية تهديدات قد تُحقيق بسلامته 18، من جهة أخرى، ينبغي أن تكون الأنظمة الذكية محمية جيداً من التهديدات الأمنية، عبر التحقق من أمان البيانات والحماية من التلاعب والاختراقات، مع توفير غطاء قانوني صلب وفعال لتنظيم عملية استخدام التكنولوجيا الذكية، بما يلبي احتياجات الإنسان الاجتماعية والأخلاقية.

2. الذكاء الاصطناعي والإعلام: أية علاقة؟



إنه لمن المنطقي أن يكون قطاع الصحافة والإعلام من القطاعات المبنية على الرقمنة وعلى منظومات الذكاء الاصطناعي، ذلك أنّ الإعلام يعتمد في عمقه على المعلومات التي تشكّل عموده الفقري. فإذا نظرنا إلى العالم الرقمي اليوم، لوجدنا الإعلام من أكثر القطاعات التي تأثرت به وأثرت فيه بشكل أو بآخر، إذ أنّ مجال الصحافة الإلكترونية

لا الحصر - تخفيف العبء المالي عنها، وتطوير مُخرجاتها الإخبارية للصمود في وجه التنافس الإعلامي الشرس. وأهم من ذلك، تطوير الأداء المهني للصحفيين وقدراتهم، بما يوائم متطلبات المستقبل الجديد 19.

3. الذكاء الاصطناعي

في إعلامنا اليوم: المكاسب والمخاطر

ما من شك في أنّ «الحاجة أمّ الاختراع»، وهو ما جعل تقنيات الذكاء الاصطناعي تشهد ظهوراً ساحقاً في المجال الإعلامي زمن الكورونا، «فقبل عدّة سنوات، رأينا وكالة الأنباء الصينية «شينخوا» تبثّ حديثاً لأوّل مذيع افتراضي، تمّ فيه دمج التسجيل الصوتي والفيديو في الوقت الحقيقي مع شخصية افتراضية، كلّ ذلك في تطوّر واضح لعمليات استخدام الذكاء الاصطناعي، من خلال تكنولوجيا محاكاة الإنسان للصورة الذهنية، الأمر الذي أحدث نقلة نوعية في الوسط الإعلامي، وطرح تساؤلاً آخر وهو: ما مدى الجاهزية لمثل هذه الاستخدامات أثناء الأزمات؟ 22»



وفي هذا السياق، يؤكّد «مارشال ماكلوهان» أنّ مضمون وسائل الإعلام لا يمكن أن يُنظر إليه مستقلاً عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها. فالكيفيّة التي تُعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات والجمهور الذي تُوجّه إليه رسالتها، يؤثّران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكنّ طبيعة وسائل الإعلام التي يتّصل بها الإنسان تشكّل المجتمعات أكثر ممّا يشكّلها مضمون الاتصال، فحينما ينظر ماكلوهان إلى التاريخ، يأخذ موقفاً نستطيع أن نسمّيه «بالحتمية التكنولوجية» 20.

وهو ما جعل عديد الأكاديميين يتساءلون في الآونة الأخيرة عن مدى استيعاب قطاع الإعلام للثورة التكنولوجية الجديدة؛ إذ **اختلف «خبراء**

الإعلام حول قدرة الذكاء الاصطناعي على أن يحلّ مكان الصحفي، فهو غير قادر على التفاعل الحيّ والمباشر مع القراء، أو جمع المعلومات من المصادر، وحتى مسألة الدقّة والموضوعية، مازال الخلاف قائماً حول قدرة الذكاء الاصطناعي على ضمانها» 21

فما هي إيجابيات استخدام الذكاء الاصطناعي، وما هي حدوده وسلبياته؟



1.3 إيجابيات استخدام الذكاء

الاصطناعي في المجال الإعلامي

يعتمد الإعلام على السرعة في نقل الأخبار والدقة في توصيف الأحداث، والنجاعة في تزويد الجمهور بالمعلومات والتحليلات المهمة والبيانات والإحصاءات والصورة وغيرها من أدوات تقديم الرسالة الإعلامية، وقد رأى كثير من الباحثين أنّ الذكاء الاصطناعي قد يساهم بشكل كبير في تسهيل الدفق المعلوماتي وتيسير عملية جمع المعطيات ومعالجة الأخبار وفرز البيانات والتحكّم في كمّيات هائلة منها في وقت وجيز.

بينما رأى البعض الآخر أنّ الذكاء الاصطناعي قد يوفّر خدمات جليّة للمراسلين العاملين لدى وسائل الإعلام المرئية والسمعية

ووفق «مركز سمت للأبحاث»، لم تُعدّ الصحافة بمعزل عن التقنية، إذ باتت تؤثر في كلّ مكوناتها التفصيلية، فهناك دراسات ما زالت في بداياتها تدرس حقبة جديدة من الاتجاهات الصحفية لما بعد «صحافة الذكاء الاصطناعي» التي تُعرّف بـ«صحافة الجيل السابع»، أو «G7 JOURNALISM».. ويمكن وصف صحافة الذكاء الاصطناعي بثورة الإعلام الجديد، التي تُعدّ متوافقة تمامًا مع تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، تلك التقنيات التي تنتشر استخداماتها في معظم جوانب حياتنا، والصحافة ووسائل الإعلام من ضمنها بالتأكيد. لذا؛ ظهر ما يُعرف باسم «ROBOT JOURNALISM» صحافة الروبوت التي تعتمد على الروبوت في تأدية بعض المهامّ الإعلامية، كالتصوير واكتشاف بعض الأخبار الزائفة» 24.

وَمَنْ مِنَّا لم يتناه إليه الحديث عن «المذيعة ابتكار» التي تعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي ممثلة هويّة معهد الجزيرة للإعلام، وقد عُرفت عند ظهورها بالمذيعة الروبوت التي تتفاعل جيّدًا مع البشر والأشياء المحيطة بها، وقد أحدث ظهورها ضجةً مُرفقة بالذهول والإعجاب والسخرية أحيانًا، ولكن في جميع الأحوال، إنّ «المذيعة ابتكار» تمثل تطوّر الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، وتعطينا نبذة عن المستقبل القادم، فمن المتوقع عند حلول 2025 أن يكتب الذكاء الاصطناعي 90% من الأخبار تقريبًا 26»،

التي يتمكّن البرنامج من وصف العلاقات السببية بين الأشخاص والتوصّل إلى استنتاجات وتخمين الأشياء والوقائع المختلفة. كما أنه قد يقوم بتضمين الأحداث التي لم تذكر صراحة، أي تلك التي تمّ التلميح إليها وملء الفراغات في القصة 27»



ورغم الخلاف القائم بين الباحثين في مستوى اعتبار تقنيات الذكاء الاصطناعي مروّجة للأخبار الزائفة، فإنّ بعضهم يؤكّد أنّ استخدام الذكاء الاصطناعي قد يساهم في مكافحة الأخبار المزيفة، وذلك عبر آليّة **التحقّق السريع من مصادر المعلومات وصحّتها**، وهو ما يعتبرونه من بين إيجابيات الذكاء الاصطناعي، إذ يساعد في التصدّي للأخبار المزيفة.

كنّا أشرنا في ما سبق، إلى اعتماد بعض القنوات في العالم ككلّ، وفي العالم العربي بشكل خاصّ، على تقديم الأخبار والبرامج عبر مقدّمات هي صنعة الذكاء الاصطناعي ممّا يوصف بـ«**المحاكاة الاصطناعية**».

والإلكترونية ووكالات الأنباء، وذلك من خلال تقنيات **تسهّل التواصل مع المراسلين، وتيسّر وصول المعلومة من مصادر الأخبار ومواقع الأحداث الساخنة بشكل سريع وناجع.**

وقد يقوم الذكاء الاصطناعي عبر منظوماته المتخصّصة بتسهيل عملية إجراء المقابلات الصحفية والحصول على نصوص جاهزة للنشر، بحيث تصبح عملية البحث عن النصوص داخل الصوت والمقاطع المصوّرة (الفيديو) أكثر سهولة من ذي قبل.

فيما يرى بعض الباحثين أنّ خدمات الذكاء الاصطناعي للعاملين في قطاع الإعلام قد تشمل **تحسين جودة المحتوى**، فبحيث تمكّن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من تحسين جودة المحتوى الإعلامي، من خلال **تحليل البيانات وتقديم معلومات أكثر دقة وسرعة**، إضافة إلى **تحسين عمليات الإنتاج الإعلامي والتوزيع**، ممّا يعزّز من القدرات الإبداعية ويوفّر الوقت والموارد.

كما يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقوم **بتخصيص المحتوى** وفقاً لاهتمامات واحتياجات المستخدمين، ممّا يجعل تجربة الاستهلاك الإعلامي أكثر فاعلية وملاءمة. ويمكن للذكاء الاصطناعي أيضاً أن يقوم ببناء قصص خبرية مميزة، إذ «تتلخّص الفكرة في أنّ القصة الخبرية تتكوّن من تتابع مقنّن للأحداث



كيف يمكن أن تُغيّر صحافة الذكاء الاصطناعي العالم؟ 30

فما هي سليات استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؟

2.3 سليات استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

أقرّت دياجة بيان المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) المنعقد إبان دورته 41 بمدينة باريس في الفترة الممتدة من 9 إلى 24 نوفمبر من عام 2021 بالعواقب السيئة (...) التي يعود بها الذكاء الاصطناعي على المجتمعات البشرية (...) نظرًا إلى أسباب تضمّ السبل الجديدة لتأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في كيفية التفكير والتفاعل واتخاذ القرارات لدى البشر، وكذلك في الثقافة والاتصال والمعلومات 31.

إذ يمكن لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي أن تؤدي إلى تفاقم الفجوات والفوارق الموجودة بالعالم في الوقت الحاضر داخل البلدان وفيما بينها، سواء من خلال انعدام التكافؤ في الحق

إذ «بوسع نظام مزوّد بالذكاء الاصطناعي، مثل تقانة آيزر AI إنشاء مقاطع فيديو تبدو واقعية جدًا، يمكن أن يظهر فيها نسّخ من الأشخاص من مقدّمي البرامج أو مذيعي الأخبار، يتحدّثون بلغاتهم الأصليّة أو لغات أخرى وينفس نبرة الصوت الأصليّة، وهم يتميلون ويديرون رؤوسهم ويرمشون ويظهرن تعابير عاطفية، بحسب طبيعة المادّة أو البرنامج الذي يعملون عليه في الأصل 28»

ويمكّن الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي من تحفيز الابتكار في تقديم المحتوى، من خلال استخدام التقنيات الذكية، مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزّز، إذ تمكّن منظومات الذكاء الاصطناعي من «صناعة فيديوهات لشخصيات بعينها، إذ طوّرت عناصر الذكاء الاصطناعي تقنية تستطيع فبركة مقاطع فيديو تبدو حقيقية لأيّ شخص، بمجرد توفير صورة فوتوغرافية واحدة له 29»

كما يمكن للذكاء الاصطناعي، أن يساعد على تحسين سرعة النشر وتحسين تقنيات الذكاء الاصطناعي من تحليل بيانات الجمهور واستهداف الإعلانات بشكل دقيق، ممّا يزيد من كفاءة حملات التسويق، إضافة إلى إيجابيات واستخدامات مفيدة أخرى يمكن لوسائل الإعلام الارتكاز عليها لتقديم محتوى إعلام متطورّ وناجع، إذ تتيح الإيجابيات المذكورة أنفا استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة فعّالة في تحسين جودة وفعاليّة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.

والخوارزميات في اتخاذ القرارات. هذا يمكن أن يؤدي إلى انتشار المعلومات الخاطئة أو المضلّة في وسائل الإعلام³³.



إضافة إلى **تهديد الوظائف**³⁴، إذ قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتوليد المحتوى إلى تقليل الحاجة إلى العمالة البشرية في بعض الوظائف في المجال الإعلامي، إذ يمكن أن تحل الآلة مكان الإنسان في كثير من المهام التي تعود الصحفيون والتقنيون على القيام بها. وينطبق الأمر أيضا على عدد كبير من المجالات الأخرى. «وهذا تخوّف مشروع، بل هو ما سيحصل دون شك، ولكن لن يتمّ تسريح العاملين بالسهولة التي يتوقّعها البعض المتشائم، وإنما يتمّ توجيههم نحو القيام بالمهام التي لا يزال فيها البشر متفوّقين على الذكاء الاصطناعي وبرمجياته وتطبيقاته، أو ما نسمّيها بالصحافة العميقة، من مثل المهام المتعلقة بالحوارات

في المعلومة أو من خلال ظهور اختلال واضح في عملية التلقّي لضعف الإمكانيات المادية والتقنية في الدول الفقيرة والنامية، في حين أنّ التكنولوجيا جاءت لتسهيل حياة البشرية وتعزيز التكافؤ في الفرص و ترسيخ العدالة والثقة والإنصاف لكي لا يترك أيّ بلد أو أيّ أحد خلف الركب، سواء أكان ذلك من خلال الانتفاع العادل بوسائل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتمتّع بمنافعها، أم من خلال الحماية من عواقبها السيئة، مع التسليم باختلاف ظروف مختلف البلدان، واحترام رغبة بعض الناس في عدم المشاركة في كلّ التطوّرات التكنولوجية³².

إذ رغم الفوائد الكبيرة التي يمكن أن يقدّمها الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، إلا أنّ هناك بعض السلبيات والتحديات التي يمكن أن تطرأ عند استخدامه.

ومن بين أبرز هذه السلبيات نذكر :

ضعف المصادقية، إذ تُعدّ جودة المعلومات والتفاهم من أهمّ التحديات التي يواجهها الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام. قد يؤثّر استخدام الذكاء الاصطناعي في تقديم معلومات غير دقيقة أو غير موثوقة، حيث يعتمد النظام على المعلومات المتاحة

البيانات الشخصية.» فجمع البيانات الضخمة يفتح الباب أمام انتهاكات الخصوصية، حيث يمكن استخدام البيانات الشخصية بشكل غير مُراقب في تحليل سلوك المستخدمين وتوجيه الإعلانات.

وهذا ما يثير مخاوف حول حقوق الأفراد في الحفاظ على خصوصيتهم، وي طرح تساؤلات حول كيفية تنظيم استخدام البيانات في سياق الإعلام والذكاء الاصطناعي³⁷».

ومن بين السلبيات أيضا، **تحديات التفاعل الإنساني**، إذ قد يكون التفاعل مع الأنظمة الذكية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أمرا غير طبيعي أو غير مُريح بالنسبة إلى البعض، ويمكن أن يؤدي إلى فقدان الاتصال الإنساني.

إضافة إلى **ضعف التمييز والابتكار**، بحيث يؤدي الاعتماد الكبير على تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى فقدان التمييز والإبداع في تقديم المحتوى الإعلامي، حيث قد يصبح الإنتاج أكثر توحيدا.

علاوة على **تهديد أمن النظام**، فقد تتعرض الأنظمة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتهديدات أمن، بما في ذلك محاولات الاختراق والتلاعب، مما يتطلب اتخاذ إجراءات إضافية لحماية هذه الأنظمة.

الإنسانية أو الصحافة الاستقصائية، التي لم تظهر بعد تطبيقات وأنظمة قادرة على تنفيذها حتى الآن³⁵».

ويمثل **انحياز البيانات** واحدة من أبرز سلبيات استخدام الذكاء الاصطناعي، فإذا كانت البيانات المستخدمة لتدريب نظم الذكاء الاصطناعي تحمل انحيازات، فإن النظام الناتج قد يظهر تحيزات مماثلة، مما يمكن أن يؤدي إلى تقديم معلومات غير عادلة أو غير متوازنة.

«قد تفضي الخوارزميات المستخدمة في الذكاء الاصطناعي إلى تكرار الانحيازات في النتائج المقدمة. يجري تدريب النظم الذكية على البيانات التاريخية، وقد تحتوي هذه البيانات على انحيازات مختلفة تؤثر في القرارات المتخذة. هذا يمكن أن يؤدي إلى تفضيل بعض الأفراد أو المجموعات على حساب آخرين، مما يؤثر على التنوع والشمولية في الإعلام³⁶».

إضافة إلى **قضايا الأمان والخصوصية**، بحيث يمكن أن يشكل استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام تحديات في مجال حماية البيانات الشخصية والحفاظ على الخصوصية، لا سيما عندما يتعلق الأمر بجمع وتحليل



لتدريب وسائل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، والعواقب المحتملة لوسائل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على كرامة الإنسان وحقوق الانسان والحريات الأساسية، وعلى المساواة بين الجنسين والديمقراطية، وكذلك على العمليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والممارسات العلمية والهندسية، وعلى الرفق بالحيوان وحماية البيئة والنظم الإيكولوجية على سبيل المثال لا الحصر³⁹».

وعلى هذا الأساس، فقد وجبت مراعاة التحديات الآتفة الذكر لضمان استفادة إيجابية ومستدامة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام.

ومن بين أبرز المساوئ التي قد يُفرزها استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، **تفاقم التضليل الإعلامي.**

ففي عصرٍ تحظى فيه منصات تقنية عالمية معدودة وذات تأثير هائل بالقدرة على زعزعة الوسائل التقليدية التي كانت تعتمد عليها المجتمعات في الحصول على المعلومات، فإنّ عمليات التلاعب بالإعلام وحملات المعلومات المضلّة تمثل تحديًا صارخًا لجميع المؤسسات السياسية والاجتماعية، فالمحتوى المضلل والفبركات التي تنتشر عبر أطراف متعدّدة تتبع جهات معادية، أو علامات تجارية، أو حركات اجتماعية، أو حتّى أطراف مجهولة الانتماءات، طوّرت تقنيات جديدة بهدف التأثير في الحوارات العامة وإثارة القلاقل على نطاق محليّ أو وطني أو عالمي³⁸.

«ويأخذ بنظر الاعتبار أنّ وسائل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي (...) تثير شواغل أخلاقية أساسية بشأن أمورٍ تضمّ مثلًا أوجه التحيز التي يمكن أن تؤدّي هذه الوسائل إلى ترسيخها وتفاقمها، والتي يمكن أن تفضي إلى التمييز والتفاوت والفجوات الرقمية والاستبعاد وتهديد التنوع الثقافي والاجتماعي والبيولوجي

خاتمة

إنّ اقتحام تقنيات الذكاء الاصطناعي لواقعنا اليوم، لهو دليل على تطوّر إدراك الإنسان لحاجته ولقدرته على التصرّو والاختراع والابتكار، بل على قدرته على تحديد أهداف بعيدة المدى والسعي نحو تحقيقها، «فلطالما حلمت البشرية بمساعد- بآلة قادرة على أداء المهمّات بكفاءة الإنسان نفسها 40»، فرغم ما تُثبتته المصادر من نبوغ بشري في الوقت الحالي جعل الآلة شبيهة إلى حدّ ما بقدرات الإنسان على التفكير والتنظيم والتحليل، فإنّ ذلك لا يجعلنا نتغاضى عن أنّ ما وصلت إليه البشرية اليوم في عصر الذكاء الاصطناعي كان في الماضي، أيّ في منتصف الثلاثينات من القرن الماضي مجرد فكرة عابرة قد استهزأ بها الكثيرون في ذلك الزمان.

لقد تمكّن عصر الذكاء الاصطناعي أن يجمع تحت مظلّته المتطوّرة عددا كبيرا من المجالات والقطاعات التي جعلت من الرقمنة والبيانات والمعلومات عمودها الفقري ليُلقَى الذكاء الاصطناعي بظلاله على واقع الممارسة الصحفية، ليحدث تأثيرا يبيّن في المؤسسات الإعلامية وفي الرأي العام نفسه، إذ اتّجهت المؤسّسات الإعلامية في العالم إلى تبنيّ تقنيات الذكاء الاصطناعي، بُغية الاستفادة من إيجابياته الكثيرة في تسهيل المهام واستخراج البيانات والتفاعل مع تعليقات، فظهرت مفاهيم جديدة كصحافة الروبوت، وتوليد اللغة الطبيعية، والخوارزميات، وغيرها، لكنّ كلّ ما تتمتع به المؤسّسات الإعلامية اليوم من مكاسب في ظلّ الذكاء الاصطناعي، لم يَحْجُب عن أهل المهنة والمختصّين والباحثين عيوباً شتّى في استخدام هذه التقنيات الشديدة الذكاء، ليعدّد كثيرون سلبيات اللجوء إلى الذكاء الاصطناعي. في علاقةٍ بمسائل قيمية وأخلاقية في المقام الأوّل، وفي علاقةٍ بقضايا الأمن وحماية المعطيات الشخصية والموضوعية وغيرها...

وقد أثارت بعض المنظمات العالمية إشكالية العدالة المعلوماتية، واختلال التوازن الذي قد يفرضه عصر الذكاء الاصطناعي بين الدول الغنية القادرة على امتلاك التقنية الذكية والمتطوّرة، والدول الفقيرة التي لن يتسنى لها أن تُجاري هذا التطوّر لتعمّق الفجوة الرقمية بينها وبين الدول المتقدّمة أكثر، بل إنّ العالم العربي نفسه لن يكون بحلول سنة 2025 في بعض دوله الغنية القادرة على امتلاك أدوات الذكاء الاصطناعي، كتلك الدول العربية الفقيرة والمهمّشة والغارقة في أتون الحروب والأزمات الاقتصادية.

ولسائل أن يسأل: «أيّ مستقبل لإعلامنا العربي في عصر الذكاء الاصطناعي؟».

المراجع

باللغة العربية

- هنري كيسنجر، إيريك شميت، دانييل هوتلوشر، (2023)، عصر الذكاء الاصطناعي، ترجمة: أحمد حسن، دار التنوير، القاهرة، 240 صفحة، ص 58
- مارجریت ایه بودین، (2018)، ترجمة: إبراهيم سند أحمد، الذكاء الاصطناعي: مقدمة قصيرة جدًا، مؤسسة هندواي للنشر، المملكة المتحدة، ص 13.
- نبيلة عبد الفتاح، (2021)، الذكاء الاصطناعي لدعم التعليم، مجلة السياسة العالمية (03) 05، صفحة:11.
- جمال علي خليل الدّهشان. (2019) برنامج إعداد المعلّم لمواكبة الثورة الصناعية الرابعة. المجلة التربوية (64).
- أسماء السيّد محمد، وكريمة محمود محمّد (2020)، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا التعليم، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- علاء مكي الشمري، (2021)، الإعلام المرئي في ظلّ تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية، مجلة الآداب، العدد 137، حزيران 2021.
- غسان إبراهيم أحمد حرب، (2022)، رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. المجلة الجزائرية للاتصال، 24 (01)، ص 15.
- آلان بونيه، الذكاء الاصطناعي: واقعه ومستقبله، ترجمة: د. علي صبري فرغلي، سلسلة عالم المعرفة، العدد 172.
- برنامج بالذكاء الاصطناعي على قناة الجزيرة، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39L2I](https://bitly.ws/39L2I)
- م. م. حيدر فالح زايد (2020)، نظرية الحتمية التكنولوجية، الرابط: [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/340742767_ALNZRYT_ALHTMYT_AL-TKNWLWJYT_ALNZRYT_ALQYMYT_FY_ALALAM](https://www.researchgate.net/publication/340742767_ALNZRYT_ALHTMYT_AL-TKNWLWJYT_ALNZRYT_ALQYMYT_FY_ALALAM)
- شحاته السيد، (2022)، دليل لوسائل الإعلام للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بتطوير المحتوى والتواصل مع الجمهور، شبكة الصحفيين الدوليين، تاريخ النشر: 5 أبريل 2022، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/DVJH](https://bitly.ws/dvjh)
- عبد الله العمادي، (2023)، الذكاء الاصطناعي ومستقبل الإعلام.. تهديد أم تعزيز؟، موقع الجزيرة، تاريخ النشر: 13 مارس 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LSA](https://bitly.ws/39LSA)
- عبدالسلام باصحيح (2022)، الذكاء الاصطناعي ودوره في مجال الإعلام، موقع مفيد، تاريخ النشر: 13 أكتوبر 2022، الرابط : تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم 2022 - مفيد (MOFEEED.COM)
- علي الزوهري، (2023)، تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام، التاريخ: 18 أبريل 2023، الرابط : [HTTPS://WWW.ALBAYAN.AE/OPINIONS/2023-04-18-1.4649748](https://www.albayan.ae/opinions/2023-04-18-1.4649748)
- الذكاء الاصطناعي من الأساسيات وحتى النهايات، إصدار مكتبة الشروق، الرابط: كتاب: الذكاء الاصطناعي من الأساسيات وحتى النهايات PDF، المكتبة نت مكتبة كتب إلكترونية PDF المكتبة نت مكتبة كتب PDF مجانية ل تحميل كتب PDF، تنزيل روايات PDF عربية ومترجمة، تحميل كتب إلكترونية PDF منوعة (MAKTBAH.NET)

- إسرائء عبد العزيز، (2023). سلبيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: تهديد المحتوى الإعلامي، موقع حياة ديجيتال، تاريخ النشر 23 نوفمبر 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LRR](https://bitly.ws/39LRR)
- البوابة، (2023)، ماهي سلبيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام؟ تاريخ النشر: 25 نوفمبر 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LQM](https://bitly.ws/39LQM)
- ديباجة المؤتمر العام لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) المنعقد إبان دورته 41 بمدينة باريس من 9 إلى 24 نوفمبر 2021، الرابط: [HTTPS://UNESDOC.UNESCO.ORG/ARK:/48223/PF0000382500_ARA](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382500_ara)
- الذكاء الاصطناعي في الإعلام: تعريفه واستخداماته وكتبه، موقع النجاح، تاريخ النشر: 07/ 12/ 2023، الرابط: [HTTPS://ILA.IO/9RL2U4](https://ila.io/9RL2U4)
- علي فرجاني، (2023)، صحافة الذكاء الاصطناعي.. ومواجهة الأخبار الزائفة، موقع السياسة الدولية، تاريخ النشر: 13 سبتمبر 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LT6](https://bitly.ws/39LT6)
- م. م. حيدر فالح زايد (2020)، نظرية الحتمية التكنولوجية، الرابط: [HTTPS://WWW.RE-SEARCHGATE.NET/PUBLICATION/340742767_ALNZRYT_ALHTMYT_ALTKNWLWJYT_ALNZRYT_ALQYMYT_FY_ALALAM](https://www.researchgate.net/publication/340742767_ALNZRYT_ALHTMYT_ALTKNWLWJYT_ALNZRYT_ALQYMYT_FY_ALALAM)

المراجع باللغات الأجنبية

- BOWEN, JONATHAN P. (2019). "THE IMPACT OF ALAN TURING: FORMAL METHODS AND BEYOND". IN BOWEN, JONATHAN P.; LIU, ZHIMING; ZHANG, ZILI (EDS.). ENGINEERING TRUSTWORTHY SOFTWARE SYSTEMS (PDF). LECTURE NOTES IN COMPUTER SCIENCE. VOL. 11430. CHAM: SPRINGER. PP. 202–235.
- HAUGELAND, JOHN (1985). ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE VERY IDEA (CAMBRIDGE, MASSACHUSETTS: MIT PRESS).
- DREW V. MCDERMOTT & EUGENE CHARNIAK (1985), INTRODUCTION TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE, ADDISON-WESLEY, PP 701.
- LAURENT ALEXANDRE. (2020), « LA GUERRE DES INTELLIGENCES À L'HEURE DE CHAT GPT », ÉDITIONS, JTLATES, FRANCE, P.27.
- MOHAMED ABDULZAHER. (2019). ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM: THE 4IR AND MEDIA RESTRUCTURING, FIRST EDITION, MEDIA HOUSE – EGYPT 2019, P 45, 46.

الهوامش

1. SEE MORE: BOWEN, JONATHAN P. (2019). "THE IMPACT OF ALAN TURING: FORMAL METHODS AND BEYOND". IN BOWEN, JONATHAN P.; LIU, ZHIMING; ZHANG, ZILI (EDS.). ENGINEERING TRUSTWORTHY SOFTWARE SYSTEMS (PDF). LECTURE NOTES IN COMPUTER SCIENCE. VOL. 11430. CHAM: SPRINGER. PP. 202–235.
2. SEE MORE: HAUGELAND, JOHN (1985). ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE VERY IDEA (CAMBRIDGE, MASSACHUSETTS: MIT PRESS).
3. SEE MORE: DREW V. MCDERMOTT & EUGENE CHARNIAK (1985), INTRODUCTION TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE, ADDISON-WESLEY, PP 701.
4. انظر كتاب : الذكاء الاصطناعي من الأساسيات وحتى النهايات، إصدار مكتبة الشروق، الرابط : كتاب الذكاء الاصطناعي من الأساسيات وحتى النهايات PDF المكتبة نت مكتبة كتب إلكترونية PDF المكتبة نت مكتبة كتب PDF مجانية ل تحميل كتب PDF ، تنزيل روايات PDF عربية ومترجمة ، تحميل كتب إلكترونية PDF منوعة (MAKTBAH.NET)
5. عبدالسلام باصحيح (2022)، الذكاء الاصطناعي ودوره في مجال الإعلام، موقع مفيد، تاريخ النشر: 13 أكتوبر 2022، الرابط : تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم 2022 - مفيد (MOFEEED.COM)، بتصرف
6. LAURENT ALEXANDRE. (2020), «LA GUERRE DES INTELLIGENCES À L'HEURE DE CHAT GPT», ÉDITIONS, JTLATES, FRANCE.
7. VOIR PLUS : IL Y A ENCORE QUINZE ANS, LA RÉFLEXION SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ÉTAIT CANTONNÉE À QUELQUES CERCLES ÉTROITS DE SPÉCIALISTES ET DE CHERCHEURS. POUR LE MONDE ENTIER, ELLE N'ÉTAIT QU'UN THÈME DE SCIENCE-FICTION OÙ DES MACHINES PLUS OU MOINS HOSTILES ENTRAIENT EN INTERACTION AVEC LES HUMAINS DU FUTUR.
MAIS PERSONNE N'IMAGINAIT QUE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE PUISSE DEVENIR UN OBJET CONTEMPORAIN, TRAVERSANT L'ÉCRAN POUR ATTEINDRE DANS NOTRE VIE RÉELLE. ET POURTANT, L'IA S'EST IMPOSÉE EN QUELQUES ANNÉES COMME LE PRINCIPAL VECTEUR DES BOULEVERSEMENTS QUI ONT LIEU AUJOURD'HUI DANS LE MONDE.
8. MOHAMED ABDULZAHER. (2019). ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM: THE 4IR AND MEDIA RESTRUCTURING, FIRST EDITION, MEDIA HOUSE – EGYPT 2019, P 45, 46.
9. ماجريت ايه بودين، (2018)، ترجمة: إبراهيم سند أحمد، الذكاء الاصطناعي: مقدمة قصيرة جداً، مؤسسة هنداوي للنشر، المملكة المتحدة، 2018، ص 13.
10. عبد السلام باصحيح، الذكاء الاصطناعي ودوره في مجال الإعلام، موقع مفيد، تاريخ النشر: 13 أكتوبر 2022، الرابط: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم 2022 - مفيد (MOFEEED.COM) - بتصرف
11. ماجريت ايه بودين، مصدر سابق، ص 11.
12. عثمان إبراهيم أحمد حرب، (2022)، رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. المجلة الجزائرية للاتصال، 24 (01)، ص 15.
13. جمال علي خليل الدهشان. (2019) برنامج إعداد المعلم لمواكبة الثورة الصناعية الرابعة. المجلة التربوية (64)،
14. نبيلة عبد الفتاح، (2021)، الذكاء الاصطناعي لدعم التعليم، مجلة السياسة العالمية 05(03)، صفحة: 11.
15. SEE MORE: NILS J. NILSSON (2005), INTRODUCTION TO MACHINE LEARNING, STANDFORD UNIVERSITY
16. للمزيد انظر: أسماء السيد محمد، وكريمة محمود محمد (2020)، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا التعليم، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
17. للمزيد انظر: ألان بونيه، الذكاء الاصطناعي: واقعه ومستقبله، ترجمة: د. علي صبري فرغلي، سلسلة عالم المعرفة، العدد 172.
18. مجالات الذكاء الاصطناعي: مصدر الصورة: كتاب الذكاء الاصطناعي من الأساسيات إلى النهايات، ص 2.
يجب أن تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي تفاعلاً آمناً وفعالاً مع البشر. يتعين على الأنظمة أن تكون قابلة للتحكم والتوجيه من قبل البشر، وينبغي تجنب أي تطورات تهدد السلامة الإنسانية.
19. علي الزوهري، (2023)، تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام، التاريخ: 18 أبريل 2023، الرابط: [HTTPS://WWW.ALBAYAN.AE/OPI-NIONS/2023-04-18-1.4649748](https://www.albayan.ae/opi-nions/2023-04-18-1.4649748)

20. انظر: م. م. حيدر فالح زايد (2020)، نظرية الحتمية التكنولوجية، الرابط: [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICA-TION/340742767_ALNZRYT_ALHTMYT_ALTKNWLWJYT_ALNZRYT_ALQYMYT_FY_ALALAM](https://www.researchgate.net/publication/340742767_ALNZRYT_ALHTMYT_ALTKNWLWJYT_ALNZRYT_ALQYMYT_FY_ALALAM)
21. تعتبر نظرية "الحتمية التكنولوجية" من أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الاعتقاد بأهمية طبيعة وسائل الإعلام والتقنيات التي يتصل بها الإنسان في تشكيل المجتمعات، أكثر مما يعمل مضمونها على ذلك، وعلى الرغم من عدم اتفاقنا كلياً معها، إلا أننا نجد أن الأمر كذلك على الأقل بالنسبة إلى مفرزات الثورة الخامسة للاتصال من تكنولوجيات الاتصال الحديثة بوجه عام.
22. علاء مكي الشمري، (2021)، الإعلام المرئي في ظلّ تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية، مجلة الآداب، العدد 137، يونيو 2021، ص 720.
23. علي الزوهري، (2023)، تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام، التاريخ: 18 أبريل 2023، الرابط: [HTTPS://WWW.ALBAYAN.AE/OPI-NIONS/2023-04-18-1.4649748](https://www.albayan.ae/opi-nions/2023-04-18-1.4649748)
24. انظر موقع قناة الجسر الفضائية، وكالة "شينخوا" الصينية تعرض على شاشتها أول مذيع صناعي، شاهد الفيديو على الرابط: [HTTPS://WWW.JISRTV.COM](https://www.jisrtv.com)
25. شحاته السيد، (2022)، دليل لوسائل الإعلام للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بتطوير المحتوى والتواصل مع الجمهور، شبكة الصحفيين الدوليين، تاريخ النشر: 5 أبريل 2022، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/DVJH](https://bitly.ws/dvjh)
26. انظر أول مقدّمة برنامج بالذكاء الاصطناعي على قناة الجزيرة، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39L2I](https://bitly.ws/39L2I)
27. انظر: الذكاء الاصطناعي في الإعلام: تعريفه واستخداماته وكتبه، موقع النجاح، تاريخ النشر: 07/ 12/ 2023،
28. علاء مكي الشمري (2021)، الإعلام المرئي في ظلّ تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية/ مجلة الآداب، العدد 137، ص729، الرابط: [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/352754567_ALALAM_ALMRYY_FY_ZL_THDYAT_ALDHKA_ALASTNAY](https://www.researchgate.net/publication/352754567_ALALAM_ALMRYY_FY_ZL_THDYAT_ALDHKA_ALASTNAY)
29. علاء مكي الشمري (2021)، الإعلام المرئي في ظلّ تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية/ مجلة الآداب، العدد 137، ص729، الرابط: [HTTPS://WWW.RESEARCHGATE.NET/PUBLICATION/352754567_ALALAM_ALMRYY_FY_ZL_THDYAT_ALDHKA_ALASTNAY](https://www.researchgate.net/publication/352754567_ALALAM_ALMRYY_FY_ZL_THDYAT_ALDHKA_ALASTNAY)
30. المصدر نفسه، ص 731.
31. مصدر الصورة: موقع مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف، الرابط: [HTTPS://AIJOURNALISM.NET/AR](https://aijournalism.net/ar)
32. انظر دياجة المؤتمر العام لمنظمة الأمر المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) المنعقد إبان دورته 41 بمدينة باريس (من 9 إلى 24 نوفمبر 2021)، الرابط: [HTTPS://UNESDOC.UNESCO.ORG/ARK:/48223/PF0000382500_ARA](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382500_ara) (بتصرّف)
- المصدر السابق، بتصرّف.
33. البوابة، (2023)، ماهي سلبيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام؟ تاريخ النشر: 25 نوفمبر 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LQM](https://bitly.ws/39LQM)
34. شاهد برنامج رادار على شاشة سكاى نيوز عربية على الرابط التالي: [HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=NANAZKPAEUO](https://www.youtube.com/watch?v=NANAZKPAEUO)
35. عبد الله العمادي، (2023)، الذكاء الاصطناعي ومستقبل الإعلام.. تهديد أم تعزيز؟، موقع الجزيرة، تاريخ النشر: 13 مارس 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LSA](https://bitly.ws/39LSA)
36. البوابة، مصدر سابق، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LQM](https://bitly.ws/39LQM)
37. انظر: إسرائ عبد العزيز، سلبيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: تهديد المحتوى الإعلامي، موقع حياة ديجيتال، تاريخ النشر 23 نوفمبر 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LRR](https://bitly.ws/39LRR)
38. علي فرجاني، صحافة الذكاء الاصطناعي.. ومواجهة الأخبار الزائفة، موقع السياسة الدولية، تاريخ النشر: 13 سبتمبر 2023، الرابط: [HTTPS://BITLY.WS/39LT6](https://bitly.ws/39LT6)
39. دياجة المؤتمر العام لمنظمة (اليونسكو) (مرجع سابق)
40. هنري كيسنجر، إيريك شميت، دانييل هوتلوشر، (2023)، عصر الذكاء الاصطناعي.
41. مرجع سابق. ص 58.

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي: دراسة تشخيصية

أ. د. عبد الصمد مطيع
أستاذ باحث بالمعهد العالي
للإعلام والاتصال
المملكة المغربية

مقدمة



لقد بدأت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تغزو مجال الإعلام السمعي البصري في العالم العربي، وإن كان ذلك بوتيرة أبطأ من مناطق أخرى في العالم.

فمن وجهة نظر بعض الإعلاميين، هذه التطبيقات تحمل الكثير من الإمكانيات لتغيير المشهد الإعلامي العربي، سواء تعلّق الأمر بإنتاج المحتوى، أو تحليله أو ترويجه. فلديها القدرة على إحداث ثورة في تجربة المشاهدة، كما في تجربة الإنتاج في الإعلام السمعي

البصري، وذلك من خلال تخصيص المحتوى أو تحسين جودته أو تمكين المشاهدين من البحث عن المحتوى أوفهم سلوك المشاهدة. فهي قادرة على تحويل تجربتي الإنتاج والمشاهدة في الإعلام السمعي البصري إلى تجربة أكثر تخصيصاً وتفاعلاً وإثراءً، ممّا يزيد من قدرات الصحفيين ورضا المشاهدين ويفتح آفاقاً جديدة للإعلام العربي.

ومن وجهة نظر البعض الآخر، هناك تحدّيات يفرضها استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة بالعالم العربي بشكل عام لازالت تطرح عدّة إشكاليات، سواء على مستوى إنتاج المحتوى أو ترويجه أو تجويده. الأمر الذي يشغل بال الباحثين في مجال الإعلام والاتصال.

أ - ماهية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الإعلام السمعي البصري



كما يُعرّف الذكاء الاصطناعي بأنه «مصطلح شامل لمجموعة من التقنيات مثل التحليل الإحصائي الآلي، والتعلّم الآلي، ومعالجة اللغات الطبيعية» (DEUZE AND BECKETT 2022)، كما أنّ الذكاء الاصطناعي لديه أيضًا تطبيقات تتجاوز المهمة العملية لمعالجة المعلومات (انظر لين و LEWIS 2022)، فيما ناقشت الأبحاث فرص ومخاطر الذكاء الاصطناعي في الأخبار (على سبيل المثال، 2015; MONTAL AND REICH 2017)، وإمكانات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار (انظر PAVILK 2023)، أو كيف يمكن استخدام تحليلات الجمهور لزيادة التفاعل مع الأخبار (NELSON 2021; ZAMITH, BE- LAIR-GAGNON, AND LEWIS 2020).

الملاحظ أنه لا يوجد تعريف واحد متفق عليه عالمياً للذكاء الاصطناعي، وذلك يعود إلى تعقيد هذا المجال وتطوره المستمر. ومع ذلك، يمكن تلخيص بعض وجهات النظر الرئيسية للباحثين حول ماهية الذكاء الاصطناعي في:

- **القدرة على حلّ المشكلات:** جميع التعريفات تتفق على أنّ الذكاء الاصطناعي يتعلّق بقدرة الآلات على حلّ المشكلات، سواء كانت بسيطة أو معقّدة.

- **التعلّم:** العديد من التعريفات تشدّد على قدرة الآلات على التعلّم من البيانات وتحسين أدائها بمرور الوقت.

الذكاء الاصطناعي هو مجال واسع ومتعدّد التخصصات، ممّا يجعل من الصعب تقديم تعريف واحد شامل. ويعرّفه أب الذكاء الاصطناعي، جون مكارثي (1956) على أنه «علم وهندسة صنع آلات ذكية، وخاصة برامج الكمبيوتر الذكية». فيما يعرّفه ستيفارت راسل وبيتر نورفيج (2003) على أنه أيّ جهاز يدرك بيئته ويتّخذ إجراءات تزيد من فرص نجاحه في تحقيق أهدافه. ويعرّفه نيلسون جودمان (1965) على أساس أنه أيّ نظام كمبيوتر يقوم بمهامّ يُعتقد عادةً أنها تتطلّب ذكاء بشريا، مثل التعلّم وحلّ المشكلات واتخاذ القرارات. ويقول عنه ألان تورينج (1950) أنه «آلة يمكن اعتبارها ذكية إذا كان من المستحيل تمييزها عن الإنسان في محادثة نصّية». أمّا جمعية النهوض بالذكاء الاصطناعي (AAAI) فتقول عنه إنه «دراسة وتصميم عوامل ذكية، وهي أنظمة تدرك بيئتها وتتّخذ إجراءات تزيد من فرص نجاحها في تحقيق أهدافها».

- **التكيف:** الذكاء الاصطناعي يتضمّن القدرة على التكيف مع المواقف الجديدة والتعامل مع المعلومات غير المتوقّعة.

- **العقلانية:** العديد من التعريفات تشير إلى أنّ الذكاء الاصطناعي يتعلّق بالتفكير أو التصرف بطريقة عقلانية لتحقيق الأهداف المرجّوة.

- **الاستقلالية:** الذكاء الاصطناعي يتضمّن درجة معيّنة من الاستقلالية، حيث يمكن للأدوات اتخاذ القرارات والقيام بالأفعال دون تدخّل بشري مباشر.

ويرى دارسو وباحثو علوم الإعلام والاتصال الذكاء الاصطناعي كقوّة تحويلية تؤثر بشكل كبير على مختلف جوانب إنتاج ونشر واستهلاك المعلومات والترفيه. وتتنوّع اهتماماتهم وتشمل:

- **إنتاج المحتوى،** من خلال التركيز على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في توليد المحتوى، مثل كتابة الأخبار والتقارير، وإنشاء مقاطع الفيديو والموسيقى، وتصميم الرسومات.

- **توزيع المحتوى،** عبر دراسة كيفية استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتقديم توصيات مخصّصة للمحتوى، بناءً على اهتمامات المستخدمين وسلوكهم.

- **استهلاك المحتوى** عبر دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على سلوك الجمهور، وكيفية تأثير

الذكاء الاصطناعي على الطريقة التي يستهلك بها الجمهور المحتوى، والتفاعل مع وسائل الإعلام، وتشكيل الرأي العام.

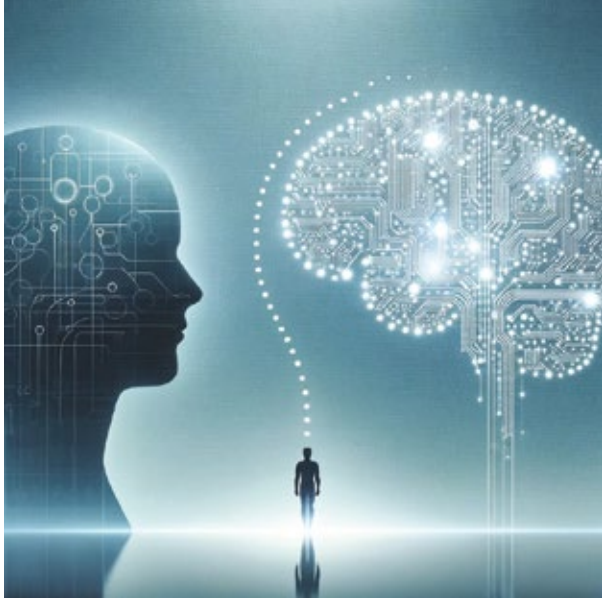
- **أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة،** ومخاطر الأخبار الكاذبة والتضليل. وكذا تأثير خوارزميات الذكاء

الاصطناعي في تدفّق المعلومات، ومخاطر الرقابة والتحيّز في اختيار المحتوى، بالإضافة إلى تأثير الذكاء الاصطناعي في خصوصيّة المستخدمين وكيفية حماية بياناتهم، ودراسة كيفية ضمان مساءلة أنظمة الذكاء الاصطناعي وشفافيتها في مجال الإعلام.

- **مستقبل الإعلام والاتصال،** من خلال استكشاف السيناريوهات المحتملة لتطوّر الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي، ودراسة كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الكاذبة والمعلومات المضلّلة. واستكشاف إمكانيات دمج الذكاء الاصطناعي مع تقنيات الواقع الافتراضي والمعرّز لتوفير تجارب إعلامية غامرة.

ومؤدّي ما تقدّم، يرى دارسو وباحثو علوم الإعلام والاتصال الذكاء الاصطناعي كقوّة ذات تأثير كبير على مستقبل الإعلام والاتصال، ويتمثّل دورهم في فهم هذا التأثير وتحليله وتوجيهه نحو تحقيق مجتمع إعلامي أكثر عدالة وشمولية.

أدوات وتقنيات لأتمتة عمليات الإنتاج والتوزيع لتحقيق كفاءة عالية في صناعة الإعلام السمعي البصري.



فدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج المضامين السمعية البصرية أمر بالغ الأهمية لفهم التغيرات الجذرية التي يشهدها مجال الإعلام، وتحديد الفرص والتحديات التي يطرحها، وذلك من خلال فهم التحوّل في المشهد الإعلامي السمعي البصري، سواء فيما يخص طريقة تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى الإعلامي، أو على دور الصحفيين ونموذج العمل الصحفي التقليدي. فهذه الدراسة ستساعد كذلك على إدراك كيفية تأقلم الصحافة السمعية البصرية مع هذه التغيرات وتطوير استراتيجيات جديدة للبقاء والاستدامة. فالذكاء الاصطناعي يمكن أن يتولّى بعض المهام الروتينية للصحفيين،

ب- الهدف من الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي، من خلال دراسة فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي في هذا المجال، والتحديات التي يواجهها، وكذا تسليط الضوء على الدور المحتمل الذي يمكن أن يلعبه الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام السمعي البصري بالعالم العربي وتحسينه.

ج - الأهمية العلمية والعملية للدراسة

تتمثل أهمية هذه الدراسة من الناحية العلمية في توفير رؤى جديدة حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام السمعي البصري بالعالم العربي. كما ستساهم هذه الدراسة في إغناء المعرفة في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وتحسين الاستخدامات الحالية. كما أنها ستوفّر أسسًا لبحوث مستقبلية واتجاهات جديدة في هذا المجال.

وتكمن الأهمية العملية لها في إمكانية تحسين الإعلام السمعي البصري في العالم العربي، من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. إذ يمكن أن يؤدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في هذا المجال إلى تحسين جودة المحتوى والتكيف مع اهتمامات المشاهدين. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يوفّر الذكاء الاصطناعي

المحتوى السمعي البصري بالعالم العربي؟
وتتعلق هذه الدراسة كذلك من فرضيات
أساسية:

الفرضية الأولى: تطبيقات الذكاء الاصطناعي
تساهم في تحسين جودة المضامين السمعية
والبصرية بالعالم العربي.

الفرضية الثانية: تطبيقات الذكاء الاصطناعي
تسهّل عملية إنتاج المضامين السمعية
والبصرية في العالم العربي.

الفرضية الثالثة: تطبيقات الذكاء الاصطناعي
تساهم في تعزيز الابتكار والإبداع في إنتاج
المضامين السمعية والبصرية بالعالم العربي.

الفرضية الرابعة: استخدام تطبيقات الذكاء
الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية
والبصرية بالعالم العربي يتمّ في خرق تامّ
لأخلاقيات مهنة الصحافة.

هذه الفرضيات ستتمّ دراستها فيما يتعلّق
بتأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم
العربي. كما سيقع تحليلها بشكل معمّق،
استنادًا إلى مقابلات مع عيّنة من الصحفيين
العاملين بالقنوات التلفزيونية العربية، وذلك
لفهم الآثار المحتملة والتحدّيات والمزايا التي
يمكن أن يوفّرها استخدام تطبيقات الذكاء
الاصطناعي في هذا السياق.

مما يطرح ضرورة فهم المهارات الجديدة التي
يحتاجها الصحفيون السمعّيون البصريّون
في عصر الذكاء الاصطناعي وكيفية إعادة
تعريف دورهم، وكذا استكشاف أخلاقيات
استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى
السمعي البصري، مثل الخصوصية، والتحيز،
والمساءلة، والشفافية.

د - إشكالية وفرضيات الدراسة

وتسعى هذه الدراسة للإجابة عن إشكالية
أساسية مرتبطة بتأثير تطبيقات الذكاء
الاصطناعي في صناعة المضامين السمعية
البصرية بالعالم العربي؟ وتتفرّع عنها أربعة
أسئلة رئيسية:

السؤال الأول: ماهي استخدامات تطبيقات
الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى السمعي
البصري بالعالم العربي؟

السؤال الثاني: هل لاستخدام تطبيقات
الذكاء الاصطناعي تأثير على جودة مضامين
المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية
بالعالم العربي؟

السؤال الثالث: هل لاستخدام تطبيقات
الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى السمعي
البصري بالعالم العربي تأثير على أخلاقيات
المهنة؟

السؤال الرابع: ماهي التحدّيات التي يطرحها
استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج



المصدر: من إعداد الباحث

- التوزيع حسب الاختصاص

تمت مراعاة اختصاص الصحفيات والصحافيين في اختيار العينة العشوائية:

| الاختصاص | عدد الصحفيات والصحافيين |
|-------------------------------------|-------------------------|
| إنتاج الأخبار | 4 |
| تدقيق الأخبار | 3 |
| إنتاج البرامج | 6 |
| إنتاج محتوى شبكات التواصل الاجتماعي | 5 |
| الترجمة | 2 |

المصدر: من إعداد الباحث

و - متن الدراسة

ويتحدّد متن الدراسة في المحورين التاليين، إضافة إلى مقدّمة وخلاصة وتوصيات:

- 1 - واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي.
- 2 - تحدّيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي.

هـ - منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على مقابلات عن بعد عبر تقنية واتساب فيديو مع مجموعة مكوّنة من 20 صحافيا يعملون في المؤسسات السمعية البصرية بالعالم العربي. وتحدّد خصائص العينة العشوائية كالتالي:

- التوزيع حسب الجنس

استهدفت الدراسة 5 صحفيات و15 صحافيا.

- التوزيع حسب المؤسسات الإعلامية

تكوّنت عينة الدراسة من صحفيات صحافيين يعملون بمؤسسات إعلامية في العالم العربي من شمال إفريقيا (المغرب والجزائر وتونس وموريتانيا) والشرق الأوسط (مصر والأردن وفلسطين)، والتي أكدوا لنا أنهم يستخدمون فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي:

التوزيع حسب المؤسسات الإعلامية

| القنوات التلفزيونية | عدد الصحفيات والصحافيين |
|---------------------|-------------------------|
| الجزيرة | 2 |
| العربية | 3 |
| الحدث | 2 |
| تلفزيون العربي | 2 |
| روتانا خليجية | 2 |
| BEIN SPORTS | 2 |
| العربية دراما | 2 |
| قناة CNBC عربية | 2 |
| سكاي نيوز عربية | 3 |

المصدر: من إعداد الباحث

أولا :

واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي

مثل الضوضاء أو التشويش ومعالجتها بشكل فعال. هذا يعزّز تجربة المستخدم ويزيد من رضاه عن المحتوى المرئي والسمعي.

أ - أغراض استخدام تحريرية وتسويقية وتقنية

مكّنت الدراسة من الوقوف على ثلاثة أصناف من أغراض استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالمؤسسات الإعلامية، عيّنة الدراسة، فهناك الأغراض التحريرية، والتسويقية والتقنية، ونوردها في الجدول التالي:

أغراض استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام السمعي البصري العربي

| أغراض تسويقية | أغراض تحريرية |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• تحليل بيانات المشاهدة التلفزيونية والاستماع الإذاعي• تحليل المشاعر المعبر عنها في المحتوى السمعي والبصري• تصنيف المحتوى السمعي والبصري وفهم اهتمامات الجمهور• تحليل أداء الإعلانات والمحتوى السمعي البصري | <ul style="list-style-type: none">• تحويل الكلام المسموع إلى نص مكتوب.• الترجمة الآلية للمحتوى السمعي والبصري.• عمليات البحث في الوسائط السمعية والبصرية• إنتاج وسائط سمعية وبصرية ذات جودة عالية |

| أغراض تقنية |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• تحسين جودة الصوت والصورة• عمليات البحث المباشر والتفاعل المباشر مع الجمهور• تطوير تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز في الإعلام• التعرف على الوجه في الوسائط السمعية والبصرية. |

يعتبر الذكاء الاصطناعي أحد الابتكارات التكنولوجية الهامة في مجال الإعلام السمعي البصري. فهو يلعب دورا بارزا في تحسين جودة الصوت والصورة، حيث يستخدم تقنيات تحسين الصوت وتلافي الضوضاء لتعزيز جودة الصوت وتصفية الصورة. بالإضافة إلى ذلك، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات السمعية والبصرية، مما يساعد على استخلاص المعلومات الهامة من الصوت والصورة.

ولا يقتصر دور الذكاء الاصطناعي على ذلك، بل يسهم أيضًا في تحسين وتطوير تقنيات التعرف على الأصوات والصور، مما يعزّز القدرة على التعرف على الأصوات والصور بدقة وفعالية. بالتالي، فإنّ الذكاء الاصطناعي يوفر إمكانات مهمة ومفيدة في تحسين وتطوير الإعلام السمعي البصري.

وتعتبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام السمعي البصري أدوات حاسمة في تحسين جودة الوسائط المرئية والمسموعة. تساعد هذه التطبيقات في تحسين جودة الصوت والصورة وجعلهما أكثر واقعية ووضوحًا. ومن خلال تقنيات التعلم العميق ومعالجة الصور والصوت، يمكن تحديد مشاكل الجودة،

المصدر: من إعداد الباحث

- يُظهر الجدول أعلاه، أنّ استخدام وسائل الإعلام العربية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يتمّ بشكل متزايد. إذ يتيح الذكاء الاصطناعي للصحافيات والصحافيين تحليل البيانات بشكل سريع وفعّال، وتطوير تجارب المستخدم المخصّصة، وتحسين عمليات الإنتاج والتوزيع. ويُستخدم الذكاء الاصطناعي من قبلهم، وبشكل عام، للأغراض التالية:
- **تحليل البيانات والتنبؤ:** يستخدم الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة التي تجمعها وسائل الإعلام، مثل السجلات الصوتية والنصوص والصور ومقاطع الفيديو. يمكن استخدام هذه البيانات للتنبؤ بالاتجاهات الإعلامية واكتشاف الأنماط والاتجاهات الجديدة.
 - **الكتابة والتحرير الآلي:** يسمح الذكاء الاصطناعي بدعم عمليات الكتابة والتحرير في وسائل الإعلام العربية. ويمكن استخدام تقنيات توليد اللغة الطبيعية لإنتاج مقالات وتقارير وقصص صحفية بشكل آلي.
 - **التعلّم الآلي والتحليل الإعلامي:** يتيح الذكاء الاصطناعي التعرّف على الأصوات والصور والنصوص وتحليلها. كما يمكن استخدام تقنيات التعلّم العميق والتعلّم الآلي لتحليل المحتوى الإعلامي واكتشاف الأخبار الزائفة والتلاعب الإعلامي.
- تصنيف وترتيب المحتوى:** يُستخدم الذكاء الاصطناعي لتصنيف وترتيب المحتوى الإعلامي، بناءً على سياق ومحتوى القصة. يمكن للتقنيات المتقدّمة، مثل تحليل اللغة الطبيعية واستخراج المعلومات مساعدة في تحديد أهمّية المقالات والفيديوهات، وترتيبها بشكل يتوافق مع اهتمامات الجمهور.
- **التحقّق من الأخبار ومكافحة الأخبار الزائفة:** يمكن الذكاء الاصطناعي من التحقّق من صحة المعلومات ومكافحة الأخبار الزائفة. في مقدور الأنظمة الذكية أن تحلّل الأخبار والمحتوى وتتحقّق من صحتها، من خلال مقارنة المعلومات بالمصادر الموثوقة والبيانات الأخرى.
 - **الإنتاج الإعلامي المبتكر:** يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في عمليات الإنتاج الإعلامي من إضفاء الابتكار والإبداع. على سبيل المثال، يستخدم الصحافيون تقنيات الذكاء الاصطناعي لتوليد الصور والرسوم المتحرّكة والتصاميم المبتكرة.
 - **التوصية والتخصيص:** يمكن للذكاء الاصطناعي أن يوفّر توصيات مخصّصة للمستمعين والمشاهدين، استناداً إلى تحليل سلوكهم واهتماماتهم. ويمكن أن تساعد هذه التوصيات في تحسين تجربة المستخدم وزيادة الارتباط بالمحتوى الإعلامي.

ب - استخدامات لإنتاج المحتوى وتعزيز تجربة المشاهدة أو الاستماع

مكّنت المقابلات مع الصحافيات والصحافيين من تصنيف ثلاثة أصناف من الاستخدامات، تحدّدها في الجدول التالي:

طبيعة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام السمعي البصري العربي

| إنتاج المحتوى المتخصّص | تعزيز إنتاج المحتوى الإخباري |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • توليد التقارير المالية • توليد التقارير الرياضية • توليد التحقيقات الإعلامية | <ul style="list-style-type: none"> • إنتاج تقارير إخبارية • توليد التقارير الإخبارية التلقائية • توليد العناوين الإخبارية • توليد السيناريوهات والتحليلات الدرامية • توليد الأبحاث والتحليلات الصوتية |
| <h4>تجويد التفاعل مع الجمهور</h4> <ul style="list-style-type: none"> • توليد الأخبار المكتوبة أو المقرّوة بصوت آلي، • ترجمة النصوص، • التعامل مع الأسئلة والإجابات الآلية • إنتاج تجارب تفاعلية وغامرة للمشاهدين والمستمعين | |

المصدر: من إعداد الباحث

ج - تأثيرات إيجابية على المهنيين والجمهور

إنّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي، حسب الصحافيات والصحافيين، له تأثيرات متعدّدة. يمكن حصرها في الآتي:

- البثّ المباشر والتفاعلية: يدعم الذكاء الاصطناعي تجارب البثّ المباشر والتفاعلية في وسائل الإعلام. وتستخدم تقنيات التعلّم الآلي والتحليل الفوري لتتبع ردود الفعل المباشرة للمشاهدين وتقديم محتوى مخصّص وتفاعلي لتحسين تجربتهم.

- ترجمة اللغة: يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من تحسين عمليات الترجمة في وسائل الإعلام العربية. يتمّ تدريب نماذج اللغة العميقة على اللغات المختلفة لتوفير ترجمة سريعة ودقيقة بين اللغات المختلفة.

الملاحظ من خلال هذه النتائج أنّ أغراض الاستخدام تبقى مرتبطة جدّاً بما توفّره سوق تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومرتبطة كذلك باجتهاد الصحافيات والصحافيين في البحث عن تطبيقات مجانية أحياناً عبر الشبكة العنكبوتية. فهذه الاستخدامات الشائعة للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام السمعية البصرية العربية ستتطوّر لا محالة بمرور الوقت، ممّا يساهم في تحسين الجودة والتفاعلية والتخصيص في تجربة المستمعين والمشاهدين. وهو ما سينعكس إيجاباً على كفاءة الصحفيين والتفاعل مع الجمهور وتجارب الاستماع أو المشاهدة، وسيفتح الأبواب أمام إمكانيات مستقبلية واعدة في مجال إنتاج المضامين السمعية البصرية.

- **تحسين تجربة المشاهدة أو الاستماع:** إنّ تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعمل على تحسين تجربة المشاهد أو المستمع في استهلاك المضامين السمعية البصرية. إذ تستخدم لتوفير خدمات الترجمة والتلخيص الآلي، ممّا يسهل فهم المحتوى للمستخدمين الناطقين بلغات مختلفة. كما تمكّن من استخدام تقنيات الاستدلال التلقائي لتوصية المحتوى الملائم وفقاً لاهتمامات المشاهد أو المستمع.

- **تنوع المحتوى:** يساعد استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية على تعزيز التنوع في المحتوى. كما أنه بهذا الاستخدام يمكن توليد محتوى مخصّص وفقاً لاهتمامات ومتطلبات الجمهور.

- **تحسين إدارة وأرشفة المحتوى:** يفيد استخدام الذكاء الاصطناعي في تسهيل إدارة وتنظيم المضامين السمعية البصرية. إذ تمكّن تطبيقاته من تصنيف المحتوى وتسميته وتنظيمه بشكل فعّال، ممّا يسهل البحث والوصول إلى المحتوى المطلوب.

ممّا تقدّم، يتّضح أنّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي شكّل تجربة مفيدة ترسم معالمها من خلال تحسّن هذه المضامين وتوفير تجارب غنيّة للجمهور، إلاّ أنّ هناك تحدّيات لازالت تفرض نفسها.

تأثيرات استخدام

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية



المصدر: من إعداد الباحث

- **تحسين الجودة:** تمكّن تطبيقات الذكاء الاصطناعي من تحسين جودة المضامين السمعية البصرية، سواء على مستوى الصورة أو الكتابة، بحيث إنها تساعد الصحافيات والصحافيين من صقل مهاراتهم التحريرية، من خلال اكتشاف الأخطاء النحوية والإملائية وضمان تقديم محتوى لغوي دقيق ومُتقن مثلاً. كما أنها تساعد على تحسين جودة الصوت والصورة أثناء خلال توضيب المضامين السمعية والبصرية، كتتنقية الضوضاء في التسجيلات الصوتية، وتحسين وضوح الصور وتحسين تجربة الاستماع والمشاهدة.

- **تحسين الإنتاجية:** تسمح تطبيقات الذكاء الاصطناعي بتسريع عملية إنتاج المضامين السمعية البصرية من خلال تسهيل عملية البحث والتصفّح.

ثانياً

تحديات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي

يواجه الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج المضامين السمعية البصرية العديد من التحديات المهمة. فحسب الصحافيات والصحافيين عيّنة الدراسة، يطرح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ثلاثة أنواع من التحديات:

تحديات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بالعالم العربي



المصدر: من إعداد الباحث

أ - تحديات ذات طبيعة أخلاقية

يطرح تطوّر التكنولوجيا الذكية أسئلة أساسية حول الأخلاق والقيم في استخدام الذكاء الاصطناعي. إذ تعي عيّنة الدراسة أنّ تطبيقات الذكاء الاصطناعي تجمع كمّيات هائلة من البيانات الشخصية، ممّا يثير قضايا الخصوصية والأمان. إذ يتعيّن تطوير سياسات وآليات قوية لحماية

البيانات الشخصية وضمان سرّية المعلومات المتعلقة بالأفراد. ومن أهمّ التحديات المطروحة بهذا الخصوص:

- **التلاعب بالمضامين:** يرى الصحافيون أنّ تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمكّن من إنتاج مضامين سمعية بصرية مزيفة، وتبدو وكأنّها من إنتاج بشري حقيقي. ممّا يثير مخاوف حول التلاعب بالمعلومات وانتهاك الثقة وصعوبة التمييز بين الحقيقة والتضليل.

- **الشفافية والمسؤولية:** حسب عيّنة الدراسة، ينبغي أن يكون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي شفافاً، وأن يتحمّل الصحافيون المسؤولية عن النتائج التي تنتجها تلك التطبيقات. - **التمثيلية:** يرى الصحافيون على أنه يجب أن يتمّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية بطريقة تحافظ على التمثيلية وتتجنّب التحيز والتمييز.

- **الخصوصية والأمان:** يتعيّن على الصحافيين كذلك حماية بيانات المستخدمين وخصوصيتهم عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ويجب توفير إجراءات أمنية فعّالة لمنع الوصول غير المصرّح به إلى تلك البيانات.

وعموماً يُجمع الصحافيون عيّنة الدراسة على أنه ينبغي أن يتمّ التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي بعناية لضمان استخدامها بطرق مسؤولة وأخلاقية.

ب - تحديات ذات طبيعة تقنية

إنّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية يواجه أيضاً

تحديات تقنية مهمّة، غير أنّ عيّنة الدراسة تُجمع على أنه مع استمرار التطوّر التقني، يتوقّع أن تتمّ معالجة هذه التحديات بشكل أفضل في المستقبل، وأن يتمّ تحقيق تقدّم ملحوظ في قدرات هذه التطبيقات. وقد أوجز الصحفيون عيّنة الدراسة، هذه التحديات في الآتي:

- **لاواقعية المحتوى:** يعتبر تحقيق جودة عالية في المحتوى السمعي البصري من أهمّ التحديات التقنية. قد تواجه التطبيقات الذكاء الاصطناعي صعوبة في إنتاج محتوى يبدو واقعيًا وجودة عالية، بما يتناسب مع توقّعات المشاهدين أو المستمعين.

- **صعوبة فهم اللغة الطبيعية:** لازال إدراك اللغة الطبيعية البشرية يعترض تطبيقات الذكاء الاصطناعي. إذ يتطلّب إنتاج المضامين السمعية البصرية فهما دقيقًا للغة الطبيعية وقدرة على استيعاب المعاني والتركيبات اللغوية المعقّدة. وقد تحتاج التطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى تطوير نماذج لغوية متقدّمة ومعالجة اللغة الطبيعية لتحقيق هذا الهدف.

- **صعوبة التصوير والمونتاج:** يتطلّب إنتاج فيديو سمعي بصري استخدام تقنيات التصوير والمونتاج لدمج المشاهد وتنسيق الصوت والصورة بشكل احترافي. ولا توقّر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التصوير السلس والمونتاج الفعّال.

ج - تحديات ذات طبيعة قانونية

طرحت عيّنة الدراسة التحدي القانوني، كتحدّ

أساسي يواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية والبصرية. وأثارت الصحافيات، وإلى جانبهنّ الصحفيون، عيّنة الدراسة، النقاط التالية:

- **حقوق الملكية الفكرية:** يواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية البصرية تحديات تتعلّق بحقوق الملكية الفكرية، حينما يتعلّق الأمر بانتهاك بعض تلك التطبيقات أو الصحفيين أنفسهم حقوق التأليف والنشر إذا وقع استخدام موادٍ محميّة بدون إذنٍ من صاحب الحقوق.

- **الخصوصيّة وحماية البيانات:** استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وترويج المضامين السمعية البصرية قد ينطوي على جمع البيانات الشخصية للمشاهدين أو المستمعين. في بعض الأحيان، يجب أن يلتزم الصحفيون والصحافيات بقوانين حماية البيانات والخصوصيّة. كما ينبغي أن يقع جمع ومعالجة البيانات بموجب القوانين السارية في الدولة المعنية.

- **التمييز والتمييز العنصري:** ينشأ تحدي قانوني إذا تمّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بطرق تمييزية تنتهك قوانين منع التمييز أو تعرض فئات محدّدة للظلم أو التمييز. يجب أن يتمّ تصميم وإنتاج المضامين السمعية البصرية باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراعاة تامة للمبادئ القانونية والأخلاقية المرتبطة بالمساواة وعدم التمييز.

خلاصة وتوصيات

إنّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية والبصرية بالعالم العربي يُعرف إقبالا متزايدا من قبل الصحافيات والصحافيين، خصوصا لتوليد النصوص، وتحويلها إلى كلام مسموع، وتوليد الصور والفيديوهات، وتحليل الصور والفيديوهات لاستخلاص المعلومات منها. ويرى الصحافيون أنّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية والبصرية مكّن من تحسين جودتها ومن السرعة في عملية الإنتاج، وتوفير تجربة أفضل للمشاهدين والمستمعين، كما قلّص تكاليف الإنتاج. ومع ذلك، يعتبر الصحافيون أنّ استخدام التطبيقات الذكية الاصطناعية يتطلّب تقريبا دقيقا وتكوينا مستمرا ومراقبة دائمة، لضمان جودة المحتوى الناتج وتفادي الأخطاء الناجمة عنها.

كما أنهم يرون أنّ استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين السمعية والبصرية ليس خالياً من التحدّيات والقضايا الأخلاقية والقانونية. إذ يجب مراعاة مسائل حقوق الملكية الفكرية، والخصوصية، وأخلاقيات المهنة، كما أنّ الصحافيين لا يرون تأثيرا لهذه التقنيات على وظائفهم، ويتوقّعون زيادة استخدام هذه التطبيقات في المستقبل، نظرا إلى التطوّر المستمر في مجال الذكاء الاصطناعي وتوفّر التكنولوجيا الملائمة وبتكاليف مناسبة.

ولتطوير مضامين إعلامية سمعية بصرية ذات جودة عالية وبالاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، تخلص الدراسة إلى التوصيات التالية:

- تعزيز الكفاءة التقنية لدى الصحافيات والصحافيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية العربية، من خلال توفير البنية التحتية اللازمة والتدريب المناسب للإعلاميين والتقنيين والإداريين.
- ضرورة تطوير المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية العربية لسياسات وإجراءات لجمع وتخزين البيانات بشكل آمن ومنهجي، مع الالتزام بمعايير الخصوصية والأمان.
- تعزيز تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال التعاون والشراكات مع المؤسسات التقنية والبحثية.
- دعم البحث والتطوير في ميدان تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام السمعي البصري العربي خصوصا، والإعلام الرقمي عموما.
- توفير التدريب وتعزيز قدرات العاملين في المؤسسات الإعلامية العربية حول تقنيات الذكاء الاصطناعي وكيفية استخدامها بشكل فعّال.
- حتّ المهنيين في المؤسسات الإعلامية السمعية البصرية على الالتزام بالأخلاقيات والمبادئ المهنية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المراجع

- عدي نبيل. 2023. الذكاء الاصطناعي والصحافة: وجهة نظر الصحفيين العرب، متاح على الرابط: <https://shorturl.at/muzJP>
- علي مولود فاضل، سيف عدنان عبّاس. 2023. التزييف العميق، لغة الذكاء الاصطناعي في حروب السيبران الإعلامية، الأردن.
- كريغ سيلفرمان. 2020. دليل التحقّق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي، ترجمة محمد زيدان، معهد الجزيرة للإعلام، الطبعة الأولى.
- Beckers, S. 2017. AAI: An Argument Against Artificial Intelligence, Available electronically at <https://cdn.aaai.org/ocs/ws/ws0287/15084-68331-1-PB.pdf>
- Bostrom, N., and Yudowsky, E. 2014. The Cambridge Handbook of Artificial Intelligence. Cambridge University Press. chapter The Ethics of Artificial Intelligence.
- Dennett, D. C. 1989. The Intentional Stance. MIT press.
- McCarthy, J. 1997. What is Artificial Intelligence? Available electronically at <http://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai/whatisai.html>.
- Richard S. Sutton.2020. John McCarthy's Definition of Intelligence, Journal of Artificial General Intelligence 11(2) 66-67. Available electronically at <http://www.incompleteideas.net/papers/Sutton-JAGI-2020.pdf>
- Tal Montal & Zvi Reich (2016): I, Robot. You, Journalist. Who is the Author?, Digital Journalism, DOI: 10.1080/21670811.2016.1209083.
- Zamith, R., Belair-Gagnon, V., & Lewis, S. C. (2020). Constructing audience quantification: Social influences and the development of norms about audience analytics and metrics. New Media and Society, 22(10), 1763-1784. <https://doi.org/10.1177/1461444819881735>
- Wang, P. 2019. On Defining Artificial Intelligence. Journal of Artificial General Intelligence 10(2):1-37.

صداقة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية:

تهديد أم ثورة في مهنة الصحافة؟

أ.د. أشيدة سبتي

كلية علوم الإعلام والاتصال -
جامعة الجزائر 3

مقدمة

وقد انتشر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بداية من استخدام الروبوتات عبر المنصات الرقمية.

واتجه كثير من غرف الأخبار بالصحف ومواقع الأخبار الإلكترونية إلى استحداث أقسام خاصة بالوسائط المتعددة، وتبنت بعضها نماذج واستراتيجيات حديثة في تقديم المضمون الصحفي. وبذلك أصبح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي عنصرا مهماً وأساسيا في إعداد المحتوى الإعلامي وإدراكه بسهولة، لما تقدّمه من إثراء وتعميق للمعلومات وعرضها في إطار متكامل فعّال.

إنّ توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي بات ضرورة لازمة، إذ أنه يساعد في تتبّع الأخبار العاجلة وتبنيه الصحفيين من المحتوى الزائف، والتصحيح اللغوي، والتصوير الآلي، وإنتاج محتوى إخباري متعدّد الوسائط.



يعيش العالم في العصر الحالي ثورة تكنولوجية في مجال الإعلام، أثّرت بشكل كبير على صناعة المحتوى، وأتاحت وسائل وأساليب اتصالية متعدّدة، لم تكن موجودة في السابق، وذلك مع بداية ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي أسهمت في تطوير المحتوى المرئي والمسموع والمقروء وأساليب إنتاجه، والمتغيّرات المختلفة في عملية الإنتاج،

عليها من خلال المعلومات التي تمّ تغذية الحاسوب منها.

وأثناء العقدین الأخيرین، شهد استخدام الروبوتات اندفاعا كبيرا وتطوّرت بشكل معقّد، وحسب الشركة المصنّعة لأوّل روبات صحافي «Narrative Science» فإنّ العمل يجري لتطوير الروبوت لمنافسة العنصر البشري، ليس في المعلومات والبيانات فقط وصياغتها بطريقة السرد الإخباري، وإنما إنتاج قصص أكثر تعاطفا وتقارير اقتصادية تتجاوز العشرين صفحة. 1



لقد اخترقت الأتمتة بقوة المؤسسات الإخبارية العالمية ونجحت في إنتاج آلاف القصص الإخبارية دون تدخل بشري، بدءا من جمع المعلومات وتصنيفها، ومن ثمّ تحريرها ونشرها، خاصة في مجال الرياضة والمالية.

ومنه فصناعة الروبوت الصحفي هي تحدّي حقيقي لمعظم الوظائف في المؤسسات الإعلامية، سواء المتعلقة بجمع البيانات السريعة من المحادثات والبريد الإلكتروني

لكن على الصحفيين التعامل مع الذكاء الاصطناعي كوسيلة جديدة تضاف إلى الوسائل التي بين أيديهم، لتسهيل عملهم وليس للقيام بعملهم. وهذا ما أكده البروفيسور «شارلي بيكيت» بقوله: «إنّ الذكاء الاصطناعي لن يقضي على الصحفيين، ولكن يجب الاستفادة من الفرص التي يقدّمها في العمل الصحفي. فالذي يمكن أن يعوّض الصحفي هو صحفي آخر يُتقن استعمال الذكاء الاصطناعي.

ومنه يمكن أن نطرح الإشكالية التالية: كيف يساهم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى في ظلّ الإعلام الرقمي؟ وما هي التحدّيات المهنية التي تواجه الصحفيين البشر؟

استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي.. وتهديدها لوظائف الصحفيين البشر :

إنّ صحافة الروبوت تعمل على جمع الأخبار وكتابتها عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي بعيدا عن الجهد البشري، ممّا يشير إلى تحولات في مفهوم الإعلام وخصائصه وآلياته وتأثيراته الاجتماعية.

خاصة وأنّ الذكاء الاصطناعي يعتمد على محاكاة السلوك الإنساني، من خلال فهمه وتحويله إلى برامج حاسوبية لديها القدرة على اتخاذ قرارات والبحث عن حلول لمشاكل معيّنة، من خلال طريق توصيفها والاستدلال

حيث ستحفّز الخوارزميات الصحفيين على تطوير قدراتهم البشرية من الذكاء العاطفي والاجتماعي، والفضول، والأصالة، والتواضع، والتعاطف، والقدرة على الاستماع بشكل أفضل، وتحقيق أعلى قدر من التعاون للخروج بنتيجة أفضل دائما. 3



كما يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أن تساهم في صناعة المحتوى الإعلامي من خلال:

- **تحسين محتوى وسائل الإعلام** بفضل الذكاء الاصطناعي، يمكن لوسائل الإعلام الرقمي تحسين جودة محتواها وتحسين الأداء العام: فيمكن للأنظمة الذكية تحليل المحتوى واكتشاف النماذج والاتجاهات التي تجذب الجمهور وتحقق أكبر قدر من التفاعل، وبالتالي يمكن للمحتوى أن يصبح أكثر جاذبية وفعالية، إضافة إلى ذلك، يمكن تحليل أداء المحتوى على المنصات الرقمية واقتراح تحسينات لتجويد النتائج وزيادة الانخراط.

ووسائل التواصل الاجتماعي، أو الأدوار المتعلقة بعملية النشر و المتابعة، الأمر الذي يحتم على الصحفيين العمل على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة، ليس فقط على مستوى الشكل وإنما المحتوى أيضا، والعمل على الاستفادة من الروبوت في الجوانب التي تتطلب تركيزا أعلى من حيث دقة المعلومات المقدّمة، خاصة في التقارير و القصص الإخبارية التي تتعلّق بالمال والاقتصاد و التي يفزّ منها الصحفي البشري. 2. ويرى «أليكسيس أوهانيان» المؤسس المشارك لموقع (Reddit) المتخصص في الأخبار على شبكة الإنترنت أنّ الروبوت الصحفي بإمكانه كتابة الخبر العادي ذي المعلومات المحدّدة سلفا، كأخبار الرياضة والمال والاقتصاد، بينما الأخبار الإنسانية والقصص تكون نسبة إتقانه لها أقل، كونها تحتاج إلى عمليات استكشاف وتقصي، وهي أمور يختصّ بها العقل البشري الذي يلتقط التفاصيل التي تهمّ الناس.

لكنه أكد على أنّ الروبوت الصحفي منح الصحفيين وقتا أوفر للتوجّه نحو مهمّات أخرى لا يستطيع هو القيام بها.

كما أنه نَبّه مؤسسات تعليم الصحافة والإعلام إلى بناء برامج أكاديمية تجمع بين التكنولوجيا والإعلام للخروج بنتائج أشمل وأكثر دقة.

عمليات التوزيع وتحديد الوقت المثالي لنشر المحتوى قصد زيادة فرصة تمكّن من الوصول إلى الجمهور المستهدف4.

الصحفي البشر والروبوت.. تكامل أم تهديد للمهنة؟



نظرا إلى التطبيقات الكثيرة التي يمكن للذكاء الاصطناعي القيام بها في مجال العمل الإعلامي، أدّى بالعديد من العاملين في الصحافة إلى التخوّف من أن يعطلّهم الذكاء الاصطناعي عن العمل5.

الكثير يتساءلون، **ما شكل العلاقة بين الكادر البشري الإعلامي والروبوت، هل هو تنافس أم تعايش؟ وحول الجدل القائم بشأن مستقبل الإعلاميين في ظلّ أنظمة الذكاء الاصطناعي؟**

هناك بعض الإحصائيات التي تستشرف بأنّ حوالي 300 مليون وظيفة بدوام كاملة مهدّدة في العالم بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي في شتى المجالات، من بينها ما له علاقة بمهنة الصحافة والإعلام، بحيث سوف يصبح العمل بـ 10 صحافيين روبوت مقابل صحفي بشري.

- **تحسين تجربة المستخدم والتفاعل الشخصي:** الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين تجربة المستخدم بشكل كبير عن طريق فهم اهتمامات المستخدمين واحتياجاتهم. فعندما يتمّ تجهيز وسائل الإعلام الرقمي بأنظمة ذكاء اصطناعي متطورة، يمكن للمحتوى التفاعل مع المستخدم بشكل شخصي ومخصّص.

- **يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل سلوك المستخدم وتحديد الاهتمامات والتوجّهات الفردية لتقديم المحتوى الذي يتناسب مع تلك الاحتياجات، وبالتالي يتمّ تحسين التفاعل بين المستخدم والمحتوى وتجربة المشاهدة بشكل عام.**

- **تحسين عمليات الإنتاج والتوزيع:** يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات الإنتاج والتوزيع لوسائل الإعلام الرقمي، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل البيانات والتنبؤ بالطلب على المحتوى، ممّا يساعد في تحديد النماذج الأكثر رواجاً وتوجيه الجهود والموارد بشكل أكثر فعالية. كما يمكن تحسين



وتقييمها ومعالجتها، ولكنّ هناك خلافا على تأثيرها المستقبلي على العنصر البشري في الإعلام هل ستحلّ محلّه؟ هل ستساعده وتفزّغه لمهامّ أكثر أهمّية؟ الإجابة المؤكّدة أنّ الذكاء البشري كما يرى الخبراء، سيستمرّ دوماً بالتفوّق على الذكاء الاصطناعي في هذه الأمور وغيرها، نظراً إلى أنّ الأخير هو من صنع الأوّل، لأنّ الذكاء البشري يمتلك خليطاً متقدّماً وهائلاً ومعقّداً من مهارات التفكير المنطقي، والاستنتاج متعدّد المستويات، والمنظومات الأخلاقية، والضوابط السلوكية، والوعي لنوازع الخير والشر، والاتصال متعدّد الأوجه، والشعور تحت مختلف الظروف، وتقييم المشكلات والمخاطر الاستباقية، والإدراك العاطفي، والتفاعل الاجتماعي، والبديهة غير المتوقّعة، والتأويلات الإبداعية، والملاحظات النقدية، وهي مهارات لا يمتلكها الذكاء الاصطناعي مثل فاعلية البشر. 7

لا يمكن للذكاء الاصطناعي أن يمتلك المهارات البشرية، مثل الذكاء والتفكير والفكاهة والقدرة على التكيّف، لكون الكاتب البشري يستخدم الإبداع والتعاطف في حادثة معيّنة ويحوّلها إلى مقالة كاملة، عكس الروبوت الذي يسرد مقالة كاملة حسب البيانات المعطاة له بدون أيّ تأثيرات عليها.

بالرغم من أنّ هناك اتفاقاً على أهمّية أنظمة الذكاء الاصطناعي المستخدمة في صناعة الإعلام في عمليات إنتاج الأخبار، وقبل ذلك اختيارها وتقييمها ومعالجتها. لكنّ هناك خلافاً على تأثيرها المستقبلي على العنصر البشري في الإعلام، هل ستحلّ محلّه؟ الإجابة المؤكّدة أنّ الذكاء البشري يمتلك خليطاً متقدّماً وهائلاً ومعقّداً من مهارات التفكير المنطقي، والاستنتاج متعدّد المستويات، والمنظومات الأخلاقية والضوابط السلوكية. غير أنّ هذا لا يعني أن لا نتوقّع أن نرى مستقبلاً زميلات وزملاء لنا في مهنة الصحافة والإعلام على شكل روبوتات ذكية تقوم بالتصوير، و تحرير المحتوى، و التدقيق اللغوي بدقة، وبسرعة أكبر من بني البشر. 6



GPT-5

وحول الجدل المحتمل بشأن مستقبل الإعلاميين في ظلّ أنظمة الذكاء الاصطناعي، هناك اتفاق على أهمّية أنظمة الذكاء الاصطناعي المستخدمة في صناعة الإعلام في عمليات إنتاج الأخبار، وقبل ذلك اختيارها

أيضا صانع محتوى وحارس بوابة قيمية وسياسية وأخلاقية على كل ما يجمعه من أخبار، إذ أنه يقوم بتقييم هذه الأخبار والحكم على صلاحيتها للنشر على الناس، واضعا في اعتباره تحقيق الصالح العام، وهذا أمر لا يمكن للروبوت القيام به.

وهناك أشياء كثيرة في العمل الصحفي لا يمكن أن تترك للروبوتات ولا بدّ من تدخل الصحفي البشري في اتخاذ قرار بشأنها.

الذكاء الاصطناعي لا يمكن بأيّ حال من الأحوال أن يحلّ محلّ الصحفي، كون هذه المهنة تتطلب حسّا إنسانيا وذكاء بشريا، وبصمةً للعمل البشري في العديد من المهن التي لا يُستغنى فيها على البشر. 9

يمكن للذكاء الاصطناعي تقليد الجوهر البشري (كما تبدو بعض مقالات GPT-3)، لكنّ هذا هو الوعي المبرمج، وليس الوعي الحقيقي.

في تقرير نشرته جامعة Maryville الأمريكية عن تأثير التطورات التكنولوجية على تشكيل مستقبل الصحافة، تمّ التأكيد على أنّ الذكاء الاصطناعي، برغم قدرته على المساعدة في إنشاء المحتوى، فإنه لا يمكنه أن يكون بديلا عن التقارير البشرية،

يتمتع الصحفي بمهارة تطوير العلاقات مع المصادر، وتقديم تحليل معمق للبيانات، وكلّ ذلك لا يستطيع الذكاء الاصطناعي القيام به. لا يمكن للذكاء الاصطناعي مثلا أن

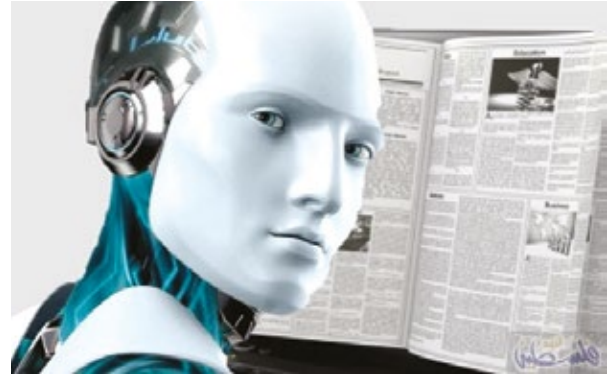
لذلك نجد وكالة Associated Press مثلا تحدّد مجموعة من القواعد للصحفيين بهدف تنظيم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار:

1. السماح للصحفيين باستخدام برنامج Chat GPT في إطار اتفاقية أمضيت مع شركة Open AI.

2. يجب على الصحفيين تطبيق المعايير المتبعة في الوكالة في التعامل مع مصادر المعلومات قبل النشر.

3. عدم السماح باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تعديل أيّ صورة أو فيديوهات أو مقاطع صوتية.

4. إضافة تبييه في حالة استخدام صورة منشأة بالكامل بالذكاء الاصطناعي. 8.



فالذكاء الاصطناعي أداة مكّملة للوظائف وليس سببا في القضاء عليها.

من المستبعد أن يحلّ الروبوت محلّ الإنسان ويهدّد وظيفة الصحفي، فالصحفي ليس فقط جامعا للأخبار ومحرّرا لها، وإنما

يشعر بالألم العاطفي لفقدان من نحَب. هذا الحاجز غير القابل للعبور، لأنَّ الحقيقة أنَّ البشر هم النسخة الأصلية، الإنسان هو مَنْ اخترع الذكاء الاصطناعي، وبالتالي لا يمكن أن يحلَّ محلّه. 10

لن يحلَّ الذكاء الاصطناعي محلَّ الصحافة، ولن يُعرِّض هذه المهنة للخطر، على العكس تماما، يساعد الذكاء الاصطناعي الصحفيين على التركيز على قيمهم المضافة: إنتاج مقالات افتتاحية عالية الجودة.



لن يحلَّ أيُّ روبوت محلَّ الصفات الإنسانية للصحفي الجيّد: الفضول الفكري، والروح الإبداعية، والأصالة، والأساليب التحريرية، والذاتية، والقدرة على نقل الأحاسيس والعواطف.

ولذلك فمن المهمّ أنْ تغتتم وسائل الإعلام الفرصة التكنولوجية لتحويل أعمالها، أي ضرورة الاستثمار في هذه التطبيقات الجديدة التي أفرزها الذكاء الاصطناعي. مثلما يقوم به القائمون على التوظيف في وسائل الإعلام الدولية الكبرى بتدريب المتعاونين معهم

في المستقبل، وفي الوقت الحاضر، يُطلب من الصحفيين أن يكونوا قادرين على إتقان الذكاء الاصطناعي. 11

نموذج الدكتور محمد عبد الظاهر في كيفية التوفيق بين طبيعة المهارات البشرية الديناميكية مع وظائف المستقبل، في ظلّ التغيّرات التكنولوجية (التكامل بين الصحفيين البشر والروبوت في المجال الإعلامي):

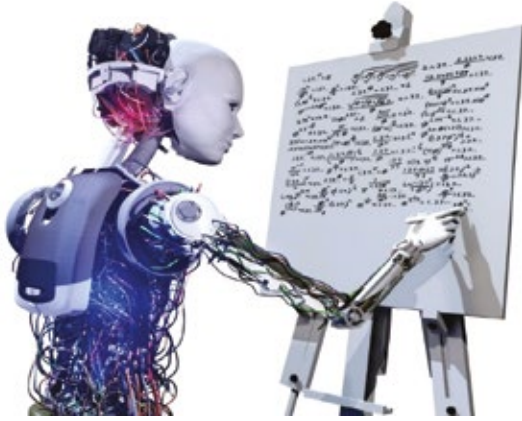
قدّم الكاتب نموذجا تفصيليا جديدا حول طبيعة المهارات البشرية الديناميكية، وكيفية بناء تلك المهارات وتوافقها مع وظائف المستقبل.

كمفهوم شامل يركّز على بناء قدرات ومهارات الفرد، في ظلّ التغيّرات التكنولوجية المتلاحقة، وأيضا بناء مهارات وقدرات المؤسسات، كمظلة تضمّ المواهب البشرية الديناميكية، وكمفهوم أشمل للدول والحكومات، بحيث يمكن أن نفرّق بين حكومة ديناميكية، وأخرى غير ديناميكية من خلال ما لديها من مهارات بشرية ديناميكية لدى قادتها ولدى مواردها البشرية.

وكيف يمكن صنع مهارات أكثر ديناميكية واستجابة للمتغيّرات التكنولوجية المصاحبة للثورة الصناعية الرابعة والخامسة.

وأشار إلى أنّ نموذج المهارات الديناميكية

كما يعتقد البعض في ظلّ تعاظم تقنيات الثورة الصناعية الرابعة. 13



ففي عصر الذكاء الاصطناعي، يحتاج الإعلامي إلى تطوير مجموعة من المهارات التي تمكّنه من التعامل مع التحوّل الرقمي الذي يشهده قطاع الإعلام.

وتشمل هذه المهارات فهم التكنولوجيا، يجب على الإعلامي أن يكون على دراية بأحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات وكيف يمكن استخدامها في قطاع الإعلام.

إنّ عصر الذكاء الاصطناعي يشهد تحوّلاً كبيراً في مجال الإعلام، يحتاج الإعلاميون إلى اكتساب مهارات وقيم جديدة لتمكينهم من العمل في هذه البيئة المتغيّرة.

ومن المهمّ الحفاظ على القيم الإنسانية الأساسية في الإعلام، مثل الصدق والحرية والتسامح والحوار والإنسانية، لتعزيز دور الإعلام في خدمة المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة. فيمكن للتقنية أن تكون شريكا

البشرية إلى الاستجابة السريعة لكافة المتغيّرات التي تواجه الفرد أو المنظمات أو الشركات أو الحكومات، تلك الاستجابة التي تمكّنهم من حشد كافة المهارات، والمواهب البشرية، بالصور المثلى لإدارة الأزمات، والتأقلم مع تلك المتغيّرات لتحقيق النفع العام.

ومن تلك المتغيّرات نذكر:

- **كافة التكنولوجيات والأدوات والحلول الجديدة التي تبرزها الثورة الصناعية الرابعة والخامسة، والتي تحتاج إلى إدماجها في سوق العمل وفي طرق الإنتاج المختلفة، وبالتالي سرعة تعلّمها وإدارتها بالطريقة المثلى داخل المؤسسات أو الحكومات.**

- **تغيّرات سوق العمل، واعتماد قطاعات معيّنة على ابتكارات أو أدوات جديدة تفوق قدرات الفرد العادي، ممّا يتوجّب على الإنسان إتقان مهارات العمل مع تلك الأدوات والابتكارات بصورة أكثر ديناميكية وأكثر فاعلية إنتاجية. 12**

وبضيف قائلاً، **الإنسان أولاً:** كما تأتي الثورة الصناعية الخامسة بتأكيدات على توافق الإنسان مع الآلات ودعم قوّة العقل البشري من جديد، يجب أن تتضمّن مهارتنا الديناميكية قوّة الإنسان أولاً، والبقاء على تحكّمه في القطاعات كافة، جنباً إلى جنب مع الآلة، وتراجع تقنيات الذكاء الاصطناعي لخدمة الإنسان وليس ليحلّ محلّ الإنسان،

ومستوى شفافتها، وطرق استخدام البيانات، ومدى إساءة الاستخدام، إضافة كذلك إلى مستوى القيم والمنطق التي تضمنتها تعليمات البرمجة.

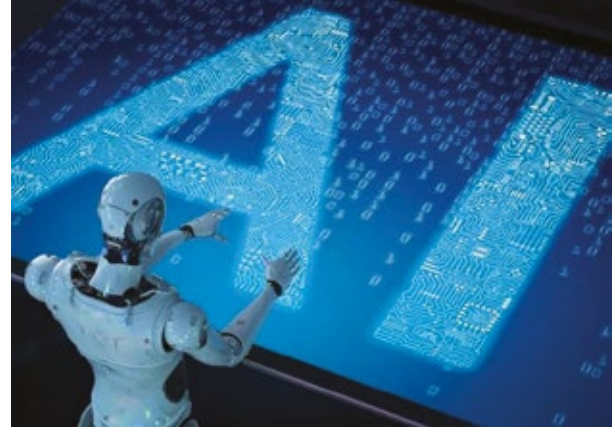


وأول تلك التحديات تمثلت فيما يتعلق بصحة المعلومات المدمجة في برمجيات الذكاء الاصطناعي، والتي لا يمكن التحقق من صدقها أو زيفها، إذا كانت المعطيات المزودة بها غير رقمية، مما يؤدي إلى مخرجات خاطئة في بعض الأحيان .

- **صحافة الروبوت** يمكن أن نُخلِّ بمبادئ حقوق النشر للاستخدام العادل، بحيث إن برمجيات الذكاء الاصطناعي بإمكانها جلب بيانات من مساحات شاسعة، في اختراقٍ غير مقصود لحقوق النشر والتأليف والتوزيع الخاصة بمصادر هذه البيانات الأصلية.

مهمًا للبشر في مجال الإعلام وليس بديلا عنهم تماما.

إنّ تطوّرات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي ستوفّر للصحفيين المبدعين، وقادة الصحافة والإعلام الرقمي فرصة لإعادة تنظيم ممارسة العمل الصحفي، باستخدام هذه التقنيات الجديدة التي ستُضفي كفاءات أكبر في غرف الأخبار، وتحسّن مهارة وكفاءة وجودة إنتاجية الصحفي، والمؤسسة الإعلامية.



التحديات والصعوبات التي تواجه صحافة الروبوت والتي تتطلب تدخل الصحفي البشر:

تواجه صحافة الروبوت العديد من التحديات من النواحي المهنية والأخلاقية. وتتم اكتشاف هذه التحديات على مستويات متباينة، من بينها مستوى البحث عن البيانات، أصالة الخوارزميات المستخدمة وموضوعيتها

- **صعوبة برمجة الأسلوب القصصي،** وهذا يعتبر في صالح الصحفي الإنسان، بحيث يحتم عليه مواصلة فهم وكتابة مواد إخبارية بأسلوب إنساني ذي معنى واضح. إضافة إلى متابعة التحقق من صحة المواد التي أعدتها الروبوتات 14 .

- **يفتقر الذكاء الاصطناعي إلى الإبداع** الذي يعدّ المفهوم الأساسي في الصحافة، فهو يعكس طريقة التفكير الإنسانية، بما في ذلك الكتابة الإبداعية.

- **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.

- **يفتقر الذكاء الاصطناعي للوعي الذاتي والقدرة على شرح مخرجاته:** لماذا كتب هذه القصة الإخبارية؟ أو كيف أنها بلغت نتيجة معينة؟

- **المضاعفات الأخلاقية والقانونية المتعلقة بالأخبار المؤتمتة** تحظى بقليل من الإجابات وتطرح الكثير من التساؤلات المعينة بالتحقق من تبعات القرارات الخوارزمية على المجتمع. 15

التحديات الأخلاقية والمسؤولية:

يجب استخدام هذه التكنولوجيا بشكل مسؤول، وحماية خصوصية المشاهدين وتقديم محتوى دقيق وموثوق.



ورغم 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 التي تتطلب تدخل الصحفيين البشر، منها:

خاتمة

التوسّع في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والبيانات في الصحافة مسألة وقت، ولذلك من المهمّ التفكير في كيفية الاستفادة المثلى من هذا التطوّر، هذا يتطلّب تمويلاً وإعداداً لوجيستياً في المؤسسات الإعلامية لاستيعاب استخدام تلك التقنيات، وكذلك برامج تدريبية لتأهيل الصحفيين والكوادر الإعلامية على تلك التقنيات، وضرورة النظر إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي بمنظور استثماري

إنّ دخول الروبوت للعمل الإعلامي يتطلّب وضع موثيق أخلاقية جديدة تتحمّل فيها المؤسسة ما يترتّب على أخطاء الدقة والتوازن والشفافية وتضارب المصالح وغيرها. فيجب أن يتمّ استخدام التكنولوجيا بشكل مسؤول، وأن يقع الاهتمام بالجوانب الأخلاقية، مثل حماية البيانات الشخصية والتلاعب الإعلامي.

- من المهمّ إطلاق جلسات لمناقشة التشريعات الخاصة بصحافة الذكاء الاصطناعي، وما سيتبعها من إشكاليات قانونية وأخلاقية. والعمل على إيجاد قوانين تحمي الصحفيين في ظلّ تعاظم دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي في مختلف الوسائل والوسائط الإعلامية.

- الذكاء الاصطناعي يهدّد مهنة الصحفي في الجوانب التقنية، وهو ما يستدعي من الصحفيين تطوير ذواتهم وتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي لفائدتهم، وهذا يتطلّب الاستثمار في تدريب الصحفيين وتمكينهم من أدوات الذكاء الاصطناعي وآليات العمل الجيّد.

- المطلوب من الصحفيين مواكبة التقنيات الجديدة، وأن يكون لديهم مهارات مختلفة للاستفادة من الذكاء الاصطناعي بشكلٍ فعّال، بما في ذلك فهم التقنيات المتاحة والقدرة على تحليل البيانات والتواصل مع الخبراء في هذا المجال، ومن الضروري أن يتدرّب الصحفي على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح، والحفاظ على المعايير المهنية والأخلاقية العالية وضمان صحة المعلومات ومصداقيتها.

الهوامش والمراجع

1. SMT Studies Center، مركز سمت للدراسات، 21 أكتوبر 2018، صحافة الروبوت.. تحديات مهنية وأخلاقية تواجه صحافة المستقبل. وحدة الدراسات الاجتماعية. www.smtcenter.net، ص2
2. المرجع نفسه، ص5.
3. المرجع نفسه، ص 6.
4. محمد يونس الغادي، كيف يساهم الذكاء الاصطناعي في أداء وسائل الإعلام الرقمي الجديد مستقبلاً؟ مدونة سلطة عمان التعليمية. https://www.oman-edu.com/2023/07/blog-post_69.html. 2023
5. فضيل كامل نجم الدين، واقع الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي: بين بصمة الكادر البشري وأجهزة الذكاء الاصطناعي. كتاب جماعي: دراسات حول الذكاء الاصطناعي والإنسانيات الرقمية، دار قاضي للنشر والترجمة، الجزائر، 2021، ص 45.
6. ياس خضير البياتي، مستقبل الذكاء الاصطناعي في الإعلام، الزمان، عربية يومية دولية مستقلة، 1، ديسمبر 2018. AZZAMAN.COM
7. المرجع نفسه سابق الذكر
8. <https://asharq.com> «أسوشيتد برس» تحدّد قواعد استخدام الذكاء الاصطناعي في الأخبار. 2023/05/27،
9. عمان، العمانية، الذكاء الاصطناعي و تحولاته في مجال الصحافة، 02 مايو 2023، <https://www.omandaily.com>
10. عمرو أحمد الأنصاري، مستقبل الوظائف الصحفية: كيف تنجو في معركة الوجود مع الذكاء الاصطناعي. منتدى الصحفيين الدوليين، 24 يوليو 2023
11. 11- intelligence-artificielle-media <https://www.nutrieko.com/2019/07/intelligence-artificielle-media-11-11/> /NKO.
12. محمد عبد الظاهر، إعلام الميتافيرس، صناعة الإعلام مع تقنيات الثورة الصناعية الخامسة والويب 4.0/ 5.0، ط1، مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف (AIJRF)، دار البدائل، مصر، 2022. ص ص 301، 302.
13. المرجع نفسه، ص 305.
14. Center، مركز سمت للدراسات، 21 أكتوبر 2018، صحافة الروبوت.. تحديات مهنية وأخلاقية تواجه صحافة المستقبل. وحدة الدراسات الاجتماعية www.smtcenter.net، ص 6.
15. أمجد المنيف، الصحافة في عصر البيانات والذكاء الاصطناعي، مركز سمت للدراسات، 22 فبراير 2021، <https://smtcenter.net/archives/slider>

الذكاء الاصطناعي

من منظور مشكلات التنظيم والتنظيم الذاتي

أ.د. الصادق الحمادي،

معهد الصحافة وعلوم الإخبار،
جامعة منوبة، تونس

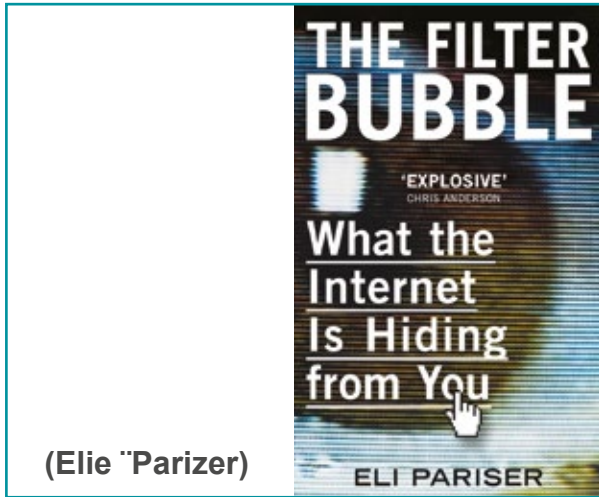
عناوين المبحث

- ظهور مسألة تنظيم التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي
- الذكاء الاصطناعي والاضطراب المعلوماتي
- التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والميديا
- دروس مستخلصة من تحليل مشكلات التنظيم والتنظيم الذاتي في مجال الذكاء الاصطناعي
- توصيات بشأن الذكاء الاصطناعي والصحافة والميديا في العالم العربي.

لابدّ قبل البدء في معالجة هذه المسائل من تعريف التنظيم* والتنظيم الذاتي*. **فالتنظيم (أو التعديل)**، هو كلّ ما تقوم به الدولة أو ما لا تقوم به أيضا في قطاع ما لضمان حقوق المواطنين في الحصول على خدمات أساسية والنفاز إليها (كالاتصالات والصحة) عبر القانون أو عبر أيّ آليات أخرى، على غرار المراقبة مثلا.

وفي القطاع السمعي البصري فإنّ التنظيم هو أن تضع الدولة آليات لإسناد الموارد العمومية، على غرار الذبذبات ووضع معايير تتعلّق بواجبات لمن يحصل على إجازة لبثّ القنوات الإذاعية والتلفزيونية، والالتزام بجملة من المبادئ ضمانا لحقوق الجمهور¹.

أمّا **التنظيم الذاتي**، فهو ما تقوم به مهنة ما، على غرار الطب والمحاماة أو الصحافة لتنظيم نفسها بنفسها، عبر إرساء قواعد أخلاقية، مثل المواثيق الأخلاقية النقابية والتحريرية وآليات مساءلة تتيحها للجمهور على غرار مجلس الصحافة².



(Elie Pariser)

الأمريكية، ثم الأوروبية، أهمية بالغة لموضوع التأثير في المسارات الانتخابية بواسطة ما تتيحه التكنولوجيات الرقمية والشبكات الاجتماعية من أساليب للتوجيه الدقيق* للإعلانات السياسية نحو فئات مخصوصة من الناخبين. وشرعت قضية كمبريدج أناليتيكا» الباب أمام اهتمام البرلمانات بالمنصات الرقمية والشركات التي تديرها، فنظّم الكونغرس الأمريكي عام 2018 جلسات الاستماع إلى مارك زوكربارغ، وكذلك البرلمان الأوروبي. وفي عام 2019 صدر تقرير مولر عن التدخل الروسي في الانتخابات الأمريكية 2016. كما أصدر البرلمان البريطاني تقريراً سنة 2019 عن نتائج التضليل المعلوماتي بواسطة المعلومات المفبركة* على مسار خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي عام 2016. وقد وصف التقرير المنصات الرقمية التي تدير الشبكات الاجتماعي باعتبارها مارقة⁵ عن القانون gangsters

I. أولاً: مسار ظهور مسألة تنظيم التكنولوجيات الرقمية والذكاء الاصطناعي

في بداية العشرية الماضية، تشكّل نقاش نظري في الأوساط البحثية الأمريكية حول ما إذا كانت الشبكات الاجتماعية مرفقا عمومياً* أم لا، مثل شبكات الغاز والماء والكهرباء. فالحضور في الشبكات الاجتماعية أصبح نشاطاً اجتماعياً روتينياً وضرورياً. واعتبرت الباحثة الأمريكية دانا بويد³ Danah Boyd في هذا الإطار أنّ الفيسبوك يمثل مرفقا عاماً، بل إنها ترى أنه صُمم ليكون مرفقا ضرورياً للحياة الاجتماعية. ثمّ بعد ذلك، نمت مسألة تعاضد تأثير الخوارزميات* في الممارسات الرقمية. فهذه الخوارزميات تستخدم في عمليات شخصنة المعلومات* : فهي تتقي لنا وتنظّم ما نتعرّض إليه. وهي على هذا النحو تعزلنا عن بعضنا البعض وتأسرنا في عوالم فردية هي بمثابة «الفقاعات المعرفية»* التي لا نرى من خلالها ما يراه الآخرون، كما بيّن ذلك الباحث آلّي باريز في كتابه «الفقاعة المعرفية». ما يُخفيه عنك الإنترنت⁴.

وشهد عام 2018 ما سُمّي بـ«فضيحة كامبريدج أناليتيكا»*، إذ استخدمت مؤسسة كامبريدج أناليتيكا المتخصصة في التسويق الرقمي المعطيات الشخصية التي تحصّلت عليها بطرق ملتوية وغير قانونية لتصميم حملات اتصال سياسي للتأثير على الناخبين في الانتخابات الأمريكية. وأولت السلطات

وفي تضخيم نتائج الاضطراب المعلوماتي وخاصة التضليل المعلوماتي. وبصفة عامة، يمكن أن نقول إنَّ جدالا تاريخيا بين شقّين يستمرّ في شكل جديد في موضوع النتائج الثقافية والاجتماعية والسياسية للذكاء الاصطناعي.



صورة جلسات الاستماع إلى زوكربارغ

فالمدافعون عن مقاربة حذرة Effective Altruism تدعو إلى التحكّم في سرعة تطوير الذكاء الاصطناعي للتأكد من أنها لا تؤدّي إلى مضارّ على البشرية. يواجهون مواقف معارضة لمن ينادون بحريّة الابتكار التكنولوجي وعدم التحكّم في سرعة الابتكار Effective accelerationism في الذكاء الاصطناعي، مدافعين هكذا عن قدرة التكنولوجيات على حلّ مشاكل الإنسانية. وفي هذا الإطار، يذكر تقرير مؤسّر الذكاء الاصطناعي⁷ لعام 2023 الذي طوّرتّه جامعة ستانفورد تعاضم الاتجاهات نحو سياسات ذات بُعد أو منحى مسؤول



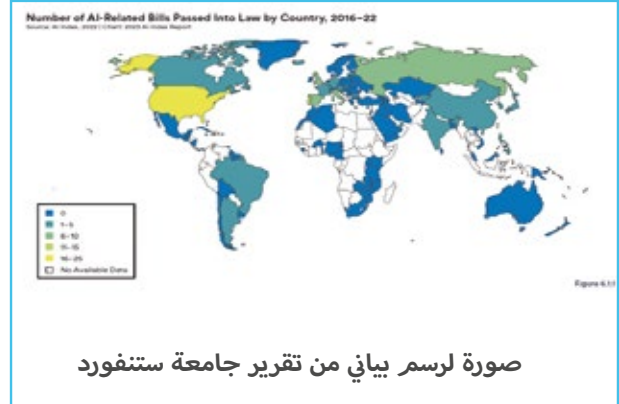
وفي بداية سنة 2018، اعترفت شركة فايسبوك (التي أصبحت بعد ذلك ميتا) بالمخاطر الناجمة عنها في الحياة السياسية، ومنها خاصة التدخّل الخارجي في الحياة السياسية الداخلية، وفي المسارات الانتخابية للدول والأخبار الزائفة والمضلّلة* وما يسمّى «غرف الصدى»*، أي الجماعات الافتراضية المنغلقة على نفسها، والتي تشترك في الأفكار ذاتها والهرسلة السياسية* وتزييف تمثيلية الاتجاهات السياسية لدى الرأي العام، بتضخيم بعضها بواسطة آليات اصطناعية، على غرار المشاركات المزيفة⁸. وعلى هذا النحو، فإنّ الأسئلة التي يثيرها الاستخدام المتعاضم للذكاء الاصطناعي هي في الحقيقة امتداد لأسئلة متعدّدة، فلسفية سياسية وثقافية، وامتداد كذلك للمشاكل التي ظهرت منذ 2010 المرتبطة كلّها اليوم بإمكانات تأثير هذا الذكاء الاصطناعي في عمليات تشكيل الرأي العام وفي المسارات الانتخابية،

احترام الحقوق الأساسية واحترام الذات البشرية (استقلالية الإنسان)، والوقاية من الأضرار، الإنصاف والوضوح.

وبعد سنوات من هذا الدليل، صدر قانون الاتحاد الأوروبي للذكاء الاصطناعي عام 2023 تضمّن عدّة مبادئ أهمّها، عدم خرق قواعد الملكية الفكرية وتشخيص الوثائق، من فيديوهات وصور ونصوص، التي يتيحها الذكاء الاصطناعي، على أساس أنها ليست من صنع البشر. ووضع القانون بعض المحظورات، مثل أنظمة تصنيف المواطنين⁹ وأنظمة التعرّف، على الأشخاص بواسطة الأنظمة البيومترية في الأماكن العامة، مع استثناءات بالنسبة إلى مكافحة الإرهاب. كما أنشأ القانون مؤسسة أوروبية مختصة في الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى احتوائه على عقوبات ضدّ المخالفين، ممّا يعني أنّ التنظيم لا يقوم على الالتزام الطوعي فقط.

وفي عام 2023، أعلنت مجموعة الدول السبع G7 عن ميثاق هو من ثمار ما يسمّى مسار هيروشيما¹⁰ The Hiroshima AI، ويشمل كذلك الذكاء الاصطناعي التوليدي. ويتضمّن الميثاق 11 نقطة، ويهدف إلى تأمين ذكاء الاصطناعي آمن وجدير بالثقة، ويسمح بإدراك الفرص والمخاطر والتحديات.

وأخلاقي قائم على احترام الإنسان، فعدد القوانين التي تتضمّن الذكاء الاصطناعي في تزايد مستمرّ. إذ شهد عام 2022 إصدار 37 قانونا مقابل قانون واحد عام 2016.



II. ثانيا: أهمّ المبادرات الدولية في مجال تنظيم الذكاء الاصطناعي

تتالت المبادرات الوطنية والإقليمية لتنظيم الذكاء الاصطناعي، بوضع الأطر المعيارية أو القانونية. ففي عام 2019 أصدر الاتحاد الأوروبي «دليلا» عن «الذكاء الاصطناعي الجدير بالثقة»⁸، ويقوم هذا الدليل على ثلاثة مبادئ، وهي أن يكون الذكاء الاصطناعي مشروعاً، أي أنه يحترم القانون والتشريعات الجاري بها العمل أولاً، وأن يكون أخلاقياً* أي أن يحترم المبادئ الأخلاقية ثانياً، إضافة إلى شرط المتانة على المستوى التقني التي في غيابها يمكن أن يتسبّب الذكاء الاصطناعي في مضرّ ثالثاً. ومن أهمّ المبادئ أيضاً،

المستدامة. ومن أهمّ الأهداف هو الوصول إلى اتفاق دولي حول المخاطر والتحدّيات ومساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. وتضمّن تقرير حوكمة الذكاء الاصطناعي من أجل الإنسانية المبادئ الكبرى التي يجب أن تقوم عليها هذه الحوكمة، وهي أن تكون ذات طابع اندماجي وفي خدمة الجميع ولفائدة الصالح العام، وأن تكون متطابقة مع فلسفة حوكمة المعطيات العامة وإدارتها، إضافة إلى الأخذ في الاعتبار دائماً الصالح العام حتى يكون هذا الذكاء الاصطناعي ذا طابع كوني، شبكي ومترسّخ في فلسفة التعاون المتعدّد الأطراف.



من تقرير الأمين العام للأمم المتحدة



وفي عام 2023، صدر في أكتوبر المرسوم الأمريكي¹¹ الذي يشمل إجراءات تسعى من خلالها الحكومة الأمريكية إلى ضمان الاستخدامات الآمنة للذكاء الاصطناعي بالوقاية من المخاطر وتحقيق النفاذ إلى المعطيات الشخصية ودعم البحث. كما يحتوي المرسوم على إجراءات تتعلّق بمشاركة مطوّري البرامج نتائج تجاربهم المتّصلة بالسلامة مع الحكومة الأمريكية، إضافة إلى إحداث وكالة جديدة تُعنى بمسائل السلامة في مجال الذكاء الاصطناعي.

وفي ديسمبر 2023، أعلن الأمين العام للأمم المتحدة عن إنشاء وكالة متخصصة استشارية في الذكاء الاصطناعي¹² وإنشاء حوكمة عالمية وفتح حوار عالمي بشأن حوكمة الذكاء الاصطناعي للوصول إلى اتفاق دولي حول المخاطر والتحدّيات، والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية

رسالة مفتوحة تنادي بضرورة احترام حقوق المؤلفين وبوضع قوانين وتراتب قانونية لحماية الميديا والثقة في الصحافة عبر ضمان الشفافية، بإعلام الجمهور بالمضامين التحريرية بواسطة الذكاء الاصطناعي التوليدي.

تحيل هذه الأمثلة إلى الجهود والمؤسسات الصحفية والمهنية لإدارة مخاطر الذكاء الاصطناعي التوليدي المتصلة بإنتاج المضامين الاصطناعية، بوضع آليات لحماية الأخلاقيات الصحفية، وحقّ الجمهور في أن يعرف العمليات التي تخضع لها المضامين التي يتعرّض لها.

IV. رابعا: تأثير الذكاء الاصطناعي على المسارات الانتخابية

أصدرت جمعية AlgorithmWatch تقريرا¹⁶ بيّنت فيه أنّ الناخبين السويسريين الذين يبحثون عن معلومات حول الانتخابات عبر محرّك مايكروسوفت Bing Chat يتحصّلون على معلومات مغلّوبة عن تاريخ إجراء انتخابات المجلس الفيدرالي، فمحرّك البحث غير قادر على التأكّد من الأرقام والمعطيات ونتائج استطلاعات الرأي وتواريخ الانتخابات. كما أنّ الأخطاء ليست ظرفية أو اعتباطية بل هيكلية (الأخطاء مستمرة على كامل الفترة)، وهذه المعلومات المغلّوبة تشكّل خطرا أو مصدرا للمخاطر *risque* بالنسبة إلى

III. ثالثا. مبادرات التنظيم الذاتي في مجال الصحافة والميديا

في فرنسا، أصدر مجلس الصحافة¹³ في هذا العام (2024)، باعتباره هيئة تنظيمية ذاتية مهنية تسهر على ضبط المعايير الأخلاقية والمهنية في مجال الصحافة¹⁴ دليلا للممارسات الجيدة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي.

يشمل الدليل محاذير استخدام والخطوط الحمراء التي تميّز أصنافا من المخاطر. فالاستخدامات ذات المخاطر الضعيفة متّصلة بالتصحيح اللغوي وبالترجمة لغاية التوثيق وبكتابة الملّفات الصوتية، ويمكن أن تكون للاستخدامات ذات المخاطر المعقولة نتائج على طبيعة الأخبار. وهذه المخاطر يديرها الناشر والصحفيون، ويجب أن تتمّ الإشارة إلى ذلك بوضوح للجمهور، وفي كلّ مرّة عندما يكون المضمون غير ناتج عن الدماغ البشري. وهذا يسمح للجمهور بأن يطلّع بشكل جليّ على سياق /طرق إنشاء المضمون. أمّا الاستخدامات غير المقبولة فتشمل توليد المضامين بواسطة الذكاء الاصطناعي، كصور أو نصوص أو الفيديوهات.

وفي إطار مبادرات التنظيم الذاتي وقّعت مجموعة من مؤسسات الميديا¹⁵ ومنها وكالات أنباء (AFP, AP, Getty image) ومؤسسات ميديا أمريكية USA Today

سيشهد انتخابات رئاسية وتشريعية في الولايات المتحدة وأوروبا، وفي الهند وإيران وجنوب إفريقيا، وتشمل هذه الانتخابات قرابة أكثر من ثلاثة مليارات إنسان. ومخاطر هذا التلاعب بالرأي العام عبر التضليل بواسطة المضامين الاصطناعية* يمكن أن تجرّ عنه مظاهرات ومواجهات وصراعات عنيفة، وجرائم متّصلة بخطاب الكراهية وتراجع الثقة في الأخبار والمعلومات وفي المؤسّسات السياسية، وتعزيز الاستقطاب الأيديولوجي والسياسي والمجتمعي*، وتقسيم المجتمع وقمع الحزّيات السياسية والمدنية. هكذا يمكن أن يؤدّي التضليل المعلوماتي بواسطة المعلومات المفبركة والخاطئة إلى تقويض شرعية الانتخابات والمؤسّسات الديمقراطية، وتعزيز الإدارة السلطوية للمجتمعات والاستئثار بتعريف الحقيقة¹⁸،



المرشّحين وإلى الصحافة والميديا التي تمّ ذكرها في إجابات المحرّكات. كما أنّ شركة مايكروسفت غير قادرة على إصلاح الأخطاء أو لا ترغب في ذلك.



وفي هذا الإطار ذاته، أشار تقرير منتدى دافوس¹⁷ الصادر في يناير 2024 (Global Risks Report 2024) إلى أنّ أهمّ خطر يهدّد الإنسانية على المدى القريب هو التضليل المعلوماتي عبر الذكاء الاصطناعي ونتائجه الوخيمة على المسارات الانتخابية. فالمضامين الاصطناعية* الصادرة عن الذكاء الاصطناعي التوليدي، من صوتيات وصور وفيديوهات ومواقع، جميعها يساهم في تشكيل عالم من «الزيف الشامل». وهذه المضامين يمكن أن تتسبّب في التلاعب بالأفراد والإضرار بالاقتصاد وتقسيم المجتمعات بطرق مختلفة في العامين المقبلين، خاصة وأنّ عام 2024

ولا بدّ من الإشارة إلى أنّ هناك توافقاً على أنّ الإطار المعياري لحوكمة الذكاء الاصطناعي الذي يشمل مبادئ السلامة، والمتانة والأمن والشفافية والاعتبارات الاقتصادية ولكن أيضاً حقوق



الإنسان والحفاظ على التنوع والحريّات السياسية والمدنية. فقد تضمّن ميثاق اليونسكو « التوصية الخاصة بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي»²⁰ عدّة مبادئ تنصّ على احترام حقوق الإنسان والحريّات الأساسية وكرامة الإنسان وحمايتها وتعزيزها وضمان التنوع، والشمول والعيش في مجتمعات مسالمة وعادلة ومتضامنة، وضرورة اضطلاع البشر بالإشراف وبتخاذ القرارات... كما أكد هذا الميثاق على أنّ أيّ نظام قانوني للذكاء الاصطناعي يجب أن يستند إلى الأطر القانونية الدولية والوطنية وإلى حقوق الإنسان والحريّات الأساسية والأخلاقيات وحرّية البحث والابتكار. وتؤكد توصيات اليونسكو كذلك على أنّ الذكاء الاصطناعي يجب أن يكون في خدمة البشر والمجتمعات والبيئة والعلم والسلم. ولعلّ من أهمّ المبادئ المعيارية التي جاءت في ميثاق اليونسكو مبدأ التنوع الذي يجب ألاّ

V. خامساً: خلاصات

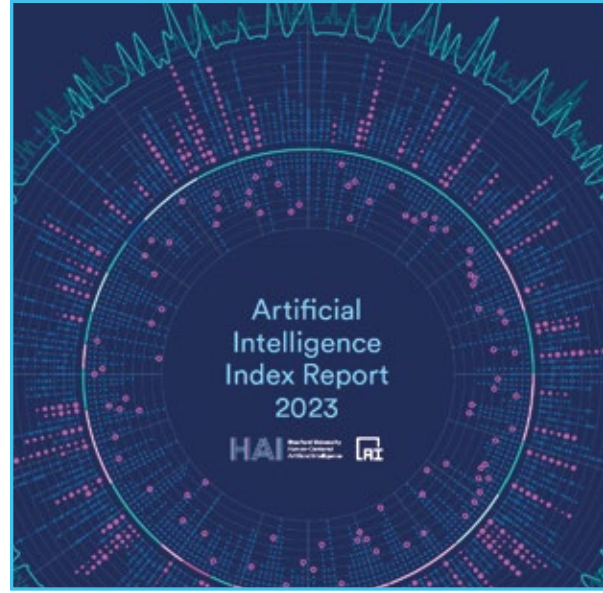
لقد كان عام 2023 عام المبادرات الحكومية والدولية لتنظيم الذكاء الاصطناعي، كما تدلّ على ذلك «قمة الذكاء الاصطناعي الآمن»¹⁹ بمدينة بلاتشي بارك Bletchley park البريطانية

في نوفمبر 2023 ، حيث وقّعت عليه مجموعة من الدول (عشرين دولة) من أجل تطوير آمن للذكاء الاصطناعي، عبّر فيه المشاركون عن «الحاجة الملحة إلى فهم وإدارة المخاطر المحتملة، من خلال جهد عالمي جديد لضمان تطوير الذكاء الاصطناعي ونشره بطريقة آمنة ومسؤولة»، وإعلان الأمين العام للأمم المتحدة (ديسمبر 2023) ومسار هيروشيما (2023) وقانون الاتحاد الأوروبي للذكاء الاصطناعي (2023) والمرسوم الرئاسي الأمريكي (أكتوبر 2023). وتمثّل كلّ هذه المبادرات تتويجا لمسار بدأ على الأقل منذ 2010. ومن هذا المنظور، فإنّ الذكاء الاصطناعي أصبح موضوعاً للسياسات العمومية. وتتأثّر هذه السياسات بالأنظمة السياسية، كما أنّ تنظيم الذكاء الاصطناعي مرتبط برهانات سياسية-دمقراطية، اقتصادية، تكنولوجية، أخلاقية، معيارية وجيوسياسية.

الذاتية (النموذج الفرنسي 2023)، وتتخذ هذه المبادرات أهمية بالغة في سياق يخضع فيه المجال الصحفي لما أطلق عليه تقرير المؤسسة البحثية رويترز²¹ «القوة التخريبية للذكاء الاصطناعي»²² بتعميق أزمة مصداقية الأخبار واستدامة مؤسسات الميديا، إذ يشير التقرير إلى توقّعات أنّ معظم مضامين الإنترنت سيُتاح إنتاجها بطريقة توليفية في أفق 2026

كما يشير استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار وفي العمليات التحريرية، على غرار توظيفه في كتابة تقارير مختصرة (تجربة الواشنطن بوست)²³. وفي هذا الإطار، تتزايد المخاوف لدى النقابات الصحفية ولدى الصحفيين، من توظيف الذكاء الاصطناعي في قطاع الميديا وماله من تأثير على جودة الأخبار²⁴. فصحيفة لوموند بالإنجليزية: تستخدم الذكاء الاصطناعي لترجمة المقالات مع مراجعة إنسانية. أمّا موقع Brut مثلا فإنه يستخدم الذكاء الاصطناعي للدبلجة²⁵. ويادر عدد من النقابات في الولايات المتحدة الأمريكية بإطلاق حوار مع المؤسسات الصحفية²⁶. ويتناول تقرير مجلس أوروبا عن الذكاء الاصطناعي (وحرية التعبير) نتائج هذه التكنولوجيا في المجال العمومي السياسي وحقّ المواطن في المشاركة السياسية.

يهدده الذكاء الاصطناعي. والتنوّع هنا يشمل الخيارات المتعلقة بأساليب الحياة، كالمعتقدات والآراء وبأشكال التعبير أو بالتجارب الشخصية.



وفي مجال الصحافة والميديا، يتمثّل التنظيم الذاتي في رصد المخاطر والاستخدامات المتّصلة بالتضليل المعلوماتي* والاضطراب المعلوماتي* وخاصة في السياقات الانتخابية، لا سيما وأنّ الاستخدام المتعاظم للذكاء الاصطناعي التوليدي يتمخض عنه عالم من الزيف والكذب والتلاعب بالحقيقة، كما يشير إلى ذلك تقرير دافوس. وفي هذا الإطار فإنّ مبادرات التنظيم الذاتي للذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة والإعلام تكون إمّا داخل المؤسسات أو في مستوى الهيئات التنظيمية

automatization التي تمزج بين التقنيات التحريرية التقليدية وبين التطبيقات والتقنيات الآلية التي لم تشملها بعد المواثيق التحريرية. ومن واجبات هذه الصحافة إعلام الجمهور بالإجراءات التي تقع بواسطة البرمجيات. كما يتعيّن أن تشمل المواثيق التحريرية الخاصة بصحافة الخوارزميات طرق إدماج التطبيقات والذكاء الاصطناعي في المضامين التحريرية، إضافة إلى حماية حرّية التعبير.

وعلى هذا النحو، فإنّ التنظيم* والتنظيم الذاتي* يجب أن يشملا، كما يؤكد على ذلك تقرير مجلس أوروبا «نتائج تطبيقات الذكاء الاصطناعي على حرّية التعبير»²⁷. أيضا تعزيز أدوار الميديا العمومية إزاء مخاطر الذكاء الاصطناعي والتضليل المعلوماتي بواسطة المعلومات المفبركة* خاصة على مستوى أدوارها الأساسية في تثقيف الجمهور والرأي العام وتثمين الدور النقدي إزاء الذكاء الاصطناعي. وفي هذا المجال، ومن أدوات السياسات العمومية وضع إطار لقيس نتائج ومخاطر الذكاء الاصطناعي على المجتمع وعلى الديمقراطية وعلى قيمها الأساسية، على غرار التنوّع والوحدة الاجتماعية la co- hésion sociale والمحافظة على فضاء عمومي. كما ينبغي أن تساهم السياسات العمومية في دعم الميديا العمومية²⁸

ويشير التقرير إلى إمكانيات حصول الأجهزة الرسمية على معطيات متّصلة باستخدامات الإنترنت، والتي يمكن أن تهدّد حرّيات وحقوق المواطنين في الحصول على المعلومات، والحقّ في إبداء الرأي، بما أنه حقّ مطلق. فالدولة عليها أن تحمي حقّ المواطنين في أن يتحصّلوا على الآراء المتنوّعة.

ومن هذا المنظور، فإنّ الذكاء الاصطناعي يمكن أن يهدّد إمكانيات تعرّض الجمهور أو فئات مختلفة من الجمهور إلى المضامين الإخبارية والآراء المتنوّعة، بسبب أنهم يصبحون عرضة لعمليات شخصنة المضامين وتقنيات الاستهداف Micro targeting.

وفي هذا النطاق يعتبر مجلس أوروبا أنه من واجب السياسات العمومية أن تحمي مؤسسات الميديا في السياقات الرقمية الجديدة، بما أنها ضامنة للتنوّع في المضامين والأخبار. فالدولة ينبغي أن تؤمّن للمواطنين الحقّ في التعرّض إلى تنوّع الأفكار والآراء، وذلك بحذف الحواجز أمام الحصول على أفكار وآراء متنوّعة.

وفي المقابل أيضا، فإنّ الصحافة يجب أن تلتزم بإنشاء مواثيق أخلاقية خاصة بصحافة الخوارزميات التي تُعرف على أنها الصحافة التقليدية زائد الأتمتة

VI. سادسا: خلاصات وتوصيات متعلّقة بالذكاء الاصطناعي والصحافة والميديا في العالم العربي

على حقوق الإنسان، وهو المشغل الأساسي في الأدبيات الأمميّة (منظمة الأمم المتحدة واليونسكو...)

هذا وبالرغم من شحّ المعطيات²⁹ عن مسألة السياسات العمومية، يمكن أن نقول بأنّ هناك مبادرة تنظيمية وحيدة في مجال الذكاء الاصطناعي في العالم العربي، تتمثّل في إحداث المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي³⁰ في مصر الذي وضع ميثاقا متخصصا في هذا المجال، إضافة إلى بعض المبادرات الأخرى، على غرار المركز الوطني للذكاء الاصطناعي في المملكة العربية السعودية.³¹

كما نلاحظ اهتماما محدودا، حتى لا نقول غائبا تماما، للهيئات التنظيمية في مجال الميديا السمعية البصرية، والتنظيمية الذاتية في الحقل الصحفي بالذكاء الاصطناعي، كما يدلّ على ذلك غيابُ للمواثيق الأخلاقية والتحريرية، في سياقٍ يتّسم بالنظرة الانبهارية بالذكاء الاصطناعي، دون الاهتمام بما تطرحه بالمشكلات الجديدة وخاصة الأخلاقية التي يطرحها في استخدامه لإنتاج المضامين التحريرية، في سياقات عامة ومهنية صحفية لم تُرَسَّخ فيها بعد ثقافة التحريّ والمعايير المهنية. وفي هذا الإطار، لا ينبغي من منظورنا أن يحجب مدخل مشكلة الذكاء الاصطناعي

ثمّة اهتمام متزايد في العالم العربي بالذكاء الاصطناعي، لكنه لا يزال في إطار ما نسّميه الرؤية التقنوية، أو في مستوى الانبهار بتكنولوجيا جديدة ذات إمكانيات تقنية. فالنقاشات المجتمعية وفي الأوساط الأكاديمية والمتخصصة حول ما سينجرّ عن الذكاء الاصطناعي التوليدي (Chat GPT) من مشكلات جديدة متّصلة بحقوق التأليف وبأدوار الصحافة والميديا وبالتضليل المعلوماتي، وخاصة في المجال السياسي لا تزال محدودة جدًا.

كما أنّ التفكير في مسائل الذكاء الاصطناعي في العالم العربي متّصل أيضا بالتفاوت بين الدول العربية نفسها في مستوى الرقمنة* والبنيات التحتية التكنولوجية في الاقتصاد والتعليم وفي الإدارة. ففي حين هناك دول عربية تقدّمت أشواطًا كبيرة في رقمنة الخدمات الإدارية بكلّ أنواعها، من المطارات وصولا إلى التعليم، مرورا بما يسمّى الحكومة الإلكترونية. كما ينبغي الإشارة إلى محدودية «ثقافة المعطيات الشخصية» وغياب هذا المشغل أيضا في السياسات الحكومية والعمومية، ممّا يحدّ النقاش حول نتائج الذكاء الاصطناعي

الخاصة بنتائج الذكاء الاصطناعي على الرأي العام.

وفي هذا الإطار، وأسوة بما يحصل في العالم، فإنّ تقارير الرصد المؤسسية الأكاديمية يمكن أن تشخّص أهمّ المخاطر وفرص تطوير جودة المضامين الصحفية، ذلك أنّ منصات صحافة التحريّ* على قلّتها، يمكن أن تؤدّي أدوارا أساسية في مجال رصد التضليل المعلوماتي بواسطة الذكاء الاصطناعي وتعزيز ثقافة الجمهور النقدية.

وكذلك الشأن بالنسبة إلى برامج التربية على الميديا والمعلومات*، فهي تؤهّل الأجيال الناشئة على التعامل مع «الذكاء الاصطناعي التوليدي» وعلى محاذير استخداماتها في المعلومات الخاطئة*.

المشكلات الدائمة للصحافة والميديا في العالم العربي، والتي تظلّ قائمة، وهي مشكلات متّصلة بثقة الجمهور والمهنية والأخلاقيات.

وفي هذا النطاق، واستئناسا بالتجارب العالمية التي كُنّا بصدد استعراضها، فلا بدّ من العمل على توفير الشروط المؤسسية والمهنية لوضع «مواثيق أخلاقية» تلتزم بها مهنة الصحافة ومؤسسات الميديا لإنتاج المضامين التحريرية بشكل متناغم مع فلسفة المواثيق الدولية ومع مبادئ تطوير مضامين صحفية ذات جودة، وأدوار الميديا والصحافة في مجال تكوين الثقافة النقدية لدى الجمهور إزاء الذكاء الاصطناعي. كما أنّ الأوساط الأكاديمية على وجه الخصوص يمكن أن تطوّر الدراسات



ثبت المصطلحات

| بالإنجليزية | بالفرنسية | المصطلح |
|--|--|--|
| DISINFORMATION | DÉSINFORMATION | التضليل المعلوماتي بواسطة المعلومات المفبركة |
| MALINFORMATION | MALINFORMATION | التضليل المعلوماتي بواسطة المعلومات المجحفة |
| MISINFORMATION | MÉSINFORMATION | التضليل المعلوماتي بواسطة المعلومات الخاطئة |
| ETHICS | ÉTHIQUE | أخلاقيات |
| SOCIETAL POLARIZATION | POLARISATION SOCIALE | استقطاب اجتماعي |
| POLITICAL POLARIZATION | POLARISATION POLITIQUE | استقطاب سياسي |
| AUTONOMY | AUTONOMIE | الاستقلالية |
| INFORMATION DISORDER | DÉSORDRE INFORMATIONNEL | الاضطراب المعلوماتي |
| REGULATION | RÉGULATION | التنظيم |
| SELF REGULATION | AUTORÉGULATION/ | التنظيم الذاتي |
| GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE | INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE | الذكاء الاصطناعي التوليدي |
| PERSONALIZATION | PERSONNALISATION DES DONNÉES | شخصنة المعلومات أو (التخصيص) |
| FACT-CHECKING JOURNALISM | JOURNALISME DE VÉRIFICATION / DE FACT-CHECKING | صحافة التحري |
| ECHO CHAMBERS | CHAMBRES D'ÉCHOS | غرف الصدى |
| FILTER BUBBLE | BULLE DE FILTRES | الفقاعة المعرفية |
| MICRO TARGETTING | MICROCIBLAGE | التوجيه الدقيق |
| SYNTHETIC CONTENT | CONTENU SYNTHÉTIQUE | محتوى اصطناعي |
| PUBLIC SERVICE | SERVICE PUBLIC | مرفق عمومي |
| POLITICAL HARASSMENT | HARCÈLEMENT POLITIQUE | الهرسلة السياسية |
| SOCIAL CREDIT | CRÉDIT SOCIAL | تصنيف المواطنين |
| MEDIA AND INFORMATION LITERAC (MIL) | L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION (EMI) | التربية على الميديا والمعلومات |

المراجع :

- 1 انظر هنا المثال البريطاني www.ofcom.org.uk وكذلك المثال الفرنسي www.arcom.fr والمثال التونسي www.haica.tn
- 2 حول موضوع التنظيم والتنظيم الذاتي، انظر، الصادق الحمّامي، «الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي»، مجلّة اتحاد الإذاعات العربية، عدد 1، 2016 - المقال متاح على الموقع التالي :
- 3 Danay, Boyd, Facebook is a utility; utilities get regulated
www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/05/15/facebook-is-a-utility-utilities-get-regulated.html
- 4 Pariser, E. (2011). The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think. Pen-guin.
- 5 House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, Disinformation and 'fake news': Final Report, Report, together with formal minutes relating to the report, Ordered by the House of Commons to be printed 14 February 2019
<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/1791/1791.pdf>
- 6 Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?, January 22, 2018
[/https://about.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy](https://about.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy)
- 7 Nestor Maslej, Loredana Fattorini, Erik Brynjolfsson, John Etchemendy, Katrina Ligett, Terah Lyons, James Manyika, Helen Ngo, Juan Carlos Niebles, Vanessa Parli, Yoav Shoham, Russell Wald, Jack Clark, and Raymond Perrault, "The AI Index 2023 .Annual Report," AI Index Steering Committee, Institute for Human-Centered AI, Stanford University, Stanford, CA, April 2023
- 8 Ethics guidelines for trustworthy AI
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/expert-group-ai>
- 9 .China just announced a new social credit law. Here's what it means
[/www.technologyreview.com/2022/11/22/1063605/china-announced-a-new-social-credit-law-what-does-it-mean](http://www.technologyreview.com/2022/11/22/1063605/china-announced-a-new-social-credit-law-what-does-it-mean)
- 10 (G7 Hiroshima Process on Generative Artificial Intelligence (AI
<https://www.oecd.org/publications/g7-hiroshima-process-on-generative-artificial-intelligence-ai-bf3c0c60-en.htm>
- The Hiroshima AI Process: Leading the Global Challenge to Shape Inclusive Governance for Generative AI
www.japan.go.jp/kizuna/2024/02/hiroshima_ai_process.html#:~:text=The%20rapid%20development%20and%20spread,Hiroshima%20Summit%20under%20Japan's%20presidency
- 11 Executive Order on the Safe, Secure, and Trustworthy Development and Use of Artificial Intelligence
<https://www.whitehouse.gov/briefing-room/presidential-actions/2023/10/30/executive-order-on-the-safe-secure-and-trustworthy-development-and-use-of-artificial-intelligence>
- 12 Interim Report: Governing AI for Humanity
<https://www.un.org/en/ai-advisory-body>
- 13 في المجتمعات الديمقراطية يقوم التنظيم الذاتي لمهّمة الصحافة على عدّة آليات كما أسلفنا الذكر، ومنها على وجه الخصوص مجلس الصحافة. انظر www.presscouncils.eu
- 14 .(Le conseil des déontologies journalistiques et de médiation (CDJM
[/https://cdjm.org/journalisme-et-intelligence-artificielle-les-bonnes-pratiques](https://cdjm.org/journalisme-et-intelligence-artificielle-les-bonnes-pratiques)
- 15 .Will AI deepen distrust in news? Gannett, other media organizations want more regulations
[/https://www.usatoday.com/story/tech/news/2023/08/09/ai-regulations-media-gannett/70551555007](https://www.usatoday.com/story/tech/news/2023/08/09/ai-regulations-media-gannett/70551555007)
- 16 Analysis of Microsoft's Bing Chat Generative AI and elections: Are chatbots a reliable source of information for voters? », AI Forensics, AlgorithmWatchAn December 2023
https://algorithmwatch.org/en/wp-content/uploads/2023/12/AlgorithmWatch_AIForensics_Bing_Chat_Report.pdf

| | |
|---|--------------|
| World Economic Forum, The Global Risks Report 2024 from the | 17 |
| https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf | |
| انظر في هذا بالخصوص الجزء المتعلق بالمعلومات الخاطئة | 18 |
| /https://www.aisafetysummit.gov.uk . AI Safety Summit | 19 |
| انظر الميثاق على موقع اليونسكو المتخصص في «أخلاقيات الذكاء الاصطناعي» https://shorturl.at/iyLWZ | 20 |
| Predictions 2024, DIGITAL NEWS PROJECT, JANUARY Technology Trends and Nic Newman, Journalism, Media, and | 21 |
| .(2024, Reuters Institute for the Study of Journalism with the support of the Google News Initiative (GNI | |
| يستخدم التقرير التعبير التالي The disruptive power of artificial intelligence، الصفحة 3 | 22 |
| The Washington Post to use artificial intelligence to cover nearly 500 races on Election Day | 23 |
| https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2016/10/19/the-washington-post-uses-artificial-intelligence-to-cover-near- | |
| ly-500-races-on-election-day/?ref=medianes.org | |
| German tabloid Bild cuts 200 jobs and says some roles will be replaced by AI | 24 |
| https://amp.theguardian.com/world/2023/jun/20/german-tabloid-bild-to-replace-range-of-editorial-jobs-with-ai?ref=medianes.org | |
| | org |
| Noémie Lair, Comment les médias utilisent l'IA pour faire parler leurs invités dans plusieurs langues | 25 |
| https://www.radiofrance.fr/franceinter/comment-les-medias-utilisent-l-ia-pour-faire-parler-leurs-invites-dans-plusieurs-langues-2128193 | |
| | gues-2128193 |
| In U.S., Regulating A.I. Is in Its 'Early Days' https://www.nytimes.com/2023/07/21/technology/ai-united-states-regula- | 26 |
| tion.html?ref=medianes.org | |
| liberté d'expression, Défis et perspectives pour les médias les médias sur la applications D'IA dans Les Incidences des | 27 |
| ,et la démocratie Document de référence pour la Conférence ministérielle | |
| .Chypre 2020 | |
| المرجع نفسه | 28 |
| https://rb.gy/zmw9g5 ؟الذكاء الاصطناعي | 29 |
| ما ترتيب الدول العربية على سلم المؤشر العالمي للذكاء الاصطناعي؟ | |
| انظر أيضا The Global Artificial Intelligence Index وهو تقرير من إنجاز مؤسسة «تورتواز ميديا» | |
| /https://www.tortoisemedia.com/2023/06/28/the-global-artificial-intelligence-index | |
| /https://ai.gov.eg | 30 |
| https://sdaia.gov.sa/ar/Sectors/Ncai/Pages/default.aspx | 31 |

مستجدات في تكنولوجيا الاتصال

م. حسن رضا سيد حسن

الرئيس التنفيذي لشركة
«ماستر ميديا» للاستشارات

الاتجاهات الناشئة في تقنيات الأخبار

كانت وسائل الإعلام التقليدية في معظم الأحيان قناة اتصال ذات اتجاه واحد، حيث تقوم بنشر المعلومات إلى الجماهير المتلقية. بينما سهّلت المنصات الرقمية التواصل في الاتجاهين، وصارت المؤسسات الإخبارية تتفاعل بشكل نشط مع مشاهديها، من خلال التعليقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمحادثات المباشرة والتفاعل في الوقت الفعلي، مما يجعل تجربة الأخبار أكثر ديناميكية وجاذبية.



أحدث التحوّل الرقمي والتقدّم المتسارع في تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تغييراً جذرياً في مجال جمع الأخبار والبتّ، ممّا أعاد تشكيل المشهد الإعلامي بأكمله.

كان التحوّل من منصات فردية إلى نهج متعدّد المنصات، ولم تعد المؤسسات الإخبارية مكبّلة بقيود البتّ التلفزيوني المبرمج مسبقاً. تبنت المؤسسات الإخبارية مجموعة واسعة من القنوات الرقمية، بما في ذلك مواقع الويب وتطبيقات الهاتف المحمول ومنصات التواصل الاجتماعي والبودكاست. يتيح هذا النهج متعدّد المنصات إمكانية الوصول إلى المحتوى الإخباري لجمهور أوسع وعلى مدار الساعة.

وفضلاً عن ذلك، أدّى التحوّل الرقمي إلى عصر جديد من المشاركة المتزايدة للجمهور.

عبر الأقمار الصناعية (SNG) لتفسيح المجال تدريجيًا أمام تقنيات أكثر تنوعًا وفعالية من حيث التكلفة، مثل نقل البيانات عبر الهاتف المحمول وحقائب الظهر ذات بطاقات SIM المتعددة. ولهذا التحول مزايا وتحديات، وهو يعيد تشكيل مشهد التغطية الإخبارية على مستوى العالم، كما على مستوى منطقتنا العربية.

تمثل صحافة الهاتف المحمول Mobile Journalism، والتي غالبًا ما يتم اختصارها باسم MoJo، اتجاهًا محوريًا في التقارير الإخبارية. يستخدم الصحفيون الهواتف الذكية بشكل متزايد في جوانب مختلفة من عملهم، بما في ذلك تصوير المحتوى الإخباري وتحريره ونشره. ومع تقدم تكنولوجيا الهواتف الذكية، أصبح بإمكان الصحفيين التقاط مقاطع فيديو وصور عالية الجودة، وإجراء المقابلات، وإرسال تحديثات في الوقت الفعلي من الميدان.

إحدى الخصائص الأساسية لصحافة الهاتف المحمول هي قدرتها على توصيل الأخبار بسرعة، لاسيما أثناء الأحداث الإخبارية العاجلة. يمكن للصحفيين بث لقطات فيديو مباشرة، والتقاط روايات شهود العيان، ومشاركة المعلومات الهامة مع المشاهدين في غضون دقائق. كما قامت صحافة الهاتف المحمول بجعل صناعة الأخبار أكثر «ديمقراطية».

كما استلزم التحول الرقمي اتباع نهج «رقمي أولاً» Digital First أو «الهاتف المحمول أولاً» Mobile First. ومع وصول غالبية مستخدمي الإنترنت إلى المحتوى عبر الهواتف الذكية، كان على المؤسسات الإخبارية تكييف استراتيجياتها لتلبية احتياجات جمهور الهاتف المحمول. يستلزم ذلك تصميم مواقع إنترنت سريعة الاستجابة، وتطبيقات هاتف محمول مُحسنة ومتلائمة مع مختلف الأجهزة وأحجام الشاشات، والتأكد أيضا من أن تجربة مستخدم الهاتف المحمول سلسة وسهلة.

سنحاول في هذه المقالة تسليط الضوء على بعض التحولات في التقنيات وطرق العمل المتعلقة بإنتاج المحتوى الإخباري وبثه.

جمع الأخبار ونقلها



شهدت صناعة البث والإعلام على مستوى العالم تحولًا كبيرًا في طريقة جمع الأخبار ونقلها في السنوات الأخيرة. يتناقص استخدام الطرق التقليدية لجمع الأخبار

متعدّدة، يستطيع الصحفي نقل الفيديو والصوت المباشر من أيّ مكان تقريباً مزوّد بتغطية خلويّة. يعدّ هذا التنقّل مفيداً بشكل خاص في تغطية الأخبار العاجلة أو الأحداث في المواقع النائية، حيث قد لا يكون تجهيز محطات الوصلة الصاعدة عبر الأقمار الصناعية Satellite Uplink ميسوراً. يمكن أن يستغرق وضع معدّات الأقمار الصناعية وقتاً طويلاً، خاصة في بيئات الأخبار سريعة الوتيرة، في حين أنّ لحلول بيانات الهاتف المحمول القدرة على التشغيل السريع. يمكن للصحفيين أن يتواجدوا في مكان الحادث والبدء في البثّ المباشر بسرعة فائقة.

من ناحية أخرى، يواجه استخدام بيانات الهاتف المحمول وبطاقات SIM المتعدّدة بعض التحدّيات. يمكن أن تعاني شبكات البيانات المتنقّلة من ازدحام في المناطق المكتظة بالسكان أو أثناء الأحداث واسعة النطاق، ممّا يؤدّي إلى انخفاض عرض النطاق التردّدي، وإلى انقطاعات محتملة في البثّ المباشر. يمكن أن تتفاقم هذه المشكلة إذا تنافس العديد من الصحفيين على نفس موارد الشبكة في ذات الوقت والمكان.

في بعض المواقع أو السيناريوهات، وكما هو الحال عند الاعتماد على شبكات الهاتف المحمول من خلال تجوال البيانات، قد يؤدّي بثّ الفيديو المباشر واستخدام

فقد قلّصت الحاجة إلى معدّات تصوير باهظة الثمن، ممّا جعل العمل الصحفي في متناول الصحفيين المستقلّين والمراسلين المواطنين، ولم تعد حكراً على المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء.



ومن أهمّ مزايا استخدام بيانات الهاتف المحمول وحقائب الظهر ذات بطاقات SIM المتعدّدة هي كلفتها المتدنيّة. المعدّات التقليدية لجمع الأخبار عبر الأقمار الصناعية مكلفة شراءً وتشغيلاً وصيانةً. وفي المقابل، غالباً ما تكون حلول بيانات الهاتف المحمول ملائمة أكثر للميزانيات المنخفضة، ممّا يجعلها في متناول المؤسسات الإعلامية الكبيرة والصغيرة والأفراد على حدّ سواء.

بالإضافة إلى توفير الكلفة، تقدّم حلول بيانات الهاتف المحمول مرونة فريدة وإمكانية تنقّل سريع للصحفيين. باستخدام حقيبة الظهر التي تحتوي على بطاقات SIM

الأدوات التعاونية والأتمتة في غرف الأخبار



من أهمّ التحوّلات في عمل غرف الأخبار هو الاعتماد الواسع لأدوات العمل عن بُعد. لقد أدّت جائحة كوفيد-19 إلى تسريع تحوّل المؤسسات الإخبارية والتكيّف مع بيئات العمل الموزّعة. بالإضافة إلى إعادة تصميم أنظمة كمبيوتر غرف الأخبار (NRCS) للسماح للصحفيين بالعمل من خارج غرفة الأخبار، صارت الأدوات التعاونية مثل Slack و-Micro Teams soft أساسية للتواصل والتنسيق بين فرق العمل. وقد أحدثت الحلول المعتمّدة على الحوسبة السحابية Cloud Computing أيضًا تحوّلًا في عمل غرف الأخبار إذ تتيح منصّات التخزين والتعاون السحابية إمكانية الوصول في الوقت الفعلي إلى الملفات والتطبيقات من أيّ مكان متّصل بالإنترنت. أدّى ذلك إلى تبسيط عمليات إنشاء المحتوى وتحريره، ممّا يسمح للصحفيين ومنتجي الوسائط بالعمل معًا بسلاسة، حتّى ولو لم يكونوا جنبًا إلى جنب في غرفة واحدة.

بيانات التجوال عبر شبكات الهاتف المحمول، إلى تكبّد تكاليف بيانات كبيرة.

في حين أنّ هذا الأمر قد لا يكون مصدر قلق للمؤسّسات الإخبارية الكبرى، إلّا أنّ المؤسّسات الصغيرة والصحفيين المستقلّين قد لا يستطيعون دفع فواتير بيانات التجوال الباهظة.

بالإضافة إلى بيانات الهاتف المحمول وحقائب الظهر ذات بطاقات SIM المتعدّدة، تعتمد المؤسّسات الإخبارية أيضًا على تطبيقات الاتصال المرئي (مثل Zoom وSkype) لإجراء المقابلات ونقل المؤتمرات الصحفية والبثّ المباشر. تسهّل هذه الأدوات التفاعل مع الضيوف والخبراء وغيرهم من الأشخاص الذين تتمّ مقابلتهم، ممّا يسمح للصحفيين بجمع معلومات أكثر وإجراء المقابلات عن بعد بسهولة. كانت هذه الأدوات تعتبر قبل بضع سنوات دون المستوى المقبول لاستخدامها في البرامج الإخبارية عالية الجودة، وكان الاعتماد على الاتصالات عبر الأقمار الصناعية للمقابلات المباشرة هو القاعدة.

وبفضل الجودة العالية والتكلفة المنخفضة وسهولة استخدام تطبيقات الاتصال المرئي، مقارنةً باتّصالات الأقمار الصناعية الباهظة الثمن، وقد أصبحت هذه الأدوات مستخدمة ومقبولة على نطاق واسع في الإنتاج الاحترافي للأخبار.

يخضع هذا الموضوع حاليًا لنقاش كبير، مع وجود مخاوف بشأن التحيز وانتهاك الملكية الفكرية والاعتبارات الأخلاقية للمحتوى الإخباري المنتج عبر أدوات الذكاء الاصطناعي.

صحافة البيانات

برزت صحافة البيانات مؤخرًا كاتجاه صاعد في صناعة الأخبار، مما أدى إلى تغيير طريقة سرد القصص وفهمها. ومع وفرة البيانات المتاحة اليوم، تقوم المؤسسات الإخبارية بتسخير تحليلات البيانات وأدوات التصور للكشف عن الرؤى والاتجاهات التي قد تكون غير جلية.

أحد المكونات الأساسية لصحافة البيانات هو تصور البيانات Data Visualization. يستخدم الصحفيون المخططات والرسوم البيانية والخرائط التفاعلية والأنفوجرافيكس والعناصر المرئية الأخرى لعرض معلومات معقدة بشكل جذاب وسهل الفهم أيضًا. تعدّ هذه العناصر المرئية أدوات فعّالة لنقل القصص المستندة إلى البيانات.

يمكن جعل الإحصاءات والبيانات المجردة في متناول جمهور أوسع، بشكل يسهّل على المشاهدين فهم أهمية المعلومات المقدّمة. ومع ذلك، فإنّ فعّالية صحافة البيانات تعتمد

كما أضحت الأتمتة Automation اتّجاهًا بارزًا في غرف الأخبار، مُحدثة تحوّلًا في جوانب مختلفة من جمع الأخبار وإنتاجها وتوزيعها. تساعد أدوات الأتمتة غرف الأخبار على تبسيط العمليّات وتحسين الكفاءة. يمكن الآن أتمتة المهامّ المتكرّرة، مثل النسخ وإدخال البيانات والنشر على وسائل التواصل الاجتماعي، ممّا يقلّل الوقت والجهد اللازمين لهذه الأنشطة الروتينية. كما تضمن الأتمتة الاتّساق في إنشاء المحتوى وتوزيعه، إذ تلتزم بالتنسيق المحدّد وبارشادات الأسلوب بدقّة.



ويمكن للأدوات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، مثل نماذج اللغة الضخمة Large Language Models، أن تساعد في إنتاج المحتوى، مثل المقالات الإخبارية والتقارير والملخصات والمنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي. ورغم أنها لا تحلّ محلّ الصحفيين البشريين، على الأقلّ في الوقت الحالي، إلّا أنّ هذه الأدوات تزيد من قدرة غرف الأخبار على إنشاء المحتوى بكثافة وسرعة.

يسمح هذا النهج متعدّد التخصصات لغرف الأخبار بمعالجة القضايا المعقّدة، وإنتاج قصص عالية التأثير تلقى صدًى لدى الجماهير، عبر تفسير البيانات بدقّة ووضوح.

أتمتة نشرات الأخبار



تلعب أتمتة نشرات الأخبار Newscast Automation دورًا أساسيًا في تبسيط وتعزيز إنتاج عمليات إنتاج النشرات والبرامج الإخبارية داخل الأستديوهات. تعتبر غرف التحكم بالأستديوهات المركز العصبي لإنتاج برامج إخبارية متماسكة. وبالتالي فإنّ تطبيق الأتمتة في عمليات غرفة التحكم لا يؤدّي إلى زيادة الكفاءة التشغيلية فحسب، بل يساهم أيضًا في رفع الجودة واتّساق عمليات إنتاج الأخبار وبثّه.

إلاّ أنه من المهمّ تحقيق التوازن بين الأتمتة والتدخّل البشري لضمان بقاء الحكم التحريري الصائب وصنع القرار أساسيين

على جودة ودقّة مصادر البيانات، وينبغي لغرف الأخبار التأكّد من تدريب الصحفيين على تقنيات تحليل البيانات والتحقّق منها.

ويعدّ تحليل البيانات مجالًا يتألّق فيه الذكاء الاصطناعي. يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي التدقيق في مجموعات كبيرة من البيانات بوقت أقصر بكثير من الذي يستغرقه الإنسان، ممّا يجعلها لا غنى عنها في صحافة البيانات. يمكن لهذه الخوارزميات الكشف عن الاتجاهات والأنماط والرؤى من مجموعات البيانات المعقّدة والضخمة، وهذا مفيد بشكل خاص للتقارير الاستقصائية والكشف عن القصص المخفية داخل البيانات.

غالبًا ما تؤدّي صحافة البيانات إلى تقارير مؤثّرة وفعّالة. ومن خلال غرابة مجموعات البيانات الواسعة وإجراء تحليلات متعمّقة، يستطيع الصحفيون تسليط الضوء على التحدّيات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ممّا يوفّر فهمًا أكثر شمولاً للقضايا المطروحة، مثل الكشف عن التفاوت في الوصول إلى الرعاية الصحية، ونتائج الانتخابات، والاتّجاهات البيئية، وغيرها.

علاوة على ذلك، تزدهر صحافة البيانات عبر التعاون بين الصحفيين وعلماء البيانات والأخصائيين والخبراء من مختلف المجالات للعمل على مشاريع استقصائية.

يمكن أن تكون فوائد أتمتة نشرات الأخبار في غرفة التحكم في الأستوديو كبيرة، على الرغم من أنها قد تختلف حسب مدى اعتماد الأتمتة والاحتياجات المحددة لكل مؤسسة الإخبارية. وفيما يلي بعض الفوائد الرئيسية المرتبطة باعتماد أتمتة نشرات الأخبار:

في عملية إنتاج الأخبار.

لا يزال التقنيون والمشغلون والمهندسون المهرة ضروريين للإشراف على الأنظمة الآلية وإدارتها، خاصة في التعامل مع المواقف غير المتوقعة وخلال تغطية الأخبار العاجلة.

بعض فوائد أتمتة نشرات الأخبار

يمكن للأتمتة أن تقلل بشكل كبير من الحاجة إلى العمل اليدوي في عمليات غرفة التحكم. على سبيل المثال، يؤدي التحكم الآلي بالكاميرات وأجهزة الجرافيكس إلى تقليل الحاجة إلى المصورين ومشغلي الجرافيكس، مما يوفر مباشرة من كلفة الموظفين.

خفض تكلفة العمالة

تعمل أنظمة الأتمتة على تبسيط سير عمل من خلال التعامل مع المهام الروتينية بكفاءة. يمكن أن يؤدي ذلك إلى توفير الوقت وزيادة الإنتاجية، مما يسمح للموظفين الحاليين بالتركيز على مهام أكثر إبداعًا وذات قيمة أعلى.

تبسيط سير العمل

تتيح الأتمتة للمؤسسات الإخبارية إمكانية تشغيل عمليات بث متواصلة، دون الحاجة إلى عدد كبير من الموظفين خارج ساعات الذروة. يمكن أن يؤدي هذا إلى توفير في تكاليف التوظيف في المناوبات الليلية أو في عطلة نهاية الأسبوع.

العمل على مدار الساعة بعدد أقل من الموظفين

تضمن الأتمتة الاتساق في المهام، مثل إدراج الرسومات والتحكم في الكاميرا ومزج الصوت، مما يقلل من احتمالات الخطأ خلال البث المباشر.

الاتساق والحد من الخطأ

تم تصميم الأنظمة الآلية بشكل عام لتكون سهلة الاستخدام، مما يقلل من وقت وتكلفة تدريب مشغلي وفتي غرفة التحكم الجدد.

خفض تكاليف التدريب

غالبًا ما تقوم أنظمة الأتمتة بدمج وظائف متعدّدة في نظام واحد، ممّا يقلّل الحاجة إلى مُعدّات وأجهزة منفصلة. يمكن أن يُوَدّي هذا إلى توفير كلفة شراء المعدّات وصيانتها.

خفض تكاليف المعدّات

تكون أنظمة التشغيل الآلي قابلة عادة للتوسّع والقيام بمهمّات إضافية، ممّا يسمح للمؤسّسات الإخبارية بتوسيع قدرات التشغيل الآلي لديها دون تكاليف إضافية كبيرة.

قابلية التوسّع والمرونة

يمكن أن تغطّي أتمتة نشرات الأخبار واحدة أو أكثر من وظائف نشرات الأخبار التالية:

بعض وظائف أتمتة نشرات الأخبار

إحدى الوظائف الأساسية لغرفة التحكّم هي إدارة الكاميرات. يمكن للأتمتة التحكّم بتحريك الكاميرات بكافة الاتجاهات وبالعدسات والتبديل بين زوايا الكاميرا المختلفة، ممّا يُوَدّي إلى تحكّم دقيق بالكاميرات للحصول على مظهر مصقول ومتّسق على الهواء.

التحكّم الآلي بالكاميرات

يمكن لأنظمة التشغيل الآلي إدراج الرسومات والمؤثّرات البصرية برسومات والمؤثّرات بسلاسة خلال البثّ. يمكن جدولة هذه الرسومات مسبقًا أو تشغيلها في الوقت الفعلي، من خلال مشغلي الجرافيكس لضمان الحصول على توقيت دقيق ولتقليل الأخطاء.

الرسومات والمؤثّرات البصرية

يمكن لأنظمة مزج الصوت الآلية موازنة مستويات الصوت، وضبط الضوضاء، والتأكد من أنّ صوت المراسلين، والضيوف، والخلفية واضح ومتوازن.

ضبط الصوت

يمكن لأنظمة الأتمتة إدارة تشغيل مقاطع الفيديو والإعلانات المسجّلة مسبقًا أثناء البثّ. يضمن ذلك توقيتًا دقيقًا، وانتقالات سلسلة بين المحتوى المباشر والمسجّل.

تشغيل مقاطع الفيديو

يمكن للأتمتة التحكم بأجهزة مزج الفيديو للتبديل بسلاسة بين الكاميرا والرسومات ومقاطع الفيديو، الشيء الذي يقلل من خطر حدوث أخطاء بشرية، ويوفر مظهرًا مصقولًا على الشاشة.

مزج الصورة

يمكن للأتمتة تبسيط سير العمل الإجمالي في غرفة التحكم، بدءًا من جدولة المحتوى إلى إدارة البيانات التعريفية وأرشفتها. يوفر هذا الأمر فوائد جمّة، مثل الاستخدام الفعال للموارد، وتقليل إدخال البيانات يدويًا، وتنظيمًا أفضل للمحتوى.

أتمتة سير العمل

أدوات فحص الحقائق والتحقق منها

أمثلة النصوص الإخبارية المزيّفة. ويعدّ التثبت في الوقت الحقيقي real-time verification أحد التطبيقات الأساسية لهذه التقنيات، ففي بيئة إخبارية سريعة الوتيرة، غالبًا ما يحتاج الصحفيون إلى تقييم مصداقية المعلومات بسرعة قبل نشرها أو بثّها.

غدت أدوات فحص الحقائق والتحقق منها ذات أهمية متزايدة في العصر الرقمي، حيث يمكن أن تنتشر المعلومات الخاطئة والأخبار المزيّفة بسرعة هائلة.

يمكن لأدوات فحص الحقائق أن تساعد من خلال الرجوع إلى مصادر وقواعد بيانات متعدّدة للتحقق من دقّة الادّعاءات والبيانات، ممّا يساعد المؤسسات الإخبارية على تجنب نشر معلومات كاذبة أو مضلّلة، يمكن أن تلحق الضرر بسمعتها وتؤدي إلى تآكل الثقة مع الجمهور.

تلعب هذه الأدوات دورًا حاسمًا في الحفاظ على دقة التقارير الإخبارية ومصداقيّتها.

كما اكتسبت أدوات التحقق المرئي أهمية كبيرة مع انتشار المحتوى الذي يُنشئه العامة UGC User-Generated Content، حيث تتم مشاركة الصور ومقاطع الفيديو بشكل متكرّر على وسائل التواصل الاجتماعي. تقوم أدوات

كان التحقق اليدوي من الحقائق هو السبيل الوحيد قبل ظهور تقنيات مكافحة الأخبار المزيّفة، مثل البحث الآلي عن المصادر، أو أنظمة مكافحة الانتحال Anti-plagiarism. ثمّ تطوّرت تقنيات التعلّم الآلي المختلفة لتحديد المعلومات غير الدقيقة. تعتمد هذه المشاريع في أغلب الأحيان على التحليل الأسلوبي للنصوص ونموذج تمّ تدريبه على

حظيت تقنية سلسلة الكتل أو بلوك تشين Blockchain بالاهتمام كأداة للتحقق من صحّة مصادر الأخبار ومكافحة انتشار الأخبار المزيفة. تسمح طبيعة البلوك تشين اللامركزية والثابتة بإنشاء سجلّات مقاومة للتلاعب بالمقالات الإخبارية والصور ومقاطع الفيديو. يمكن أن يساعد ذلك في التحقق من المصدر الأصلي للمحتوى والتأكد من عدم تغييره أو التلاعب به.

أحد التطبيقات المهمّة لبلوك تشين في التحقق من الأخبار هو مكافحة التزييف العميق Deep Fake والمعلومات المضلّلة. من خلال تخزين المحتوى الأصلي على البلوك تشين، يصبح من الممكن مقارنة سجلّ البلوك تشين مع المحتوى المتداول، ممّا يوفّر طريقة موثوقة لتأكيد صحّة المواد الإخبارية.

على الرغم من الآفاق التي تفتحتها تقنية البلوك تشين، فإنّ اعتمادها على نطاق واسع في وسائل الإعلام الإخبارية يواجه تحديات عدّة. تجب معالجة قضايا أساسية مثل قابلية التوسّع، والمخاوف من استهلاك عالٍ للطاقة، والحاجة إلى معايير واضحة، وتعاون واسع على مستوى الصناعة ككلّ. ومع ذلك، فإنّ قدرة البلوك تشين على تعزيز الثقة والشفافية في الصحافة تجعلها اتّجاهاً مثيراً للاهتمام والمتابعة.

التحقّق المرئي بتحليل البيانات الوصفية، وإجراء عمليات بحث عكسية عن الصور، واستخدام الخوارزميات لتحديد التلاعب أو التعديلات المحتملة على المحتوى. تساعد هذه الأدوات غرف الأخبار على عدم نشر صور مضلّلة أو كاذبة عن غير قصد.

كما استفادت عملية فحص الحقائق والتحقّق من تقنيّات الذكاء الاصطناعي. ففي عصر مليء بالمعلومات المضلّلة والأخبار المزيفة، يمكن للأدوات المعتمّدة على الذكاء الاصطناعي فحص المقالات الإخبارية للتأكد من دقّتها والإبلاغ عن المعلومات الكاذبة أو المضلّلة المحتملة. ومن خلال أتمتة عملية التثبّت من الحقائق، يمكن للمؤسسات الإخبارية ضمان سلامة تقاريرها والمساعدة في مكافحة انتشار المعلومات الخاطئة.

البلوك تشين للتحقق من الأخبار



من أنواع المحتوى، بدءًا من ملخصات الأخبار اليومية والتقارير الاستقصائية المتعمّقة، إلى رواية القصص والمقابلات الطويلة. ويُلبي هذا التنوع نطاقًا واسعًا من الاهتمامات، ممّا يسمح للمؤسّسات الإخبارية بتجربة أساليب مختلفة. ومن مميّزات البودكاست أنّ إنتاجها لا يتطلّب تقنيات معقّدة أو عالية الكلفة على الإطلاق، حيث يمكن تسجيل الصوت (أحيانًا مترافقًا مع فيديو) وتوليّفه بتجهيزات بسيطة وسهلة الاستخدام.

الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعرّز (AR)



بشّرت تقنيات الواقع الافتراضي (Virtual Reality- VR) والواقع المعرّز (Augmented Reality- AR) بعصر جديد من رواية القصص الغامرة في صناعة الإخبار. يتيح الواقع الافتراضي للجمهور الانغماس في القصة، من خلال ارتداء سمّاعة الرأس وتجربة عرض بزواوية 360 درجة. بينما يقوم الواقع المعرّز بدمج المعلومات الرقمية مع العالم الحقيقي، ممّا يعرّز فهم المشاهد للقصص الإخبارية.

البودكاست والصحافة الصوتية

شهد البثّ الصوتي (البودكاست) والصحافة الصوتية نموًا هائلًا في السنوات الأخيرة، ممّا قدّم للمؤسّسات الإخبارية طرقًا جديدة لسرد القصص والتفاعل مع الجمهور. وقد سهّلت منصّات البودكاست، مثل Apple Podcasts و Spotify و Anghamig، على الجمهور اكتشاف ملفّات البودكاست والوصول الميسّر إليها.

توفّر برامج البودكاست للجمهور المرنة اللازمة لاستهلاك الأخبار والقصص عند الطلب، وفقًا لجداولهم الخاصة. يمكن للمستمعين الاشتراك في برامج البودكاست المفضّلة لديهم والوصول إلى الحلقات في أيّ وقت وفي أيّ مكان يناسبهم.

تمثّل هذه المرنة عامل جذب كبير للمستهلكين الذين يبحثون عن محتوى مخصّص. تلبّي البرامج الصوتية احتياجات الجمهور المتنوّعة، بما في ذلك الأشخاص من ذوي الإعاقات البصرية أو أولئك الذين يفضّلون استهلاك المحتوى أثناء القيام بمهامّ متعدّدة، مثل قيادة السيارة أو ممارسة الرياضة. تساهم إمكانية الوصول هذه في زيادة شعبية البودكاست.

بالإضافة إلى المرنة وسهولة الوصول، يشمل مشهد البثّ الصوتي مجموعة واسعة

وعلى الرغم من إمكانات الواقعين الافتراضي والمعزز في إعداد وإنتاج التقارير الإخبارية، فلا تزال هناك تحديات عديدة لانتشار أوسع. يمكن أن يكون إنتاج محتوى غامر عالي الجودة مكلفًا ويتطلب مهارات متخصصة في النمذجة والتصميم ثلاثي الأبعاد، وفهمًا عميقًا من قبل الصحفيين ومنتجي الأخبار للإمكانيات التي توفرها هذه التقنيات. كما لا يزال انتشار أجهزة الواقع الافتراضي محدودًا نسبيًا، مما قد يحد من وصول هذا المحتوى. ورغم هذا، فإنه من المرجح أن تلعب هذه التقنيات دورًا متزايد الأهمية في صناعة الإخبار.

يوفر الواقع الافتراضي تجارب غامرة تنقل المشاهدين إلى قلب الحدث الإخباري، مثل مناطق النزاع أو تلك المنكوبة. يمكن لهذا «الانغماس» خلق اتصال عاطفي وفهم أعمق للقضايا المعقدة.

من ناحية أخرى، يدعم الواقع المعزز القصص الإخبارية، عبر إضافة مزيد من المعلومات أو مقاطع الفيديو أو الرسوم التفاعلية كطبقات إضافية للقصة الإخبارية، خاصة في الإنتاج الإخباري القائم على التصوير في الأستوديو.



خاتمة

تناولت هذه المقالة اتجاهات ناشئة في عالم إنتاج وبت الأخبار، ركزت على جوانب تقنية وتشغيلية. أحدث التحول الرقمي في قطاع الإعلام عمومًا والأخبار خصوصًا تغييرًا جذريًا في المشهد الإعلامي، موفرًا فرصًا متنوعة وآفاقًا جديدة للمؤسسات الإعلامية. تعددت مصادر الأخبار ومنصاتها وأصبح لدى هذه المؤسسات القدرة على الوصول إلى جمهور واسع، من خلال مجموعة متنوعة من الوسائط الرقمية، مما سمح بتوفير المحتوى الإخباري على مدار الساعة.

كما تطورت تقنيات التصوير والتواصل والإنتاج والبت وجمع الأخبار، وانخفضت كلفتها بشكلٍ سمح بإنتاج محتوى إخباري أغنى، بسرعة فائقة، بكمية أكبر، وبجودة أعلى.

ملاحظة: صممت جميع الصور والرسومات في هذه المقالة عبر تطبيق الذكاء الاصطناعي Midjourney

توظيف الأخبار المفبركة

في العدوان الإسرائيلي الوحشي على غزة



تايمز عن ادّعاءات وقوع انتهاكات جنسية في هجمات السابع من أكتوبر، أو في تحاليل أوسع نطاقا لأنماط المخالفات المهنية في صحيفة واحدة أو عدّة صحف، كما فعل موقع «ذا إنترسبت» في تقييم تغطية ثلاث صحف أمريكية للحرب على غزة، أو الدراسة التي نفّذها المركز العربي في واشنطن لتحليل الانحياز الكامل للرواية الإسرائيلية في أربعة برامج حوارية سياسية بالولايات المتحدة.

وكان آخر هذه الجهود وأكثرها إحاطة بسلوك بيئة إعلامية محدّدة في هذا الصدد، التحليل البحثي الصادر عن المركز البريطاني للرقابة

برز واضحا منذ اللحظات الأولى لأحداث غزة، ذلك التحشيد الإعلامي الغربي المتحيّز الفاضح بتغطية هذه الحرب تغطيةً منحرفة بشكل فظيع وإخفاؤها في التقيّد- ولو بالحدود المهنية الدنيا- بالأدوار المنوطة بوسائل الإعلام في زمن الحروب، كالالتزام بالمعايير التحريرية والأخلاقية للعمل الإعلامي المرتكزة على قيم العدالة وحقوق الإنسان ومساءلة السلطة، ولا سيما عند مقارنة هذه الحرب، باعتبارها مشروع إبادة جماعية، موصوفا تنفّذه دولة الاحتلال الإسرائيلي بحقّ الشعب الفلسطيني الأعزل.

منذ الأيام الأولى من التوغّل البرّي الإسرائيلي في غزة، رصدت عدّة مؤسسات بحثية وإعلامية مستويات التحيز الممنهجة في الإعلام الغربي؛ وعلى سبيل المثال لا الحصر، نالت الصحف الأمريكية قدرا أكبر من الاهتمام والمتابعة، سواء في تنفيذ تقارير بعينها، مثل التقرير المعيب -بالمعنى المهني- الذي نشرته نيويورك

المال من خلال عائدات الإعلانات. على الرغم من أنّ الأخبار الكاذبة كانت منتشرة دائماً عبر التاريخ، إلا أنّ مصطلح «الأخبار المزيفة» استخدم لأول مرة في تسعينيات القرن التاسع عشر، عندما ظهرت تقارير مثيرة في الصحف، وقصص مصنّعة من العدم، وبمعظم التدابير، عمداً.



وأثبت استطلاع رأي، أجراه موقع (You Gov)، أنّ 54% من المستخدمين يلجؤون إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، في حين أنّ 24% منهم فقط يستطيعون التفريق بين الأخبار الصحيحة والمفبركة، ممّا يزيد من خطورة تداول الأخبار المضلّة على شبكات التواصل الاجتماعي، وسلّطت صحيفة «الإندبندنت» الضوء على الأخبار المفبركة وتأثيرها في الأزمات، وكيف أسهمت في صبّ الزيت على بارود متفجّر بمنطقة الشرق الأوسط. وضربت مثلاً لذلك بما يجري تداوله على شبكات التواصل الاجتماعي من أحداث مصنّعة لا علاقة لها بالواقع المحسوس.

وهناك إشكالية أخرى تتمثّل في حجم المواد والتقارير الإخبارية التي يتمّ نشرها عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، لاسيما في الولايات المتحدة وأغلب الدول الأوروبية؛ إذ لا يتمّ إنتاج أخبار تحليلية أو تحقيقات كبرى فيها، بل تعتمد على نشر أخبار مقتضبة وقصيرة جداً دون أيّ محتوى، وعرف ذلك باختراع مدرسة جديدة تسمّى «عاجل خطير».

على الإعلام (CfMM)، الذي أشرف على إعداده الباحث البريطاني فيصل حنيف، ورصد فيه بلغة البيانات طيفا من المخالفات المهنية الممنهجة في تغطية الإعلام السائد في المملكة المتحدة للحرب على قطاع غزّة. فقد كشف البحث، على نحو تفصيلي، عن أنماط من التحيز لصالح الرواية الإسرائيلية ترقى إلى حدّ التبنيّ الأعمى لها، وهي نتيجة وصل إليها الباحث عبر النظر في عيّنة تزيد على 25 ألف مقال من 28 صحيفة وموقع إخباري بريطاني، وأكثر من 176 ألف مقطع مصوّر من 13 قناة تلفزيونية، منها «بي بي سي» و«آي تي في» و«سكاي نيوز» وغيرها، مع التركيز على الفترة الأولى من الحرب، وتحديدًا بين السابع من أكتوبر 2023، وحتى السابع من نوفمبر من العام ذاته.

الأخبار المفبركة هي الأخبار المزيفة أو الأخبار الخادعة، هي معلومات كاذبة أو مضلّة (خدع ودعاية وتضليل) يتمّ تقديمها كأخبار.

وغالبا ما تهدف هذه النوعية من الأخبار إلى الإضرار بسمعة شخص أو كيان، أو كسب

صناعة ونقل الأخبار المزيّفة والمفبركة مسيرة الإنسانية لعشرات الآلاف من السنين، فلم تولد المبالغة والتهويل في عصر مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت؛ حيث كانت لعبة الإنسان منذ تعلّم الكلام وأتقن حَبْك القصص والروايات، لكن في الماضي، كان الخبر المزور ينتقل ببطء شديد، ويؤثر في مجموعة صغيرة من الناس في مناطق جغرافية صغيرة ومحدودة، أما الآن، فيمكن لأيّ خبر أو قصة أن تنتقل بسرعة فائقة وتنتشر في أرجاء المعمورة وتُحدث تأثيرات، وتنتج عنها تداعيات لا يستطيع أحد التنبؤ بها، ولا حتى صانعها أو مؤلفها.

تستمدّ هذه الظاهرة أهميتها من خطورة الانتشار المتسارع للأخبار المفبركة في وسائل الإعلام المختلفة، لاسيما منصّات الإعلام الاجتماعي وشبكاته، حيث بدأت الظاهرة تتخذ أبعادًا أخلاقية/مهنية تمسّ بمصداقية المؤسّسات الإعلامية وعملها المؤسّسي، وأيضًا أبعادًا سياسية وأمنية واقتصادية، ممّا جعل بعض الدول تسارع إلى سنّ تشريعات قانونية لاحتواء تداعيات ظاهرة الأخبار المفبركة. وعلى سبيل المثال لا الحصر.. في يناير 2017، أجرى مجلس العموم في المملكة المتحدة تقصّيًا برلمانيًا حول «الظاهرة المتنامية للأخبار الكاذبة». في حين دعا الرئيس الفرنسي ماكرون، إلى إقرار قانون ضدّ الأخبار الكاذبة؛ ما فتح سجلاً حول الحرّيات في المجتمع الفرنسي، وعن الجهة التي يحقّ لها تصنيف الحقيقة.

إنّ سرعة انتشار الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تلفت الانتباه إلى مدى تأثيرها على نسبة المقرئية؛ فالناس تتباين قراءاتهم بين بلد وآخر. ومع وجود وسائل التواصل الاجتماعي، فهناك أخبار تخلق ضجة كبرى لكن لا أحد يعلم ما تنتج التحقيقات بعدها وسرعان ما تنسى. وعلى الرغم من التغييرات التي يعرفها المشهد الإعلامي إلا أنّ الوسائل الإعلامية التقليدية لا تفقد جمهورها؛ ذلك أنّ الجمهور يريد أخبارًا موثوقة وحقيقية، وهذا ما يجعله متشبّهًا بالصحافة التقليدية.

الإعلاميون والأخبار المفبركة



أصبح معروفًا لدى المتابعين أنّ استعداد الإنسان المعاصر لنشر وتصديق الأخبار المفبركة ظاهرة لها جذورها وتقاليدتها الثقافية القديمة، لكن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في ترسيخها، وسلبت الناس الوقت الكافي للتحقق من الأخبار بسبب كثافة تدفقها وسرعة سريانها على الإنترنت. وقد رافقت

ومصدره مشتق من لعبة البيسبول الأمريكية، حيث تشبه توجيه حركة الأخبار إلى الحركة الدورانية للكرة التي يلقيها أحد اللاعبين باتجاه اللاعب مع المضرب ... وتمثل سرعة (السيين) مقياسًا لقدرة رامي الكرات. و(السيين) إعلامياً هو خطة مدروسة، مقصودة وقصيرة المدى، يقوم بإعدادها أشخاص أو جهات جماهيرية بهدف تركيز الانتباه أثناء التغطية الإعلامية على شيء آخر، أو لصرف النظر أو القيام بالتضليل حول حقائق القصة أو تفسيراتها. ويوجد (السيين) على حدٍ دقيق بين الحقيقة والكذب، ويتميز بكونه كذباً أبيض يهدف عادة إلى صرف أنظار وسائل الإعلام وخلق «ضوء» يهر «أعين» وسائل الإعلام ويصرف انتباهها عن موضوع أو تضليل في تغطية قصة إعلامية. وعلى سبيل المثال كان الموضوع المحوري الذي تمّ التركيز عليه هو موضوع حجز المدنيين، ولم يلتفت كثيرون إلى الجرائم التي ترتكبها القوّات الصهيونية ضد المدنيين العزل في غزّة.

أحداث غزّة بين الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي

تعتبر تغطية العدوان الصهيوني الهجمي على غزّة نموذجاً صارخاً على الانحياز وفبركة الأخبار ونشرها لصالح الكيان المحتلّ، ناهيك عن غياب واضح للموضوعية والتوازن

من عدمها، وقد ملأ الادّعاء بإظهار الصراع في وسائل التواصل الاجتماعي، ممّا جعل من الصعب على الرأي العام من جميع أنحاء العالم التمييز بين الحقيقة والخيال. وفي حين ظهرت الكثير من الصور والروايات الحقيقية للجرائم التي ارتكبتها قوّات الاحتلال، ومع ذلك فقد اختلطت مع المستخدمين الذين يدفعون بادّعاءات كاذبة ويشوّهون مقاطع فيديو من أحداث أخرى. ومن بين التلفيقات: تداول مدوّنين مقطع فيديو كاذباً يقلّد تقريراً لهيئة الإذاعة البريطانية (بي بي سي)، ونشروا مقاطع قديمة للرئيس الروسي بوتين مع تعليقات باللغة الإنجليزية غير دقيقة.

الأخبار المفبركة والسيين Spin الإعلامي:



يلاحظ زيادة استخدام «السيين» في العالم السياسي والإعلامي، رغم احتمالية أنّ كثيرين ممّن يستخدمونه لا يعرفون أصل المصطلح أو حتى وجوده. وأصل تسمية المصطلح



سلسلة من مقاطع الفيديو بشكل مخادع على وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها لقطات حقيقية من الصراع الدائر في غزة. لكن في 31 أكتوبر، أصدرت منصّة «تأكد» تقريراً يثبت أنّ مقاطع الفيديو التي تُظهر دبابات الجيش الإسرائيلي وهي تستهدف المقاومة الفلسطينية، هي في الواقع مقتبسة من لعبة فيديو على الإنترنت تسمى «أرما 3».

وقد أثر الكمّ الهائل لحملة التضليل هذه على التغطية الإعلامية التقليدية للأحداث، ممّا أدّى إلى نشر روايات متضاربة انعكست سلبيًا على فهم الرأي العام لحقيقة ما يجري في غزة. وكان نشر الأخبار الكاذبة واضحًا بشكل خاص على موقع X (تويتر سابقًا)، ويرجع ذلك على الأرجح إلى إضعاف معاييره الأمنية وانسحابه من مدونة ممارسات الاتحاد الأوروبي بشأن المعلومات المضلّلة في وقت سابق من العام 2024، علمًا بأنّ الاتحاد الأوروبي فتح الآن، تحقيقًا في X بموجب قانون الخدمات الرقمية (DSA) الذي يتطلّب من المنصّات عبر الإنترنت التصرف بشكل متّسق وسريع لإزالة خطاب الكراهية والمعلومات المضلّلة.

الذي اعتمده نسبة كبيرة من وسائل الاتصال الغربية في نشر ما يحدث في القطاع، والانحياز العميق لصالح الصهاينة، ووقعت في فخ التبيّي السياسي. بل الأدهى من ذلك، تبّي الإدارة الأمريكية وأغلب حكومات أوروبا الروايات المفبركة التي طالما يردها رئيس وزراء الكيان الصهيوني تنياهو، وردها بعده مسؤولون غربيون من دون أدنى اهتمام بتفعيل قواعد التحقق الإخباري وفحص للروايات والمزاعم أو الصور والفيديوهات، التي انتشرت بشكل لافت للانتباه.



منذ الأيام الأولى للحرب، تمّ تداول سيل من الصور ومقاطع الفيديو الملقّقة عبر الإنترنت، بهدف خداع أكبر عدد ممكن من الناس. ويشكّل الحجم الهائل لهذا المحتوى عبئًا كبيرًا على المنصّات الإعلامية، وتحديدًا التي كانت حريصة على حماية مصداقيتها كمصادر موثوقة للمعلومات، وتركت أمام المهمة الحاسمة المتمثّلة في التحقق من صحة هذه المنشورات، وفي الوقت نفسه، تمّ عرض

أحداث غزّة: ازدهار للمعلومات الكاذبة



لقد خلقت أحداث العدوان الصهيوني على غزّة الظروف المثالية لتسارع المعلومات المضلّلة لاسيما على الإنترنت، حيث تمتلئ وسائل التواصل الاجتماعي بمقاطع الفيديو والصور خارج السياق التي يدّعي المستخدمون أنها تأتي من (إسرائيل) أو غزّة.

تدور الأحداث بين المقاومة الفلسطينية والكيان الصهيوني على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال الصور ومقاطع الفيديو الرسومية التي تتمّ مشاركتها على (X)، المعروف سابقاً باسم (Twitter) و Instagram و TikTok وغيرها. ولكن، مثل أيّ صراع شاهدناه من شاشات هواتفنا في العقد الماضي، فإنّ المعلومات الخاطئة تنتشر، بما في ذلك مقاطع الفيديو التي تدّعي أنها تُظهر أطفالاً (إسرائيليين) محتجزين في أقفاص، ومراسل هيئة الإذاعة البريطانية المزيف يُوجج نيران الحرب. لحسن الحظ، كما هو الحال مع أيّ حدث إخباري

لقد حاولت بعض من منصات التواصل الاجتماعي الكبرى فرض رسوم التحقق من الحساب وخفّفت من إرشاداتها الأخلاقية الصارمة، ممّا زاد من عدد الصفحات المزيفة التي تستغلّ علامة التحقق لادّعاء المصادقية والترويج للأخبار والصور الكاذبة. كما قام بعض الناشطين بنشر معلومات مضلّلة، مستغلّين جهل الناس وعدم قدرتهم على الوصول إلى المعلومات الصحيحة. ومع ذلك، كانت هناك بعض الجهود التي بُذلت للتخفيف من مشكلة المعلومات المضلّلة من خلال المبادرات التثقيفية، والتأكيد على أهمية الحصول على الأخبار من مصادر موثوقة والدعوة إلى التحقق من المعلومات قبل مشاركتها ونشرها للآخرين. وكما أكد الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريش، فإنّ مكافحة المعلومات المضلّلة «تتطلب استثماراً مستداماً في بناء القدرة المجتمعية على الصمود واكتساب المعرفة الإعلامية والمعلوماتية».



لقطات الفيديو المحرّفة والترجمات الخاطئة والأكاذيب الصريحة إلى مزاحمة التقارير الحقيقية عن الصراع.

في الأسابيع الأخيرة، أطلق المستخدمون ادّعاءات كاذبة مفادها أنّ «الجهات الفاعلة في الأزمة» تنظّم مشاهد المذبحة وأنّ مشاة البحرية الأمريكية تندفق للقتال على الأرض في غزة..



على سبيل المثال، وقع تحريف الهتاف الذي تمّ نطقه في مقاطع الفيديو للمظاهرات التي جدّت بمناطق عدّة في العالم. المتظاهرون لا يقولون «نريد الإبادة الجماعية لليهود»، بل «إسرائيل، نحن نتهمك بالإبادة الجماعية». يقول الخبراء والمدافعون عن حقوق الإنسان إنها لازمة نموذجية تُسمع في المسيرات المؤيِّدة للفلسطينيين.

يُظهر أحد مقاطع الفيديو المصوّرة بشكل خاطيء مجموعة من الأشخاص يردّدون شعارات احتجاجية أثناء سيرهم في حرم جامعة كاليفورنيا. وكتب أحد مستخدمي إنستغرام في منشور شارك فيه الفيديو:

عاجل، مثل الحرب المستمرّة في أوكرانيا، حيث يمكن لبعض أساليب التفكير الصحفي ومحو الأمية الإعلامية أن تساعد المتلقّي على تجنّب مشاركة المعلومات الخاطئة.



معظم الأكاذيب الناجمة عن الصراع، تأتي في شكل مقاطع فيديو أو صور قديمة، أو صور مع تعليقات مضلّة. أفضل أداة لديك ضدّ هذه المنتجات المزيفة: البحث العكسي عن الصور.

على الرغم من أننا نشعر بالقلق بشأن تعزيز الذكاء الاصطناعي التوليدي لخلق المعلومات المضلّة، إلا أنّ الحقيقة تؤكد عدم وجود أيّ صور أو مقاطع فيديو مهمّة للذكاء الاصطناعي. ومع ذلك، من المفيد البقاء على أهبة الاستعداد، والتحقّق من الصور بحثًا عن العلامات المائية، أو الميزات المشوّهة، أو عدد كبير جدًّا من التناقضات.

تزدهر المعلومات الخاطئة حول العدوان (الإسرائيلي) على غزة عبر منصّات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث غالبًا ما تؤدّي

المعلومات الجيدة والسيئة تكون مشحونة بالمخاطر. ورغم أنّ حروب المعلومات التي ترعاها الدول كانت موجودة قبل اختراع الإنترنت بوقت طويل، فقد مكّنت وسائل التواصل الاجتماعي جميع أنواع الدعاية والأكاذيب الخطيرة من الوصول بسرعة إلى الملايين.



وسائل التواصل الاجتماعي تغيّرت قليلاً في غضون الأشهر القليلة الماضية، وبعض الحيل القديمة للتحقق من المنشورات غير الموثوقة تحتاج إلى تعديل أو التخلّص منها تمامًا. وينطبق هذا بشكل خاص على موقع X، والذي كان ذات يوم وجهة مركزية لأولئك الذين يريدون متابعة الأحداث الإخبارية الكبرى في الوقت الفعلي.

أمضى (إيلون ماسك)، مالك المنصة ومدير التكنولوجيا التنفيذي، الساعات التي أعقبت أحداث غرّة في نشر معلومات مضلّة حول الصراع، حتى أنه طلب من متابعيه البالغ عددهم بالملايين الحصول على أخبار الهجوم من حسابين تمّ التحقق منهما، لهما تاريخ واضح في مشاركة معلومات كاذبة.

«في جامعة كاليفورنيا، مئات الطلاب يهتفون: إسرائيل، إسرائيل لا يمكنك إخفاؤها، نريد الإبادة الجماعية لليهود». «هذه ليست ألمانيا في الثلاثينيات، هذا في لوس أنجلوس يوم 26 أكتوبر 2023!»

يعتقد بعض الصحفيين الذين قاموا بتغطية المعلومات الخاطئة، من خلال العشرات من الأحداث الإخبارية الكبرى، أنّ الناس يتدفّقون على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات لأسباب عديدة. ربما يرجع السبب في ذلك إلى أنّ الأخبار السائدة لا تبدو سريعة أو فورية بما فيه الكفاية، أو لأنّ الأزمة قد عزّضتهم أو أيّ شخص قريب منهم إلى الأذى وهم بحاجة إلى المساعدة. ربما يريدون أن يروا ويشاركوا ويقولوا شيئًا يجسّد حقيقة لحظة مهمّة من الزمن، لأنهم لا يعرفون ماذا يفعلون حين يشتعل العالم. غالبًا ما تنتشر المعلومات الخاطئة والتلاعب للأسباب نفسها، حيث تتسلّل إلى خلاصة أولئك الذين يعتقدون أنه لا ضرر من مشاركة مقطع فيديو مذهل أو صورة مروّعة أو طلب المساعدة، حتى لو لم يكونوا متأكدين من موثوقية المصدر.

عندما تندلع الحرب على الإنترنت، فإنّ



لقد قام الكثير من مستخدمي علامة X الزرقاء بمشاركة معلومات مضللة حول العدوان الصهيوني على غزة، يزعم البعض أنهم يشاركون لقطات من الحرب أثناء القتال، بينما هم في الواقع يُعيدون استخدام مقاطع من لعبة فيديو ويحصلون على ملايين المشاهدات.

كما صعد TikTok، في بعض النواحي، إلى الدور الذي كان يؤديه تويتر في السابق، باعتباره تطبيق الوسائط الاجتماعية الرئيسي الذي يلجأ إليه الناس لمتابعة الأحداث الإخبارية الكبيرة. يختلف التطبيق، الذي يعتقد الكثيرون أنه منصة ترفيهية، كثيرًا عن تويتر في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين. ثم هناك تطبيق Telegram، وهو إحدى المنصات التي تستخدمها حركة المقاومة الفلسطينية لنشر الأخبار، ويحظى Telegram، وهو جزء من الدردشة الجماعية وجزء من منصة التواصل الاجتماعي، بشعبية عالمية، ولديه القليل من ممارسات الاعتدال، وكان منذ فترة طويلة موطنًا للمتطرفين ومنظري المؤامرة الذين غادروا، أو تم حظرهم من المنصات الأكثر انتشارًا.

وحصدت توصية (ماسك) ما لا يقل عن 11 مليون مشاهدة قبل أن يتم حذفها، وفقًا لصحيفة واشنطن بوست. وذلك بعد أن أمضى أشهرًا في تقليل قدرة المنصة على الاعتدال ضد المعلومات المضللة وخطاب الكراهية.



تعتبر المعلومات الخاطئة موضوعًا مرهقًا، ويصعب تحديده، وفي بعض المنصات، بما في ذلك X، لم تعد معالجة المعلومات الخاطئة من أولويات الشركة التي يجب معالجتها. لذا لا يوجد دليل على الإنترنت يمكن أن يحمي المتابع بشكل كامل من الأشياء السيئة وغير الصحيحة، ولكن هناك أشياء يمكن القيام بها للتغلب على الفوضى التي تحدث على الإنترنت، والتي تعقب حدثًا إخباريًا كبيرًا.

المراجع:

- 1 انظر هنا المثال البريطاني www.ofcom.org.uk وكذلك المثال الفرنسي www.arcom.fr والمثال التونسي www.haica.tn
- 2 حول موضوع التنظيم والتنظيم الذاتي، انظر، الصادق الحمّامي، «الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي»، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، عدد 1، 2016 - المقال متاح على الموقع التالي :
- 3 Danay, Boyd, Facebook is a utility; utilities get regulated www.zephorja.org/thoughts/archives/2010/05/15/facebook-is-a-utility-utilities-get-regulated.html

إعلان ومشاهدة

أ.د. عبد المجيد فاضل
مدير المعهد العالي للإعلام
والاتصال (سابقاً) الرباط

◀ الرخص وراء المشاهدة: ركيزة اقتصاد التلفزيون

من مميّزات التلفزيون الجامع الجماهيري، أنّ العلاقة ما بين العرض والطلب ليست مباشرة بسبب غياب سوق حقيقي للمستهلكين. فالسلعة التي تنتجها المقاولات التلفزيونية، والتي تأخذ سمات، إما خدمة أو منتج معنوي، تعرض في سوق مزدوج يتشكّل من جهة، من جمهور المشاهدين يستفيدون من البرامج بدون مقابل نقدي، ومن جهة ثانية سوق بالمقابل يخصّ المعلنين. فما يبيعه التلفزيون للمعلنين هو إمكانية استهداف مشاهد، يعتبر بالنسبة إليهم، مستهلكا محتملا لمنتجاتهم. بعبارة أخرى، يبيع التلفزيون بالأساس المشاهدة، وسعر السلعة يحدّد حسب نسبة المشاهدة. فاققتصاد التلفزيون إذن هو اقتصاد متميّز، لأنّ السوق الذي يخلق الدخل يتشكّل من غير المستهلكين لمُنْتَجَاتِهِ، والذين يؤدّون ثمنا من أجل جلب اهتمام في لحظة معيّنة للمستهلكين الحقيقيين. فالتبادل هو مبنيّ إذن على الاعتراف والرضى الذي يبديه الجمهور نحو برامج أيّ قناة. فنحن أمام نوع من اقتصاد المقايضة يعرض فيه المشاهد جزءا من وقت ترفيهه مقابل برامج تلفزيونية¹. فالقيمة التبادلية للسلعة تكمن في استهلاكها من قبل جمهور يتمّ بيعه للمعلنين، وهذا ما يعطي قيمة أكثر للقيمة الاستعمالية².

”
**اقتصاد التلفزيون هو
اقتصاد متميّز، والتلفزيون
يبيع بالأساس المشاهدة،
وسعر السلعة يحدّد حسب
نسبة المشاهدة.**

دفع هذا الأمر بعض الاقتصاديين مثل باراكيلوس (Paracuellos) على اعتبار أنّ مصطلح السوق لا يطبقه على التلفزيون المجاني، فهو اختراع لمعاهد استقراء الرأي من أجل بعث حصّة من السوق، أي نسبة من الجمهور تتبّع في لحظة ما برنامجا أو قناة³.

هذه الخاصية لا تقتصر فقط على التلفزيون، بل تخصّ وسائل اتصال أخرى تستعمل كدعائم إخبارية، مثل الصحافة أو الإنترنت، مع فرق أساسي وهو أنّ هذين الأخيرين يتمّ شراؤهما مباشرة من قبل الجمهور، وبالتالي، فالتلفزيون التجاري (إلى جانب الراديو) هو الشكل الوحيد من سلع الصناعة الثقافية الذي يحقّق قيمته عندما يتمّ استهلاكه، فهو مُنتج إذن متميّز لا يدخل دائما ضمن مصطلح السلع، يميل إلى ترويج بيع سلع حقيقية، غير أنه لا ينتج سلعا حقيقية⁴. هذا التشخيص يشاطره كذلك الكاتب الأمريكي « دلاس سميث » (Dallas Smythe) الذي يعتبر أنّ المشاهدة هي الشكل السلعي لمنتجات التواصل في الرأسمالية العصرية، فالبرامج تستعمل من أجل تشكيل مشاهدة احتمالية وجلب اهتمامها⁵. هذه الخاصية المتعلّقة بالعرض والطلب تطبّق بطريقة متفاوتة حسب الأنظمة التلفزيونية، فهي تنطبق كليا على الهيئات التلفزيونية التجارية المُمولة أساسا بالإشهار، والتي تعتبر شبكة برامجها مُنتجا تحتيا من أجل جلب أكبر قدر من المشاهدين. فالمنتج الحقيقي الذي يُستعمل كقيمة للتبادل هو المشاهدة أو المتابعة. الإشكالية بالنسبة إلى هذه القنوات، هي سعيها إلى التوفيق بين غايتين لا تتطابقان، غير أنهما مرتبطتان، لأنّ طلب إحداهما (العائدات الإخبارية) هو مرتبط بأهميّة الآخر (المشاهدة). وبالتالي، فالقناة هي مدعوّة إلى أن تأخذ بنظر الاعتبار في استراتيجيتها التجارية لهذه الازدواجية لسلعتها (القيمة السلعية والقيمة التبادلية)، ويجب أن تحدّد أهدافها وبرمجتها انطلاقا من السلوكيات والتصرّفات المرتقبة لهذين الزبونين حتى تصل إلى توازن مقبول. فنحن في هذه الحالة أمام التفاعلات المتداخلة للشبكة (effets de réseau croisés)، إذ أنّ إرضاء الوكلاء في جانب واحد من السوق المزدوج يعتمد على الطلب في الجانب الآخر من السوق⁶. وهنا يُطرح مشكل الحلقة المفرغة بالنسبة إلى المتعهّدين بالبتّ، حيث إنّ ارتفاع التكاليف يدفع إلى اللجوء المتزايد للإشهار الذي يرتبط حجم عائداته بأهميّة المشاهدة، غير أنّ كثرة الإعلان يمكن أن تؤدي إلى فقدان جزء منها.

”
التلفزيون التجاري (إلى جانب الراديو) هو الشكل الوحيد من سلع الصناعة الثقافية الذي يحقّق قيمته عندما يتمّ استهلاكه



على هذا الأساس، يشكّل، في العديد من الدول، بيع المساحات الإشهارية المورد المالي الأساسي للتلفزيون التجاري، حيث يميل نصيبه في رقم المعاملات إلى الارتفاع، كما أنه خلافاً لعدّة توقّعات، فإنّ تطوّر التلفزيون المدفوع والإنترنت والمنصّات الرقمية لم يقلّصوا كثيراً من نصيبه، ذلك أنه على مستوى وسائط الاتصال التقليدية، لا يزال التلفزيون، في معظم البلدان، يستأثر بنسبة كبيرة من الاستثمارات الإشهارية. غير أنّ هذه الاستثمارات تتسم بتوزيع غير متكافئ ما بين القنوات، ويُعزى ذلك، من جهة، إلى شروط الولوج إلى السوق الإشهاري، حيث



يخضع التلفزيون العمومي في العديد من الدول لكثير من الإكراهات والموانع، ومن جهة ثانية، إلى المعايير المعتمّدة من قبل المُعلنين لاختيار الدعامات الإشهارية، والتي تعطي أفضلية، إمّا لعدد المشاهدين حين يخصّ الإشهار مُنتجاً للاستهلاك الجاري، وإمّا للأهداف المربحة التي يمكن الوصول إلى أكبر عدد

من الزبناء بأقلّ كلفة. وهكذا يعتمد المعلنون في مخططاتهم التواصلية (media planning) على معيارين أساسيين: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والديمغرافية للجمهور الفعلي والافتراضي لمختلف وسائط الاتصال، والمقاربة الذاتية المبنية على قدرات سائر الدعائم على تحقيق الأهداف المرجوة.

إنّ الأفضلية التي يُبديها الإشهاريون والمعلنون للتلفزيون ترجع بالأساس إلى مزيّاه، حيث يعتبر وسيلة للاتصال جماهيرية تحمل رسائل عفوية، تجمع الأسرة، وله تأثير جذّاب على الجمهور، كما يعتبر ذا نجاعة كبرى في مجال الذاكرة الإشهارية⁷. أمّا عيوبه، فترجع إلى كلفته العالية نسبياً، وافتقاده للدقة بالنسبة إلى بعض الأهداف، لأنه لا يمكن من التشخيص الكبير للاستقبال، كما أنه يبقى غير مفتوح على كلّ القطاعات، كتلك الممنوعة.

يسعى المعلنون عادة إلى الرفع من الثقة في مشترياتهم للمجالات الإشهارية، ويفضّلون نتيجة لذلك وسائط الاتصال التي تتوفّر على مشاهدة يقينية وخاضعة للمراقبة. هذا الأمر دفعهم، بتعاون مع فاعلين آخرين في المسلك السمعي البصري، إلى اعتماد أنظمة متطورة لقياس المشاهدة.

قياس المشاهدة: تباينات قويّة بين الدول

بصفته دعامةً إخبارية، فإنّ التلفزيون مدعوّ إلى إبراز خصوصيات جمهوره ودرجة فعاليته، عن طريق القيام بحوث واستطلاعات للرأي ونشر المعطيات حول نسب مشاهدته. من أجل الشفافية، تسهر على توفير هذه المعلومات هيئات متخصصة أنشأها الفاعلون في المجال مثل «ميديا ميتري» في فرنسا و«ماروك ميتري» في المغرب، وهما شركتان ثلاثية الأعضاء متخصصتان في قياس المشاهدة.

لقد أصبح اليوم الإشهار في التلفزيون مرتبطا أساسا بقياس المشاهدة، التي تحدّد على المدى القصير والمتوسط تطوّر العائدات الإخبارية. فمختلف الفاعلين في القطاع السمعي البصري يبحثون بهذه الطريقة على قياس أدائهم ومردوديتهم، وإلى التحديد الدقيق للمميّزات وخصائص الجمهور المستهدف وانتظاراته، من خلال معلومات متجانسة دقيقة كاملة وتفاعلية. لقد أصبحت المشاهدة اليوم القلب النابض لمهن عالم التواصل، ومن أجل تغذيتها، توظّف القنوات في الإنتاج موارد مهمّة يتفاوت حجمها حسب المحطات.

يستجيب قياس المشاهدة لحاجيات مختلف الفاعلين في المشهد السمعي البصري:

- **بالنسبة إلى القنوات**، تستعمل المشاهدة في تقييم البرمجة، وإظهار جوانب النجاح للبرامج التي تمّ بثّها، وتتبع ذوق الجمهور.
- **بالنسبة إلى الوكالات** التي تدبّر الإشهار، فنتائج المشاهدة تحدّد وتبرّر الطرق التي يجب نهجها من أجل النهوض بالمجالات الإخبارية ويعتمد عليه في تحديد تعرفتها.
- **بالنسبة إلى المعلنين والإشهاريين**، تمكّن نتائج المشاهدة من معرفة، إن تمّ الوصول إلى الفئات المستهدفة، كما توظّف في وضع مخططات للاتصال ناجعة، وبلورة استراتيجية لشراء المجال الإخباري.
- **بالنسبة إلى المنتجين**: تمكّن المشاهدة من معرفة مردودية وأداء مختلف أنواع البرامج التي تمّ إنتاجها من قبل المنافسين، بغية توقّع الطلب مستقبلا وملاءمته مع ذوق الجمهور، واقتراح البرامج الرائدة على القنوات، كما هو الحال بالنسبة إلى برامج تلفزيون الواقع.8 كما يستعملونها من أجل ربط مكافأتهم بدرجة النجاح الذي تحقّقه البرامج، ومن رفع الميزانية المخصّص لهم، لأنّه كلّما عرف برنامج نجاحا إلاّ وعرفت ميزانيته ارتفاعا وحقّق نجاحا زائدا.

يلبي قياس الجمهور احتياجات مختلف الفاعلين، وذلك بفضل الأدوات المتطورة للغاية التي يتم صقلها باستمرار. فلقد أصبح ضروريا لتدبير وإدارة القنوات التي يستند تمويلها، كليا أو جزئيا على الإشهار، كما أنه معيار لاختيار البرامج وتتبع ذوق الجمهور.

تطورت قياسات المشاهدة، خاصة في البلدان الصناعية، بتطور التلفزيون التجاري وسوق الإعلان وترتبط كذلك بالوضع الاقتصادي للبلدان. لذلك، «سيكون طوباويا محاولة تحديد طبيعة الجمهور في بعض الدول في إفريقيا وآسيا»، لأسباب سياسية واقتصادية⁹.



نجد في مجال قياس المشاهدة عدّة أنظمة للقياس تركز عامة على التحليل الظرفي أو الدائم لسلوكيات عيّنة ثابتة من الأسر أو الأفراد (Panel)، لكن الأدوات والآليات تختلف¹⁰. من أقدم المناهج، نجد البحث عن طريق البريد أو الهاتف الذي يعتمد على تصريحات الأفراد المستجوبين. لكن التطور الذي عرفه المشهد السمعي البصري، الناجم عن تعدد القنوات الخاصة وانفتاح العرض الإشهاري، أدّى إلى تعويض هذا البحث بالقياس الآلي، وهو عبارة عن

مجموعة من الطرق لجمع المعلومات بواسطة آلة للقياس (Audimètre) دون تدخل الباحث، تمكّن باستمرار وفي وقت وجيز من إعطاء معلومات ذات جودة عالية.

في فرنسا، انطلق العمل وتدبير العيّنة الثابتة، تحت اسم Audimat، باعتماد في سنة 1981، نظام آلي للقياس سكوبي، يقيس المشاهدة عن طريق تشغيل أجهزة التلفزيون (تشغيل وتوقيف الجهاز واختيار القناة)، لكنه لا يقيس سلوكيات الأفراد داخل الأسرة، وهذا ما برّر الاحتفاظ بالموازاة مع ذلك بالعيّنة البريدية. غير أنه سرعان ما ظهر في سنة 1989 نظام للقياس الآلي أكثر نجاعة يدعى «ميديامات» (Médiamat)، وهو نظام خاضع لتكنولوجية ما يسمّى «بالزر الضاغط» يمكّن من معرفة المشاهدة على الصعيد الفردي بواسطة آلة للتحكم تتضمن أزرارا فردية خاصة بكل فرد في الأسرة تتيح له التصريح بوجوده أمام التلفزيون¹¹.

يمكن هذا النظام من معرفة دقيقة في لحظة ما لعدد المشاهدين، إلى جانب خصائصهم الإجماعية والديموغرافية، لكن تركز الثقة فيه على التصريح التطوعي لكل فرد، الأمر الذي

قد يكون مشوبا بخطأ. بالفعل، فمن عيوب هذا النظام أنه يُخضع أفراد الأسرة المشكلة للعيّنة الثابتة للزّر الضاغط، وهو ما يمكن أن يدفعهم بعد مدّة من الزمن إلى الملل والنفور وعدم التصريح. رغم هذه العيوب، فإنّ «ميديامات» يعتبر «ميزان الحرارة» الوحيد الذي يقيس درجة حرارة المشهد السمعي البصري في فرنسا، ويمكّن مختلف الفاعلين من تحويل المعطيات الخام للمشاهدة إلى آلية للمساعدة في أخذ القرار.

لقد نال اعتراف المهنة به وأصبح في وضع احتكار في مجال المشاهدة، حيث إنّ الأنظمة المنافسة (Nielsen، Sofres، CESP) لم تتجح. كما أنّ شركة ميديا ميترى (Médiamétrie) طوّرت أدوات أخرى للقياس في مجال ألعاب الفيديو والحبلى والقمر الاصطناعي (Médiacabsat) واستعمال الإنترنت (Cybermétrie).

اعتمد المغرب نفس النظام في 25 يوليو 2006 على إثر معاهدة بين المركز البيمهي للقياس 12 (CIAUMED) وشركة ماروك ميترى (Maroc Métrie) التي تشكّل فيها ميديا ميترى أكبر شريك في رأس المال (62%) 13. وأشرفت على وضع معاييرها القانونية والتقنية الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري.

هذا النظام الذي تأخّر وضعه إلى 28 مارس 2008، بسبب مجموعة من المشاكل المرتبطة بتشكيل العيّنة الثابتة 14، يستعمل تقنية جديدة تسمّى العلامة المائية الصوتية 15 (Water Marking Audio)، تتيح التعرف على القناة المشاهدة وكذلك التعرف على شبكات توزيع القناة، سواء أكانت أرضية أو عبر القمر الصناعي، تناظرية أو رقمية، بالإضافة إلى إمكانية قياس الاستقبال المتأخّر أو الاستقبال المتحرّك للتلفزيون. كما تجري شركة ميترى ثلاثة مرّات في السنة، قياسا لنسب المشاهدة بواسطة استجواب انتر ميترى (Intermétrie) الذي يشمل 3333 شخصا مغربيا.

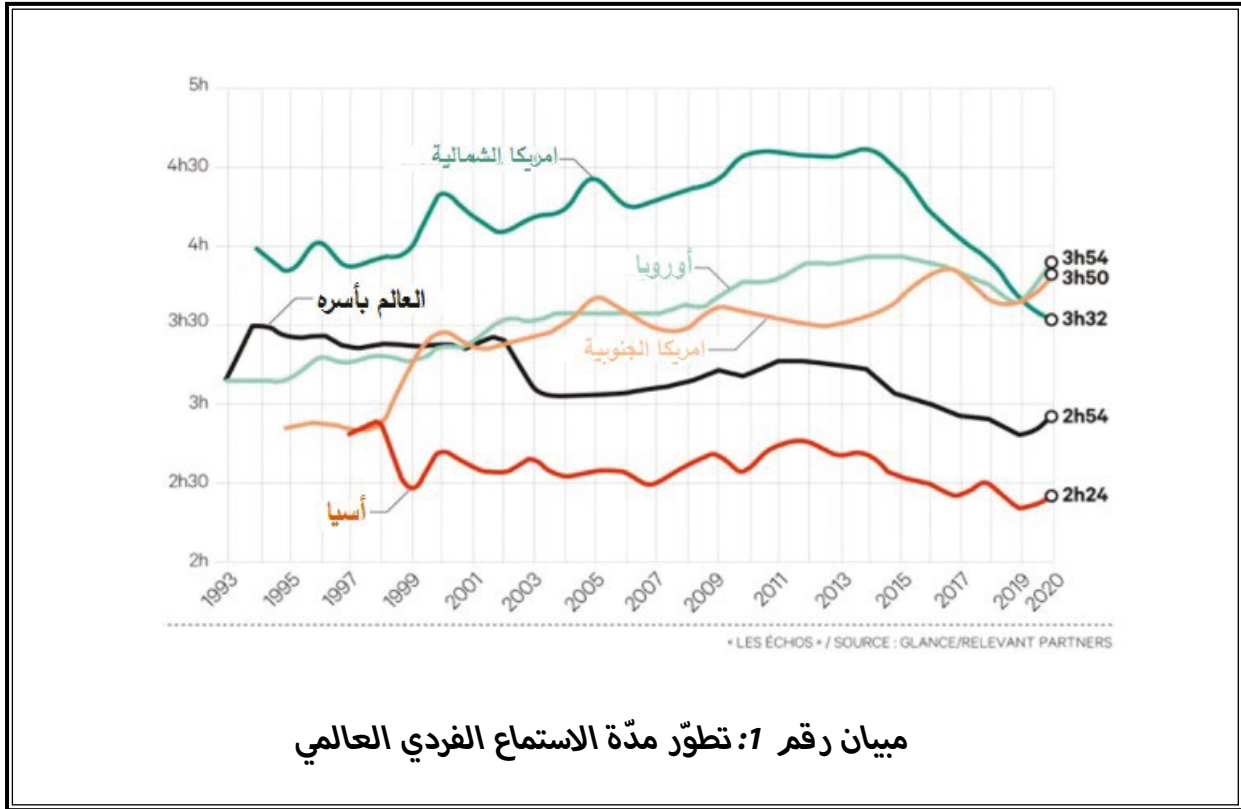
على مستوى الإذاعة، فقد بدأ قياس المشاهدة عام 2012 بنشوء المركز البيمهي لقياس مشاهدة الراديو CIRAD، وتكلّف بالقياس الشركة الفرنسية ايبسوس IPSOS. لكن هذا النظام لم يلق الإجماع، حيث تعترض العديد من المحطات الإذاعية على المنهجية المستخدمة والأرقام التي تنشرها الشركة المذكورة، وهو ما أدّى إلى انسحاب بعضها، ولم تعد جزءًا من الدراسة.



تطوّر المشاهدة

نشير إلى أنه ليست هناك منهجية مشتركة لمختلف وسائل القياس، ذلك أنّ نفس الآليات يمكن أن تعطي استعمالات مختلفة. ويخصّ الأمر على سبيل المثال، التعريف بالمشاهد واختيار الأهداف والفئات العمرية ومدّة الاستماع. لكن مع تدويل التلفزيون ونشاط الفاعلين في مجال استقراء الرأي وتطوّر الحملات الإشهارية على الصعيد الدولي، فقد تحقّق تقدّم من أجل إخضاع كلّ الدول لمعايير مشتركة للقياس، وخلق تناسق في مناهج جمع ومعالجة وعرض المعلومات. فاستهلاك التلفزيون هو مرتبط بمعدّل التجهيز بأجهزة الاستقبال، وخاصة بالنماذج الثقافية التي تختلف من بلد إلى آخر. فأوروبا، التي تعتبر منطقة ذات ثقافات عتيقة تشاهد التلفزيون أقلّ من أمريكا الشمالية وأستراليا اللتين تعتبران أراضٍ جديدة ما زال تاريخهما حديث العهد. وداخل أوروبا، نجد اختلافات كذلك في الاستهلاك ما بين أوروبا الشمالية وأوروبا الجنوبية، حيث إنّ نسبة الاستماع الفردي 17 بالأولى هي أقلّ، مقارنة بالثانية.

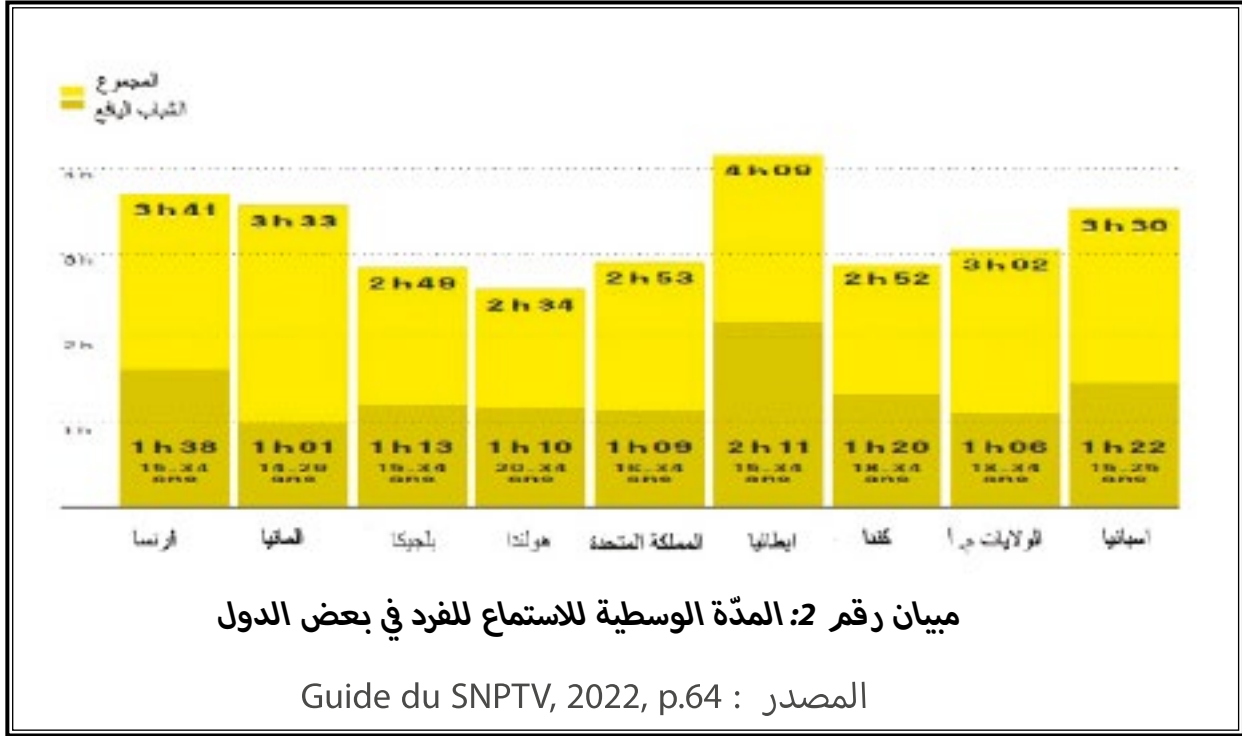
في سنة 2020، أدّت جائحة كورونا وما تلاها من احتواء وحجر صحي، إلى زيادة الاستهلاك التلفزيوني، عن طريق ارتفاع وقت الاستماع اليومي العالمي بمقدار 6 دقائق، كما تسبّبت من ناحية أخرى، في اتجاه عكسي، إذ لاول مرّة، تجاوز استهلاك التلفزيون في أوروبا مثيله في أمريكا الشمالية.



نلاحظ تفاوتات إقليمية كبيرة وحتى داخل مناطق معيّنة. منذ بداية التسعينيات، كانت القارّة الأمريكية وأوروبا تسجّلان معدّلات أعلى بكثير من المتوسط العالمي. في سنة 2020، بلغ الوقت الوسطي المخصّص لمشاهدة التلفزيون في أوروبا 3 س 54 دقيقة، وهو ما يتجاوز بساعة واحدة المتوسط العالمي (2 س 54 دقيقة) و22 دقيقة أكثر من القيمة المسجّلة في أمريكا الشمالية (3 س 32 دقيقة)، و90 دقيقة أكثر من آسيا (ساعتان و24 دقيقة).

خلافًا لبعض التوقعات، فإنّ تضاعف الشاشات (الهاتف المحمول، الحاسوب، اللّوحات الإلكترونية، الخ.) لم يبطء مشاهدة التلفزيون، بل على العكس، فإنّ تطوّر الأحداث الرياضية ذات البعد الكوني، وتضاعف الأشكال التعبيرية لوسائل الاتصال، ساعدت في تطوير أشكال جديدة للاستهلاك قوّت من دور التلفزيون. من بين هذه الأشكال الجديدة التي زادت في نسب المشاهدة، المتابعة المتأخرة عن طريق الإنترنت للبرامج التي سبق بثّها (replay) والتي أصبحت تأخذ بنظر الاعتبار في آليات القياس لبعض الدول، حيث أدمجتها في القياس كلّ من إيرلندا وبلجيكا سنة 2010 وفرنسا في يناير 2011، ومن المتوقع أن يرتفع عدد الدول التي تعمل بهذا النظام 19.

على الرغم من وجود صعوبات وبعض المشاكل في مجال المقارنة، فمن المثير للاهتمام ملاحظة أنّ هولندا وبلجيكا والمملكة المتحدة لديها أقل وقت استماع للفرد في الأسواق الأوروبية، ومن ناحية أخرى، أنّ الولايات المتحدة تراجعت عن معظم الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي منذ عام 2020.



بسبب اختلاف وسائل القياس بين الدول، يكون من الصعب القيام بمقارنة لأصناف المشاهدين، لكن في كل الدول، بالأساس في أوروبا والولايات المتحدة، تشكّل فئة ربّات البيوت، ولا سيما ربّات البيوت دون سنّ الخمسين (أقلّ من 50 سنة المسؤولات بالدرجة الأولى عن الشراء)، إلى جانب كبار السنّ، أهمّ الفئات المستهدفة وقلب المشاهدة.

حالة المغرب

فيما يتعلّق بالمغرب، الذي بدأ العمل بنظام القياس الآلي منذ مارس 2008، تظهر أرقام المشاهدة المتاحة أنّ المغرب يصنّف من بين الدول التي تشهد كثيرا الشاشة الصغيرة، حيث إنّ استهلاكه التلفزيوني يتجاوز مثيله في العالم والمناطق الأخرى، وقد تعزّز خلال الحجر الصحي. في سنة 2020، ارتفع وقت الاستماع الفردي للمغاربة بمقدار 26 دقيقة، مقارنة

بسنة 2019 ليصل إلى 4 ساعات و26 دقيقة، غير أنه ما لبث أن تراجع بعد رفع الحجر الصحي، إذ سجّل، في عام 2022، 3 ساعات و33 دقيقة، وفي عام 2023، 3 ساعات و49 دقيقة. ويظهر تطوّر الاستهلاك في المغرب بوضوح اتجاهها معاكسا مقارنة ببقية العالم 20.

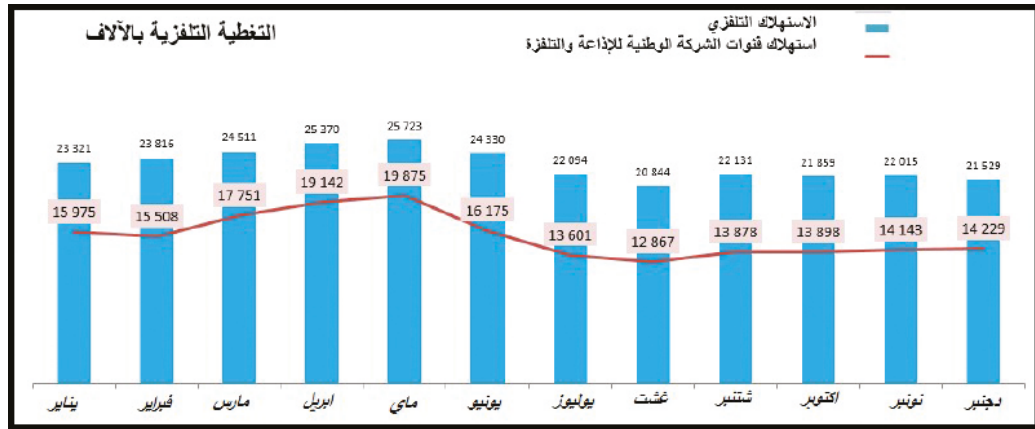
جدول رقم 1: تطوّر نسبة الاستماع اليومي الفردي في المغرب

| 2022 | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------------|
| - | - | - | 7س د22 | 7س د28 | 7س د09 | 7س د20 | 6س د58 | 7س د30 | 7س د39 | الأسر |
| 3س د49 | 3س د33 | 4س د26 | 4س د00 | 3س د34 | 3س د23 | 3س د11 | 3س د12 | 3س د23 | 3س د26 | الأفراد (5 سنوات وما فوق) |

المصدر: المركز البيمهي للقياس CIAUMED

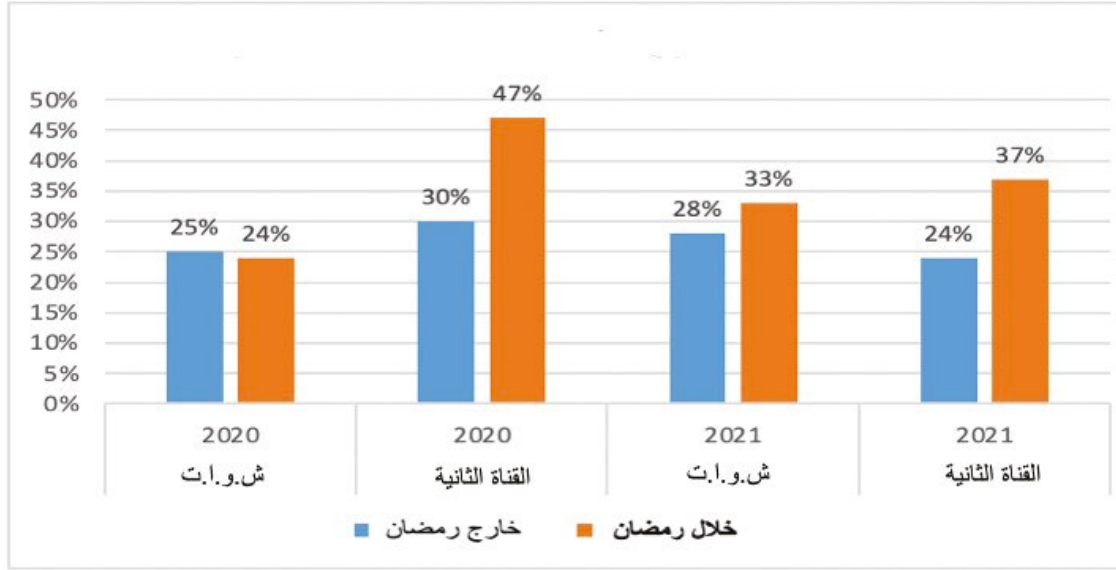
تُعزى هذه الزيادة في مدّة الاستماع إلى ارتفاع العدد اليومي للمشاهدين الذي وصل وسطيا سنة 2020 إلى 23،378 مليون وقمة 25،723 مليون مشاهد خلال شهر رمضان (24 أبريل-23 مايو).

مبيان رقم 3: تطوّر الاستهلاك التلفزيوني في المغرب (2020)



المصدر: عرض الشركة الوطنية أمام لجنة التعليم والثقافة والاتصال بمجلس النواب

بتاريخ 25 مايو 2021، ص. 29.



ميان رقم 4: حصص المشاهدة في الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة والقناة الثانية في رمضان وخارج رمضان

المصدر: معطيات مستوحاة من التقرير حول المؤسسات العمومية لعام 2023

على صعيد القنوات، عرفت حصص المشاهدة في القنوات الوطنية نموًا مهمًا في السنوات الأخيرة. وتتصدر القائمة القناة الثانية، بمتوسط حصة مشاهدة تبلغ 35% على مدار اليوم و8،8% في وقت الذروة للفترة المسائية (بين 8:50 مساءً و 10:30 مساءً)، تليها القناة الأولى بمتوسط حصة مشاهدة 11،4% على مدار اليوم و22،3% مساءً، كما هو موضح بالجدولين أسفله:

جدول رقم 2: تطوّر حصص المشاهدة في المغرب للأفراد الذين تبلغ أعمارهم 5 سنوات فأكثر على مدار اليوم (3 صباحًا إلى 27 مساءً) من 2013 إلى 2020

| تطوّر 2013-20 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------|
| +35,6 | 35% | 34,7% | 32,2% | 34,2% | 32,1% | 29,5% | 28,5% | 25,8% | القناة الثانية |
| +30,6 | 11,4% | 11,6% | 9,7% | 8,1% | 8,2% | 9,2% | 7,7% | 8,5% | الأولى |

| | | | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|
| -55,8 | 1,9% | 2,2% | 2,1% | 2,9% | 3,7% | 3,7% | 3,7% | 4,3% | المغربية |
| +3,4 | 3,0% | 3,0% | 2,3% | 2,6% | 2,5% | 2,9% | 3,2% | 2,9% | باقي قنوات الشركة الوطنية |
| -16,7 | 48,7% | 48,5% | 53,6% | 52,3% | 53,5% | 55,4% | 56,8% | 58,5% | القنوات الأخرى |

المصدر: المركز البيمهي للقياس CIAUMED

جدول رقم 3: تطوّر حصص المشاهدة في المغرب للأفراد الذين تبلغ أعمارهم 5 سنوات فأكثر في وقت الذروة من 2013 الى 2019

| تطور 2013-19 | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | 2014 | 2013 | |
|-----------------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|
| +25,76 | 28,8% | 27,7% | 31,6% | 30,5% | 26,7% | 25,9% | 22,9% | القناة الثانية |
| +39,37 | 22,3% | 18,4% | 16,6% | 17,4% | 18,3% | 15,6% | 16% | الأولى |
| -145 | 2,0% | 1,9% | 2,9% | 3,3% | 3,1% | 4,2% | 4,9% | المغربية |
| -12,19 | 3,6% | 2,9% | 3,2% | 3,5% | 3,4% | 4,0% | 4,1% | باقي قنوات الشركة الوطنية |
| -17,08 | 43,2% | 0%, 49 | 45,8% | 45,4% | 57,9% | 58,7% | 52,1% | القنوات الأخرى |

المصدر: المركز البيمهي للقياس CIAUMED

نلاحظ أنّ حصة المشاهدة للقناة الثانية زادت خلال هذه الفترة بأكثر من 35% خلال اليوم، بينما زادت حصة القناة الأولى بنسبة تتعدّى 30%. أمّا في أوقات الذروة، فتحتفظ القناة الثانية بالصدارة بنسبة 28,8% في عام 2019، تليها الأولى التي حسّنت مرتبتها بنسبة 22,3%، غير أنه، في عام 2023 نسجّل تراجعاً للقناة الثانية واحتلال قنوات الشركة الوطنية المرتبة الأولى في وقت الذروة بتحقيقهم نسبة 28,9% (مقابل 22,4% للقناة الثانية) 21، وذلك بفضل الجهود المبذولة للقناة الأولى في مجال إنتاج وتوزيع أعمال الخيال الوطني (المسلسلات والأفلام المغربية).

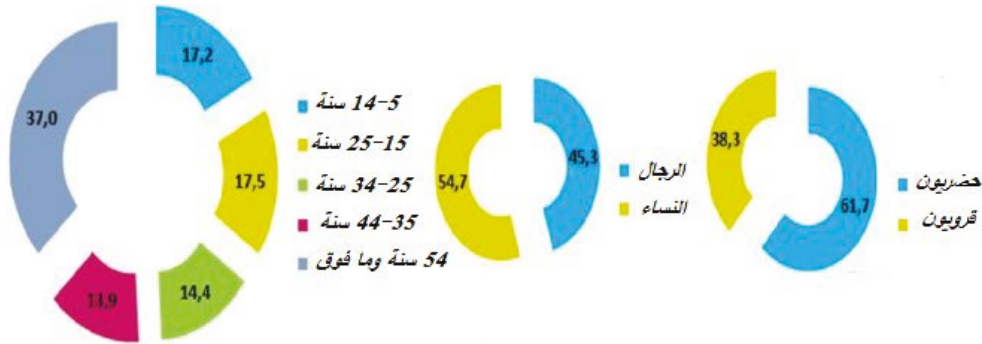
لكلّتا القناتين، تتشكّل الجماهير الرئيسية من النساء والشباب. ففي الأولى، تمثّل النساء 54,7% من الجمهور، بينما يمثّل الشباب (أقلّ من 35 عامًا) حوالي 50% في عام 2019.

جدول رقم 4: حصص المشاهدة للشركة الوطنية والقناة الثانية في عام 2022 و 2023

| القناة الثانية | | الشركة الوطنية | | |
|----------------|------------|----------------|------------|------|
| وقت الذروة | خلال اليوم | وقت الذروة | خلال اليوم | |
| 24 % | 32 % | 26 % | 16 % | 2022 |
| 22,4 % | 29,2 % | 28,9 % | 17,5 % | 2023 |

المصدر: CIAUMED, Chiffres clés de la Télévision, Années 2022 et 2023

ميان رقم 5: توزيع المشاهدة للقناة الأولى حسب الفئات العمرية والنوع والمجال



إذا قارنا هذه النتائج بتلك الخاصة ببعض القنوات العمومية لدول أخرى، سنجد بالنسبة إلى سنة 2019، أنّ المغرب يحتلّ الصدارة، متقدّمًا على أقطاب عمومية في بلدان الشرق الأوسط وأوروبا: بي.بي.سي (BBC) وز.د.ف (ZDF) وفرنس تليفزيون (France Télévisions) والراي (Rai) وحتى الأردن ومصر وتونس.

ميان رقم 6: مقارنة المشاهدة للتلفزيونات العمومية لبعض الدول (2019)



Source : Glance (Global Audience & Content Evolution) , One TV Year in the World, 2019 22

ترك هذه البيانات المتابعين في حيرة من أمرهم، لا سيما خلال شهر رمضان، حيث تحقّق القنوات المغربية أرقاما قياسية، وفي الوقت نفسه، تثبت على أنّ عامل القرب يدفع المشاهد إلى تفضيل القنوات الوطنية، كما هو الحال في كلّ أنحاء العالم، حيث يعبّر المشاهدون عن حاجة إلى القرب بالنسبة إلى برامج التلفزيون. وهذا ما يفسّر إقبال الجمهور على الإنتاجات المغربية، واحتلالها مكانة جيّدة في قائمة أفضل 10 برامج يتمّ بثّها، إلى جانب المسلسلات المكسيكية والتركية. ومع ذلك، يجدر التعامل مع هذه الأرقام بحذر لسببين :

- من جهة، لا تقاس قنوات الساتل بالقياس الآلي، وإنما البيانات المتعلقة بهم تأتي من مسح ميداني، وبالتالي فهي ليست من نفس الجودة والنوعية.
- من جهة ثانية، إنّ المقارنة مع الدول المتطوّرة لها حدود، بسبب الاحتكار العددي للقنوات العمومية المغربية، والفرق الكبير في حجم الأسواق، وشدّة منافسة القنوات الخاصة في هذه البلدان، والعادات الاستهلاكية للمشاهدين، والتطوّر العددي للقنوات الجديدة.



المشاهدة والعائدات الإشهارية

تنعكس التقلبات التي تعرفها المشاهدة على تطوّر العائدات الإشهارية للقنوات، لكن بطريقة متفاوتة. ويلاحظ تباين كبير ما بين القنوات الخاصة والعمومية، حيث إنّ هذه الأخيرة تحصل على عائدات أقلّ بكثير ممّا يتيح لها نصيبها من المشاهدة. هذا الفرق بين حصص السوق الإشهاري وحصص المشاهدة يجد تفسيره من جهة، في المنطق المعتمد من قبل المعلنين، ذلك أنّ ما يهتمهم بالدرجة الأولى هو شراء شاشات قوية للوصلات في وقت الذروة وليس المشاهدة الوسطية، ومن جهة أخرى، في إكراهات التقنين الإشهاري التي تُقيّد بصرامة بثّ الإشهار في القنوات من حيث الحجم المسموح به وعدد الوقفات الإعلانية الممكنة في الأعمال السمعية البصرية، والمنع الذي يمسّ بعض القطاعات الاقتصادية. فليست هناك إذن علاقة أوتوماتيكية بين المشاهدة والعائدات الإشهارية.



shutterstock.com · 2302283839

من جانب آخر، نشير إلى أنّ المجهود التجاري لأية قناة ولوكيلها الإشهاري من أجل الرفع أو الحفاظ على نصيب للسوق، هو ذو أهمّية بمكان في القطاعين العام والخاص، لكنّ حرّية ملاءمة مضمون شبكة البرامج مع متطلّبات المعلنين والمستلزمات المالية الآتية هي أكبر في القطاع الخاص، ممّا هو عليه الحال في القطاع العمومي. وهذا راجع إلى أنه في العديد من الدول يخضع القطاع العمومي لتأطير وقواعد أكثر شدّة في مجال الإشهار، مقارنة بالقنوات الخاصة. وبالتالي، فإنّ إمكانية التكيّف مع المنافسة يجعل القنوات العمومية أكثر ضعفا من القنوات الخاصة. إنّها إمّا تتقلّبات التي تحصل في السوق الإشهاري.

تُفسّر هذه الوضعية كذلك بالطبيعة العشوائية للمنتج الذي يعرضه التلفزيون للمعلنين. فالقناة التلفزيونية تعرض على طالبي المجالات الإشهارية مشاهدة محقّقة (تقاس بوقت المشاهدين)، وبما أنّ المشاهدة المحقّقة لا يمكنها أن تقاس إلاّ لاحقاً، فإنّ القناة التلفزيونية تعرض كذلك مشاهدة مرتقبة. هذه الأخيرة، يتمّ توقّعها مسبقاً من القناة قبل بثّ البرامج، وتنجم عن الاختيارات في مجال البرمجة. ومن أجل إعطاء قيمة أكبر للمجال الإشهاري، فإنّ المبرمجين يعملون على أن تصبح المشاهدة في لحظة معيّنة متوقّعة، مع هامش خطأ ضعيف في التقدير قدر الإمكان، لأنّ مبالغ التعريفات الإشهارية مرتبطة بذلك. بعد بثّ الخطاب الإشهاري، وإذا تبين أنّ النسبة المحقّقة تتعد كثيراً عن النسبة المرتقبة، فإنّ التعاريف تتمّ مراجعتها عبر ميكانزمات للضمان تأخذ في الاعتبار المشاهدة المحقّقة فعلاً. إنّ القناة التي تستطيع ضمان نسبة للمشاهدة قارّة خلال فصل كامل وفي حصص زمنية معيّنة، بإمكانها أن تبيع مجالاتها الإشهارية بشكل جيّد (من حيث الحجم والتعريف)، خلافاً للقناة التي تحقّق نتائج للمشاهدة غير منتظمة وغير مضمونة في الفترات الزمنية ذاتها.

هكذا، ففي الولايات المتحدة الأمريكية وبلدان أخرى (بما في ذلك إيطاليا)، لتلبية المتطلّبات الاحترازية للمعلنين، فإنّ القنوات التلفزيونية الخاصة تضمن لهم حدّاً أدنى من المشاهدة، من خلال عرض وصلات إضافية عندما لا تصل المشاهدة إلى العتبة المتّفق عليها. وبالتالي، فإنّ «ما يبيعه التلفزيون للمعلنين ليس إذن مجالاً للتواصل داخل برنامج معيّن، وإنما إمكانية إيصال رسالة أو خطاب إلى عدد من المشاهدين»²³.



إنّ القناة التي تستطيع ضمان نسبة للمشاهدة قارّة خلال فصل كامل وفي حصص زمنية معيّنة، بإمكانها أن تبيع مجالاتها الإشهارية بشكل جيّد (من حيث الحجم والتعريف)، خلافاً للقناة التي تحقّق نتائج للمشاهدة غير منتظمة وغير مضمونة في الفترات الزمنية ذاتها.

لتقريب المشاهدة المرتقبة من المشاهدة الفعلية، فإنّ المتعهّدين بالبثّ يخلقون في شبكة البرامج

مواعيد قوية، وينسجون عادات عند الجمهور بواسطة برمجة منتظمة وأصيلة ذات كلفة عالية.

وهذا ما يجعل أنّ الكلفة الإجمالية للبرمجة ترتفع خطياً بارتفاع المشاهدة²⁴. بالمقابل، فإنّ المشاهدة هي التي تشكّل قاعدة تحديد تعريفات المساحات الإشهارية للقنوات، والتي تتغيّر حسب المدّة، والفترة الزمنية المختارة والتاريخ المختار (خلال الأسبوع أو نهاية الأسبوع)، ودرجة الزبونة للمعلن. فمن خلال البرمجة وتصميم البرامج تسعى القنوات إلى تحقيق أقصى قدر من العائدات الإشهارية. غير أنه لا يكفي جلب أكبر عدد من الجمهور، بل ينبغي الاحتفاظ به لمدّة طويلة وجعله وفياً، حتى يمكن اقتراح على المعلنين مشاهدة ثابتة ودقيقة تسهّل وضع مخططاتهم التواصلية.

باعتبارها معياراً أساسياً في اقتصاد التلفزيون التجاري، أصبحت المشاهدة كذلك معياراً للشرعية للقنوات العمومية.

لكن يجب الإشارة، أنّ الإيرادات الإشهارية لا تشكّل إلاّ جزءاً محدوداً من الموارد المالية للقطاع العمومي، وإنّ ارتباط هذا الأخير بالإشهار لا يلزمه الخضوع لطغيان المشاهدة، التي يمكن أن تكون أحياناً متناقضة مع أهدافه والتزاماته، كالاهتمام بالبرامج الثقافية وتلك الموجهة إلى الأقليات.

وهذا ما يجعل مشاهدته تعرف تقلّبات، مقارنة بالقنوات الخاصة، وتنعكس على تعريفاته الإشهارية التي هي أقلّ من تلك المعمول بها في بعض القنوات الخاصة.

في النهاية، نشير إلى أنّ نصيب المشاهدة لا يترجم ويعكس نوعية وجودة البرنامج، لأنّ غايته هي قياس المشاهدة وتحديد الفترات الزمنية ذات المردودية بالنسبة إلى المعلنين. ويؤدّي هذا المنطق، إلى طغيان قياس المشاهدة وهيمنتها، الأمر الذي يمكن أن يكون منافياً لمهامّ الخدمة العمومية.



إنّ الإيرادات الإشهارية لا تشكّل إلاّ جزءاً محدوداً من الموارد المالية للقطاع العمومي، وإنّ ارتباط هذا الأخير بالإشهار لا يلزمه الخضوع لطغيان المشاهدة، التي يمكن أن تكون أحياناً متناقضة مع أهدافه والتزاماته



المراجع :

1. SALAÛN Jean-Michel (1989), A qui appartient la télévision ? in Aubier Res/Babel, Paris, p. 133.
2. Carlo FRECCERO, " la valeur d'usage de l'audience ", in Médias pouvoirs, n° 76, Avril-juin 1986
3. Jean Charles PARACUELLOS, La télévision, clés d'une économie invisible, la Documentation française, Paris 1993, p. 60
4. Carlo FRECCERO, op.cit., p. 16
5. Dallas W.Smythe (1977), Blindspot of Western Marxism , Canadian Journal of Political and Social Theory, vol. 1, no. 3, pp. 1-28. Cité in Jacques W. OPPENHEIM (1988), Code : TV à la carte, éd. Edilig. Coll. Médiathèque, Paris, p.146.

انظر كذلك إلى:

- Dallas W. Smythe, « On the Audience Commodity and its Work », in Durham and. Kellner (2006), Media and Cultural Studies : KeyWorks, Revised Edition, pp.230-256
- Dallas W. Smythe « Devant le poste, un travail à la chaîne », in Faire sauter le verrou médiatique, « Manière de voir » , N°146, avril-mai 2016.

6. - انظر بهذا الخصوص إلى :

Nathalie SONNAC, « médias et publicité ou les conséquences d'une interaction entre deux marchés», -
in Le Temps des médias », 2006/1 n° 6, pp. 49 à 58
مقال متوقّر على الرابط:

<https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2006-1-page-49.htm>

- Nathalie SONNAC, « L'écosystème des médias: les enjeux socioéconomiques d'une interaction entre deux marchés », revue Communication, vol.32/3-2013
- David BONNIE et Marc BOURREAU (2008), «Les marchés à deux versants dans les médias» (chapitre26 de l'ouvrage collectif, culture web, Collection Dalloz Gestion, pp.481-497).

متوقّر على الرابط: https://www.researchgate.net/publication/278735764_Les_marches_a_deux_versants_dans_les_medias

dans_les_medias

7. انظر بهذا الخصوص إلى :

- SNPTV (Syndicat National de la Publicité télévisée), Étude sur la TV et l'image de la publicité à la TV en Europe, deuxième baromètre 7/02/02.
- Efficacité publicitaire, in Vu à la télé, Lettre d'information du SNPTV, octobre 2003. Documents disponibles sur le site : www.snptv.org

8. في فرنسا يسيطر على شبكات البرامج 3 منتجين (Thierry ARDISSON) de ENDEMOL France, Réervoir Prod, Jean- DELARUE) عبر إنتاجهم للعديد من برامج التدفق: ألعاب، مجلات، ترفيه الخ. انظر في هذا المجال إلى:
صحيفة لوموند عدد 21 / 6 / 2003 ص. 21 ومجلة شالانج عدد 3 / 4 / 2003، ص. 7.

9. Valérie GANNE, " Les audiences des télévisions dans le Monde " in, L'état des médias, op.cit. p. 176.
10. Marc MINON, " la mesure d'audience TV en Europe : une normalisation qui s'annonce difficile ", in L'état des médias, op.cit. pp. 180-184.

11. في 15 نوفمبر 2021، كان حجم العينة الثابتة يتشكّل من 5009 أسرة ممثلة للسكان الفرنسية، وهو ما يعادل 11485 فردا من فئة 4 سنوات، وأكثر موزعة إلى 24 هدفا تستجيب لحاجيات زبناء (حرفاء) معهد استطلاع الرأي ميدياميتري. ومن أجل قياس جمهور التلفزيون خارج المنزل وأثناء التنقل، وجميع الشاشات، يستعان بعينة ثابتة تكميلية من 4500 فرد تتراوح أعمارهم بين 15 عامًا وأكثر.
12. هي مجموعة للمصالح الاقتصادية تجمع بين القنوات التلفزيونية (أساسا الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة والقناة الثانية) ووكيلهما الإشهاري، وتجمع المعلنين المغاربة (GAM) واتحاد الوكالات الاستشارية للتواصل (UACC)
13. باقي رأسمال يرجع إلى 15% (LMS-CSA) و3% (CSA France) وأشخاص ذاتيين (20%)
14. في 19 يناير 2021 تتشكّل العينة الثابتة لماروك ميترى من 1045 أسرة (4276 فردا بعمر 5 سنوات وما فوق) تمثّل مختلف المناطق، وتمّ تجهيزها بأجهزة القياس وآلة للتحكّم تتضمّن أزرارا فردية خاصة بكلّ فرد في الأسرة وحتى للضيوف.
15. تهدف "العلامة المائية الصوتية" إلى إخفاء علامة داخل محتوى صوتي، يمكن العثور عليها بعد ذلك أثناء استقبال الإشارة بغض النظر عن وسائل الإرسال (الأرضي، والقمر الصناعي، والكابل، وADSL، والرقمي، والتناظري)، وجهاز الاستقبال. يوفرّ عدّاد القياس ثلاثة بيانات: الطابع الزمني (وقت ونوع البثّ، بالمباشر أو المؤجّل)، وقناة البثّ (الفضائية، الأرضية، الإنترنت)، والمحتوى (أعمال الخيال، المجلّات، برنامج ترفيهي، إلخ). تتمّ معالجة هذه المعطيات، يوميا وشهريا، قبل نشرها.
16. نسبة الاستماع الفردي أو قيمة الاستماع هي الوقت الذي يقضيه مجموع الأفراد المشكّلين للعينة أمام التلفزيون. يمكن احتسابه بالنسبة إلى برنامجٍ ما أو فئة زمنية أو بالنسبة إلى مجمل اليوم. يعبّر عنه بالساعات والدقائق أو الدقائق لوحدها.
17. تنعت بالتلفزيون الاستدراكي أو بالإنجليزية (catch-up TV). في عام 2018، مثّلت المشاهدة المتأخّرة أو المؤجّلة 8,3% من الوقت الذي يقضيه المرء في مشاهدة التلفزيون في جميع أنحاء العالم، ولكن وزنها هو أكبر بكثير في بعض البلدان: 18% في سويسرا و23% فيما يخصّ الشباب البرتغاليين البالغين". في بيان صحفي لمؤسسة Eurodata TV بتاريخ 8 أبريل 2019.
18. في كلّ من إيرلندا وبلجيكا ارتفعت مدّة الاستماع سنة 2010 بعد دمج المشاهدة المتأخّرة بالتوالي ب 10 و11 دقيقة، مقارنة بسنة 2009.
19. من سنة 2010 إلى سنة 2020، تراجع استهلاك التلفزيون العالمي 23 بمقدار دقيقة، حيث انتقل من 3 ساعات و17 دقيقة إلى 2 ساعة و54 دقيقة، بينما اكتسب المغرب خلال هذه الفترة ساعة و7 دقيقة.
20. Ciaumed , Chiffres clés de la Télévision, Année 2022
21. Eurodata TV Worldwide هو منذ أكتوبر 2019 الاسم الجديد لـ GLANCE
22. J-C PARACUELLOS, La télévision, clés d'une économie invisible, op.cit. p. 91
23. انظر بهذا الخصوص:

Marc BOURREAU, M. dans GENSOLLON, J. PERANS, " Les économies d'échelle dans l'industrie des médias "

ENSET. oct. 2001

◀ الدراما العربية

في ظلّ تنافسية المنصّات الرقمية

د. نسرین عبد العزيز

أكاديمية الشوق - مصر

مع تطوّر المشهد الإعلامي وظهور بيئة إعلامية جديدة مستحدثة، كان من أبرز إفراناتها المنصّات الرقمية وإنتاج المحتوى الرقمي الموجّه إلى الجمهور الذي يشاهده حسب الطلب (Vido ON Demand) ، ظهرت دراما المنصّات الرقمية أحد نتاجات هذه المنصّات وروافدها. واستطاعت أن تجذب قطاعا كبيرا من الجمهور لها في السنوات الأخيرة، وأصبح لها سوق درامي متميّز وخاص على مدار العام، وغير مرتبط بموسم محدد أو فترة زمنية معيّنة.

مع تطوّر المشهد الإعلامي وظهور بيئة إعلامية جديدة مستحدثة، كان من أبرز إفراناتها المنصّات الرقمية وإنتاج المحتوى الرقمي الموجّه إلى الجمهور الذي يشاهده حسب الطلب (Vido ON Demand) ، ظهرت دراما المنصّات الرقمية أحد نتاجات هذه المنصّات وروافدها. واستطاعت أن تجذب قطاعا كبيرا من الجمهور لها في السنوات الأخيرة، وأصبح لها سوق درامي متميّز وخاص على مدار العام، وغير مرتبط بموسم محدد أو فترة زمنية معيّنة.

فكلمة **دراما** في الأساس هي كلمة يونانية مشتقة من الفعل اليوناني «دراؤ» بمعنى اعمل، كما أنّ في اللغة الإنجليزية «Drama» مشتقة من الكلمة اللاتينية «Dran» والتي تعني باللغة العربية أن يفعل، وبهذا **فالدراما تعني قصة تؤدّى أو تقدّم للجمهور** ، وكما عرّفها أرسطو بأنها محاكاة لفعل بشري ، وهذه المحاكاة هي غريزة في الإنسان منذ طفولته ومن الأشياء التي تميّزه عن الحيوان، ويتلقّى بها المعارف الأولى له، فالدراما تتيح للفرد التعبير عمّا يدور في تفكيره ومشاعره باستخدام العقل والجسم ، فجوهر الدراما هو الحركة وليس الكلمة(1).

ولكلّ عمل درامي بناء أساسي يتكوّن من الفكرة والشخصية والصراع الدرامي والحدث

مع تطوّر المشهد الإعلامي وظهور بيئة إعلامية جديدة مستحدثة، كان من أبرز إفراناتها المنصّات الرقمية وإنتاج المحتوى الرقمي الموجّه إلى الجمهور الذي يشاهده حسب الطلب (Vido ON Demand) ، ظهرت دراما المنصّات الرقمية أحد نتاجات هذه المنصّات وروافدها. واستطاعت أن تجذب قطاعا كبيرا من الجمهور لها في السنوات الأخيرة، وأصبح لها سوق درامي متميّز وخاص على مدار العام، وغير مرتبط بموسم محدد أو فترة زمنية معيّنة.



يدور الحديث تفصيليًا عن دراما المنصّات الرقمية، ومدى وجود تحدّيات تواجه الدراما

يريد الكاتب أن يصل بها إلى المشاهد، من خلال عمل مكتوب، ثم تأتي مرحلة العرض لتبلور وتجسد تلك الرؤية(2).

أما الشخصية الدرامية، فهي تنتج شبكة من العلاقات التي تقوّي الحبكة وتصنع إيقاع العمل الدرامي وتتوافق مع أحداثه. ومنها: علاقة الشخصية مع الذات، وعلاقة الشخصية مع الشخصيات الأخرى، وعلاقة الشخصية مع المكان، وعلاقة الشخصية مع الزمان(3).

ولابدّ أن تُرسم الشخصيات جيّداً، وأن تحدّد أبعادها الثلاثة (الجسدية، والاجتماعية، والنفسية) بشكل مُتقن، مع تحديد المظهر المناسب للدور واللغة التي تتحدّث بها الشخصيات والقيم التي تتحلّى بها، حتى يستطيع أن يوجد المؤلف هذه الشخصية في عدّة مواقف تساعد على تطوّر الأحداث والصراع.

وعن الصراع الدرامي، فهو لا يبدأ فجأة ولكن يتمّ التمهيد له منذ بداية الأحداث حتى يصل إلى الذروة، ثمّ حلّ الصراع والوصول إلى نهاية الحدث. وتختلف أنواع الصراع ما بين الصراع الذاتي أو الداخلي الذي يكون بين الإنسان والذات، وصراع الفرد ضدّ فرد، والصراع المجتمعي الذي يكون بين الإنسان وجماعة معيّنة أو نظام معيّن أو المجتمع الذي يعيش به، والصراع الموقفي الذي يكون

والحبكة والذروة، وهذا البناء الدرامي هو باختصار الإجابة عن الأسئلة الأربعة الأساسية لأيّ حدث: كيف حدث؟ ومتى؟ وأين؟ ولماذا حدث؟

عناصر البناء الدرامي



وهو الإطار الذي يشكّل العمل ويحدّد كيفية إدارة الصراعات، وخلق الشخصيات التي تدير الصراع، وبداية الحدث ونهايته، والمكان الذي تجرى فيه الأحداث وإيقاع تدفّق الأحداث؟

ومن وظائف البناء الدرامي، تزويد المتلقّي بالمعرفة، وكلّما كثرت المعرفة التي تصل إليه، كان العمل الفني أكثر قيمة، وكثرت اكتشافاته التي يحقّقها، سواء عن النفس البشرية أو المجتمع، أو عن العلاقات بين البشر.

وعن الفكرة الدرامية، فهي صلب العمل الدرامي، والمفهوم أو الرؤية التي يودّ الكاتب أن يحرك عقل المشاهد في اتجاهها، أو التي

وأيضاً، لا بدّ من الأخذ في الاعتبار أن يكون الحوار بين الشخصيات الدرامية بلغة مناسبة للشخصيات، وأن يثير العواطف والأحاسيس، وأن يحتوي على معلومات ويحرّك القصة إلى الأمام، وأن يكون بعيداً عن الإطالة وغير مفكّك ومباشر وغير مبالغ فيه.

ولم يختلف البناء الدرامي في دراما الإذاعة والسينما والتلفزيون عن دراما المنصات الرقمية، فالهيكل واحد، ولكن اختلفت ثقافة المشاهدة حيث تحوّلت إلى المشاهدة عند الطلب، والتي توفّر للمشاهد حرّية المحتوى الدرامي الذي يشاهده في التوقيت المناسب له، وفقاً لدفع اشتراك معيّن قد يكون شهرياً أو سنوياً.

كما اهتمّت الكثير من الدراسات الإعلامية بالبحث عن عادات وأنماط استخدام الجمهور للمنصات الرقمية، وثقافة الاستهلاك لمثل هذه المنصات، فكشفت دراسة بعنوان «ثقافة الاستهلاك في متابعة الجمهور الدرامي عبر المنصات الرقمية المدفوعة» عام 2022، عن العوامل المؤثرة في استهلاك الجمهور للمضمون الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية المدفوعة، سواء العربية أو الأجنبية، واختبار تأثير ذلك على فهم البيئة وإضافة معانٍ جديدة، و توجيه تجارب المتابعين وترشيدها، واستهلاك المضمون المتلفز وأنماط الحياة والصور والرموز، وتوصّلت إلى

من أجل الحياة والبقاء بعد مواجهة أبطال العمل لتحديات الكوارث الطبيعية أو الأوبئة والأمراض التي قد تقود إلى الموت والنجاة، وتحتاج إلى قوّة الإرادة والتفكير المنطقي والشجاعة في اتخاذ القرارات، والصراع الكوني الذي يكون بين الإنسان والقوى الخارقة للطبيعة أو غير المرئية وغير البشرية، مثل صراع الإنسان مع الشيطان.

وعن **الحبكة الدرامية**، فهي عبارة عن ترتيب أحداث العمل الدرامي في تسلسل ومنطقية وترابط للوصول إلى الحدث الدرامي الأساسي للرواية بهدف إثارة عواطف الجمهور، ولا بدّ أن تكون قوية وغير مفكّكة، كما أنّ الفيلم أو المسلسل لن يكتسب الشكل العام له إلاّ من خلال السيناريو الذي لا يمكن فصله عن الحبكة بأيّ حال من الأحوال.



بأهمية تطوير المحتوى الدرامي المقدم عبر المنصات الرقمية التلفزيونية، بما يتواءم مع احتياجات ومتطلبات المجتمع المصري التي هي متغيرة وفقا للظروف التي يواجهها المجتمع، وكذلك الاهتمام بالجانب التقني والتكنولوجي في تقديم دراما تلفزيونية جذابة شكلا من ناحية التقنية (5).



كما اكتشفت دراسة أخرى بعنوان «مستقبل المنصات التلفزيونية ومنصات الفيديو الإلكترونية: دراسة لمحددات الاستخدام والتفاعل مع المحتوى في مصر» عام 2021، (6) أن متغير سهولة الاستخدام هو المتغير الوحيد الذي ارتبط ارتباطا إيجابيا مع الإقبال على استخدام المنصات الإلكترونية، وأن الشباب عينة الدراسة يميلون إلى استخدام نظام لا يحتاج إلى مجهود جسدي أو ذهني، ويسعون دوما إلى استخدام التطبيقات غير المعقدة في البحث والتخزين

عدّة نتائج عن أسباب ودوافع تعرّض الجمهور للمنصات الرقمية وطبيعة الأعمال الدرامية التي يتابعونها، ومن أبرزها تبوّأ منصة Netflix المرتبة الأولى في الاشتراك والمتابعة لخدماتها ومضمونها المتلفز، مقارنة بمنصات رقمية أخرى عربية وأجنبية، وأن أكثر دوافع التعرّض لمضمون هذه المنصات الرقمية المدفوعة هو البثّ الحصري والأول في المشاهدة، بالإضافة إلى مرونة وحيوية الاستخدام بلا أي قيود زمانية أو مكانية، وأن أكثر الأعمال الدرامية تفضيلا من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور العربي المشترك والمتابع لهذه المنصات هي دراما الأكشن والدراما الاجتماعية والكوميديّة وذلك للتخلص من ضغوط الحياة(4).

كما توصلت دراسة أخرى بعنوان «كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية، وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية» (2022)، إلى نتائج هامة عن معدّل مشاهدة الدراما على المنصات الرقمية التلفزيونية فكانت مرتفعة نوعا ما، لأنها تقدّم محتوى دراميا مختلفا يتسم بالحريّة والجرأة في المعالجة الدرامية، عمّا يقدّم في القنوات التلفزيونية التقليدية، وأنّ المشاهدة عبر الوسائل التكنولوجية جاءت بشكل مرتفع، وخاصة الهواتف المحمولة الذكية، وأنّ لها تأثيرا على تشكيل إدراك عينة الدراسة للقضايا المجتمعية، وأوصت الدراسة

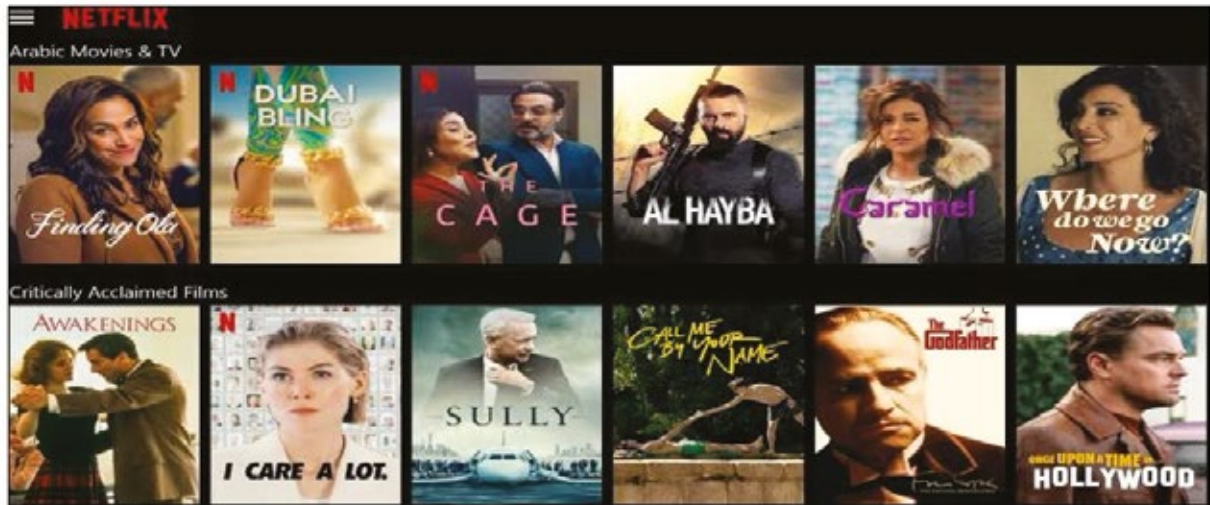
وأيضاً ظهر مفهوم المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي المقدم على المنصات الرقمية فوصلت إحدى الدراسات إلى أن التفاعل الاجتماعي والهروب من الواقع وسهولة الوصول إلى محتوى درامي، تحفز المستخدمين على قضاء المزيد من الوقت في المشاهدة، وأن المشاهدة المفرطة يتعلّق جزء منها بالترفيه والهروب من ضغوط الحياة اليومية وقضاء وقت الفراغ. وهناك منظور آخر يؤكد على النتائج السلبية لها، مثل الشعور بالندم والإحباط والقلق وأعراض الإدمان السلوكي (8).

إذن ما هي دراما المنصات الرقمية، وما الفارق بينها وبين دراما الإذاعة والسينما والتلفزيون؟

تعرّف دراما المنصات الرقمية بأنها الدراما التي أعدت وأنتجت خصيصاً للعرض على المنصات الرقمية، وهذه الدراما تختلف

والتحميل للفيديوهات، فقبول أيّ تكنولوجيا جديدة يتأثر بإدراك سهولة استخدام تلك التكنولوجيا، وهو ما يتماشى مع طبيعة المستخدمين المصريين الذين يسعون إلى سهولة الاستخدام في الإقبال على البيئة التكنولوجية وأدواتها.

وتوصّلت دراسة أخرى بعنوان «تأثير دراما نتفليكس على إدراك المراهقين للعلاقات الاجتماعية» (7) عام 2021 إلى تأثير منصّة نتفليكس على سلوك وتفكير المراهقين، وخلق عالم خيالي يهرب فيه المراهق من الواقع، وأنّ الغالبية العظمى يستخدمون منصّة نتفليكس لأنها سهلة الاستخدام ومتاحة بسهولة. وأنّ نسبة غير قليلة من المراهقين يقضون أغلب أوقاتهم في مشاهدة نتفليكس مع أصدقائهم، أو بمفردهم أكثر من مشاهدتها مع الأسرة، وأنّ هناك احتياجاً لتصفّح الآباء للمحتوى الذي يشاهده المراهقون بشكل مباشر أو غير مباشر.



عن دراما الإذاعة والسينما والتلفزيون في عدّة نقاط وهي:

- **حرّية أكثر لصنّاع الدراما**، فأصبح هناك جرأة في اختيار الموضوعات التي يتناولها العمل، وجرأة في المشاهد المصوّرة داخله.
- **انخفاض رتبة المشاهدة الاعتيادية للجمهور**، والتي تسبّبها كثرة الفواصل الإعلانية المبالغ فيها، فهي تعرض الأعمال بدون إعلانات، وأحياناً تقدّم بعض المنصّات إعلانات داخل المحتوى الدرامي إذا كانت المشاهدة مجانية، ولكن بشكل مقنّن جدّاً.

- **قصر المدّة الزمنية التي يستغرقها إنتاج العمل الدرامي**، وعرضه على المنصّة للجمهور.

- **قلّة عدد حلقات المسلسلات المعروضة على المنصّة**، وفي المتوسط تبلغ 10 حلقات لكلّ عمل، وقد تكون 9 حلقات أو 12 حلقة في بعض الأعمال، وفي أحيان أخرى تصل إلى 15 حلقة، بالإضافة إلى اتّباع تكنيك المواسم الذي يتيح للعمل الواحد أن يكون له أكثر من موسم، ولكن كلّ موسم محدّد في حلقاته ومكثّف في أحداثه وجذاب.

- **سرعة إيقاع الأحداث وعدم الإطالة**، ممّا يجعل الحكمة مُتقنة بشكل كبير.

- **توفّر سوق لإنتاج الدراما على مدار العام**

وغير مرتبط بالموسم الدرامي الرمضاني.

- **تقنيات الصورة عالية الجودة والإبهار**

البصري والاهتمام بجماليات الصورة.

- **اختلاف طبيعة الأعمال الدرامية**

المعروضة وظهور أنواع مختلفة، ومنها

دراما الرعب التي يُقبل عليها الجمهور

ويفضّل مشاهدتها.

- **إعطاء فرصة لظهور معايير جديدة في**

الكتابة والتأليف واختيار الممثّلين، وإتاحة

فرصة أكبر لورشات الكتابة والتمثّلين الشباب.

- **إتاحة آلية دقيقة لقياس نسب مشاهدة**

الجمهور للمحتوى الدرامي، ومدى وجود

شراهة أو إفراط في المشاهدة من عدمه.

أيضا استطاعت المنصّات الرقميّة أن توفّر

منصّة جديدة لإعادة عرض الأعمال الدرامية

المقدّمة على الفضائيات العربية والمصرية

ودور العرض السينمائي، ممّا يساعد على ارتفاع

نسبة المشاهدة واتّساع قاعدة انتشار الأعمال،

وإتاحة الفرصة للجمهور في مشاهدة الأعمال

التي قد لا يستطيع مشاهدتها في وقت عرضها،

ممّا يسهّل عليهم متابعة أحداث الأعمال

الدرامية بانتظام والاستمتاع بها.

وبعد أن أصبح هناك منتجون يعدّون

دراما مخصّصة للعرض فقط على المنصّات

الرقميّة، أصبحت المنصّات ذاتها هي مَنْ



والمسلسل السعودي «المستور: ضحايا

حلال» إنتاج منصّة شاهد عام 2020، وعُرض على المنصّة للمخرج أحمد مدحت، وبطولة سناء بكر يونس، خالد صقر، ميلا الزهراني، العنود سعود، ونسرين راضي، تدور أحداثه حول سيّدة تدعى أم نورا تعمل في اصطياد الفتيات اللاتي يعانين من ظروف حياتية قاسية ليوافقن على زواج الميسار الذي تديره وفقا لشروطها، ولخدمة مصالحها الخاصة بخدعة حمايتهنّ، فيصبحن ضحايا لا يجنين شيئا سوى العذاب والقهر والخذل والإهانة، وذلك بتناول خمس قصص لخمس فتيات، ولكلّ فتاة ظروف خاصة تجمعها بأم نورا.

وفي مسلسل «البحث عن علا» والذي

عُرض على المنصّات الرقميّة عام 2022، وهو من إنتاج Netflix، قدّمت الفنانة هند صبري دور الصيدلانية علا عبد الصبور التي انفصلت عن زوجها هشام الذي شعر بأنه مقيد بسبب روتين الحياة الزوجية

تقوم بالإنتاج، وفي مقدّمها منصّة نتفليكس، فأنتجت العديد من الأعمال الأجنبية والعربية، وأول الأعمال الدرامية العربية كان مسلسل (ما وراء الطبيعة)، و(البحث عن علا)، وفيلم (أصحاب ولا أعزّ).

ففي مسلسل «ما وراء الطبيعة» يعيش

البطل الطبيب البشري رُفعت في عالم ملئ بالمغامرات والقصص الخارقة للطبيعة، وهذا الغموض الذي يحيط بالأحداث من حوله هو تيمة العمل وعنصر الإثارة به، تعاونه وتساوده في خوض هذه المغامرات زميلته الأستكلندية «ماجي» في إطارٍ من الرعب والإثارة، العمل بطولة أحمد أمين، رزان جمال، وإخراج عمرو سلامة، ومقتبس من سلسلة ما وراء الطبيعة لأحمد خالد توفيق. ويعتبر أول إنتاج مصري لتفليكس عام 2020. وهو من المسلسلات المتّصلة المنفصلة.



والفنان اللبناني جورج خبّاز، وتمّ تصويره في بيروت ، ومأخوذ من الفيلم الإيطالي «غريباً بالكامل»، والذي تدور أحداثه حول مجموعة من الأصدقاء يتناولون العشاء معاً، ويقرّرون أن يلعبوا لعبة مختلفة التكنيك والأسلوب، وهي أن يضع الجميع هواتفهم المحمولة على طاولة العشاء، وأن تكون الرسائل النصّية والصوتية والمكالمات متاحة على مرأى ومسمع الجميع، ورويدا رويدا تحوّلت اللعبة الممتعة والشّيقة للبعض منهم إلى مصدر لكشف الفضائح والأسرار التي غيّرت مجري حياتهم ونظرة الأصدقاء لبعضهم البعض.



ومسلسل «ريفو» إنتاج watch it عام 2022، وهو من تأليف محمد ناير، وإخراج

النمطية معها، فهو يرغب في الحصول على الحرّية والاستقلال، فاهتمّ العمل بمناقشة فكرة اعتماد المرأة على نفسها بعد طلاقها من زوجها، واكتشاف ذاتها ، وأنّ الحياة لا تنتهي بفشل زواجٍ ما، وإنما من الممكن أن تكون بداية لحياة أفضل، قد ترغب فيها سيّدات كثيرات، من أجل استمرار حياتهنّ والشعور بطاقة إيجابية تجعلهنّ قوى منتجة ومصدر إلهام لمن حولهنّ، المسلسل من تأليف مها الوزير وغادة عبد العال، وإخراج هادي الباجوري، وشارك هند صبري العمل سوسن بدر وهاني عادل وندى موسى، وهو الجزء الثاني من مسلسل «عايزة اتجوّز» الذي عرض في موسم رمضان عام 2010.



وفيلم «أصحاب ولا أعزّ» وهو أول فيلم عربي من إنتاج Netflix عام 2022، للمخرج اللبناني وسام سمرة وبطولة منى زكي ، والفنان الأردني إياد نصّار، والفنانة اللبنانية نادين لبكي،



ومسلسل «البيت بيتي»، وهو من المسلسلات الكوميدية التشويقية الذي تتخللها مشاهد مرعبة لبطل العمل بينو الذي يعود إلى القاهرة ليستلم حصة ميراثه، وهو قصر قديم مهجور فيجد نفسه في مغامرات مرعبة مرتبطة بهذا القصر غير مفهومة، فيساعده على اكتشاف لعنة هذا القصر سائق سيارة يتعرّف عليه بالصدفة، العمل بطولة كريم محمود عبد العزيز، ومصطفى خاطر وميرنا جميل، وتأليف كريم سامي، وإخراج خالد مرعي، وهو من إنتاج شاهد عام 2022.



يحيي إسماعيل وبطولة أمير عيد، وركين سعد، تدور أحداثه في فترة التسعينيات حول علاقة والد مريم بإحدى الفرق الموسيقية المشهورة في هذه الفترة، وتكتشف معها الكثير والكثير من الأسرار التي أخفاها عنها والدها،

ومسلسل «غرفة 207» إنتاج شاهد عام 2022، وهو مسلسل رعب، حيث تدور الأحداث حول لغز غرفة برقم 207 في أحد الفنادق، ويلاحظ أحد العاملين في الفندق هذا الأمر ويتتبعه حتى يصبح جزءاً من أحداث هذه الغرفة، وتنهال عليه المصائب ويكتشف السر وراءها، العمل بطولة ريهام عبد الغفور ومحمد فرّاج، وناوردين فرج، وإخراج محمد بكير، ومستوحى من إحدى روايات أحمد خالد توفيق.

ومسلسل «النزوة» الذي تدور أحداثه حول رجل يُدعى عمر، وسيّدة تدعى هالة، يتمّ استدعاؤهما للتحقيق معهما في جريمة قتل، وعلى إثر هذه الجريمة يتذكرون علاقة الحب التي كانت بينهما وما حدث بها من خيانات زوجية وذلك في إطار من التشويق والدراما، المسلسل بطولة خالد النبوي والممثلة عائشة بن أحمد، وتأليف محمد الحاج وإخراج أمير رمسيس عام 2022.

حقيقة ظروفه حتى يتزوَّجا، وعلى الرغم من ظروفهما العائلية المختلفة، والتي بمثابة عائق في طريق استمرارية علاقتهما يحاولان التعايش معًا، وتحدث الكثير من المفارقات الكوميدية بالإضافة إلى حضور مميز وخاص للفنانة الكبيرة إسعاد يونس، العمل من بطولة دينا الشربيني وشريف سلامة وتأليف يسر طاهر ورنأ أبو الريش وإخراج خالد الحلقاوي.

أيضا مسلسل «موضوع عائلي» للمخرج أحمد الجندي وبطولة ماجد الكدواني ومحمد شاهين ورنأ رئيس، والذي عُرض على منصّة شاهد. يعدّ من المسلسلات الاجتماعية التي تناولت قضية أخرى وهي علاقة الآباء بالأبناء، فتدور الأحداث حول إبراهيم الذي يفاجأ بوجود ابنة له من زوجته الراحلة ليلي، والتي كان يحبّها ولم يفكر في الارتباط بامرأة أخرى غيرها، ولكن إصرار والدها بالانفصال عنه، فرّق بينهما، فيصبح واصيًّا على ابنته سارّة لمُدّة 6 أشهر. وخلال هذه الفترة تحدث العديد من المفارقات وتغيّر الكثير من أمور حياتهما.

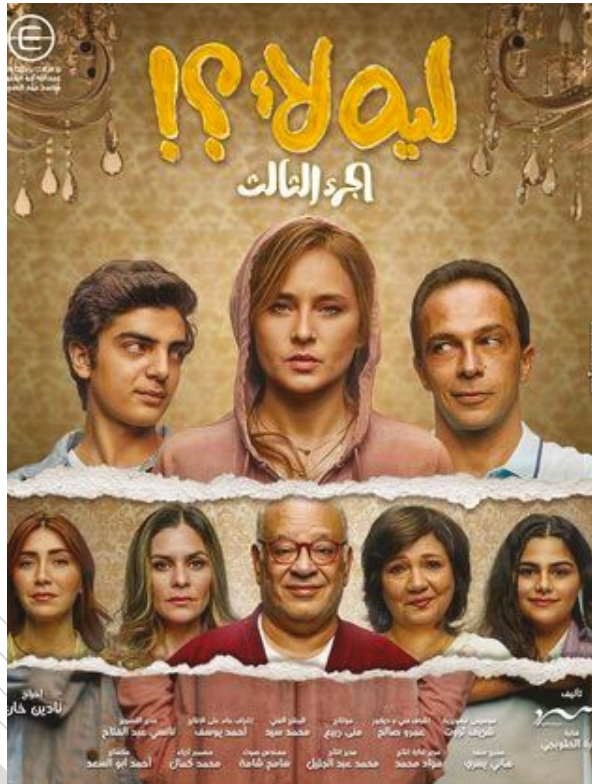


وأیضا مسلسل «أزمة منتصف العمر»، الذي تدور أحداثه حول فتاة تدعى فيروز تتزوَّج من عُمر الذي يكبرها بالسّن، ثمّ تقع في حبّ زوج ابنته، فتنشأ علاقة سرّية بينهما تسبّب الكثير من المشاكل والمفارقات. العمل بطولة كريم فهمي، ريهام عبد الغفور، ورنأ رئيس، تأليف الكاتب أيمن سليم، وإخراج كريم العدل، إنتاج عام 2023.



ومسلسل «كامل العدل» الذي عرض في شهر رمضان 2023 وحقق نجاحا جماهيريا يضاهي الأعمال الدرامية التي عُرضت على القنوات الفضائية المصرية والعربية، والمأخوذ عن فيلم «عالم عيال عيال» للفنانة الكبيرة سميرة أحمد ودنجوان السينما المصرية الفنان رشدي أباطة، تدور أحداثه حول سيّدة مطلّقة تدعى ليلي صاحبة مشروع تجميل ولديها أبناء وتقع في حبّ دكتور تجميل يدعى أحمد، وهو رجل أرمّل ولديه أبناء أيضا، وكلّ منهما يخفي

أحمد طارق، وأمير صلاح، وتأليف مريم نعيم وإخراج نادين خان، وتدور أحداثه حول أم مطلقة تدعى شيري تحبّ ابنها ولها علاقة منفردة و متميّزة معه، ولكن تستجيب لرغبتها في الحب من جديد فتثير غيرة ابنها، وتبدأ العقبات تظهر في طريقها والاجتماع بحبيبها، ومن المعروف أنّ سلسلة «ليه لا» هي من أهمّ الأعمال الدرامية النسوية التي ظهرت في الآونة الأخيرة، والتي تهتمّ بمعالجة قضايا المرأة بشكل مختلف والتطرّق إلى موضوعات جديدة، تحرّر المرأة من القيود التي قد تعيشها في بعض المجتمعات وتعطيها الأولوية في اهتمام الرأي العام بها.



ومسلسل «سبب وأنا سبب» والذي عُرض على منصة شاهد بطولة أحمد صلاح السعدني وهنا زاهد، والممثل اللبناني كارلوس عازار وإخراج وائل إحسان، وتأليف رنا أبو الريش، وهو من المسلسلات الاجتماعية الكوميدية قد تناول قصة فتاة جميلة تدعى نبيلة ، تعيش في حيّ بسيط، عاشقة لتصميم الأزياء منذ الصغر، وتحلم بأن تكون مصممة أزياء مشهورة، تحبّ شابا مهندسا يدعى إبراهيم ويعمل في تصليح السيارات، ولكن تهرب منه في ليلة عرسها إلى لبنان لتبني حياة جديدة مليئة بالشهرة والمعجبين، يرتبط بها ممثل لبناني معروف ، فترجع إلى الإسكندرية اضطرارا لتغطية الأكاذيب التي أخبرتها له عن أسرتها، وتتوالى الأحداث في إطار من الكوميديا والإثارة.

ومسلسل «ليه لا» الجزء الثالث والذي عرض على منصة شاهد، إنتاج عام 2023 بطولة نيّلي كريم، وصلاح عبدالله،

في إطار من الجريمة والرعب حول مجموعة من جرائم القتل الغامضة التي يتسبب في حدوثها بطل العمل جابر، وهو قاتل متسلسل، لا يعرف أحد حقيقة أمره، المسلسل بطولة أحمد فهمي، وركين سعد وباسم سمره، تأليف محمد صلاح العزب وعماد مطر، وإخراج هادي الباجوري.

ولا تزال هناك أعمال أخرى تُعرض على المنصات الرقمية، وتجذب انتباه الجمهور ويحرص على مشاهدتها بل وتكرار المشاهدة أيضا.

ومع الإنتاج المتزايد لدراما المنصات الرقمية وإقبال الجمهور عليها، مع تشجع الكثير من الفنانين على خوض تجربة المنصات، أصبح هناك منافسة مع دراما السينما والتلفزيون، حيث إنّ سوق دراما الإذاعة يحتاج إلى إعادة نظر وتوجّه مختلف لقلّة الأعمال المنتجة ومحدودية الأفكار الموجودة على الساحة، رغم أنّ الدراما الإذاعية لها جمهور كبير ويحرص دائما على الاستماع إليها، ومتابعتها للسحر الخاص الذي تتمتع به ومخاطبتها لخيال المستمع، وشعوره معها بمساحة خاصة، إلا أنّ هناك فجوة كبيرة في معدّل إنتاجها، مقارنة بداراما السينما والتلفزيون حاليا.



والمسلسل الكويتي «ماما غنيمة»، حيث

تدور أحداث المسلسل حول ثلاث فتيات أخوات غير شقيقات من جنسيات مختلفة، المصرية والكويتية والسعودية، تقوم جدّتهنّ غنيمة باستدعائهنّ بعد وفاة والدهنّ للإقامة معها لمدة سنة حتى تستطيع اختيار أيّ منهنّ ستكون وريثتها، وتدور الأحداث في إطار من التشويق والدراما. العمل بطولة أسمهان توفيق، وليالي دهراب، وريم سامي، وتأليف علياء الكاظمي وإخراج عبد الرحمن السلطان إنتاج 2023.

ومسلسل «سفّاح الجيزة» وهو من

إنتاج منصّة شاهد، ويعدّ من المسلسلات المستوحاة من أحداث حقيقية، تدور أحداثه

بالترجمة للغة العربية أو الناطقة بها، ثم إنتاج أعمال عربية درامية تلفزيونية وسينمائية وتحت مسمى أعمال تفليكس الأصلية.

كما يوجد تخوف بشأن الجرأة في الموضوعات المقدمة ببعض المنصات، وأنها قد تسبب خللا في قيم المجتمع العربي وتقاليد، وتؤثر بشكل سلبي على النشأ وتغيب عقوله، وتبني ثقافة بعيدة عن الثقافة الشرقية العربية. وهناك من يردد بحرية الإبداع وأن هذه الجرأة متوفرة في بعض الأعمال المعروضة على شاشات السينما وبعض الفضائيات، وأن ذلك خلق سوقا غير اعتيادي للموضوعات وغير نمطي ومواكبا للعصر الرقمي.

ولكن حقيقة الأمر أنه لا يزال حتى الآن هناك توازنٌ ما، فكلاهما يكملان بعضهما البعض، فيتم الإعلان عن دراما المنصات في القنوات الفضائية المصرية والعربية، كما تجري إعادة عرض الكثير من الأعمال الدرامية المذاعة في التلفزيون وعلى شاشات السينما في هذه المنصات ومتاحة للمشتركين بها، وهناك مجاني المشاهدة منها، فعلى سبيل المثال، المسلسل المصري «بطلوع الروح»، و«تحت الوصاية»، المسلسل اللبناني «كريستال»، و«الثلث»، المسلسل المصري «علاقة

فماذا عن دراما السينما والتلفزيون في ظل وجود ازدهار دراما المنصات الرقمية؟

لا يمكن إنكار أن هناك تخوفاً بعض الشيء من المنصات الرقمية لدى البعض، فيرون أنها تهدد عرش الدراما المعروضة على الفضائيات والسينما، وأنها تطرح القضايا بشكل متعمق وغير مقيّد بتوقيات معينة، وأنها منافس شرس يهدد عرش الدراما، كما أنها تفرض سيطرتها شيئاً بشيء على سوق الدراما، وأن نسبة غير قليلة من الكتاب أصبحوا يفضلون الكتابة للمنصات عن الكتابة للفضائيات والسينما، باعتبارها بديلة لها وتحقق متعة أكثر للمشاهدين، لاختيار ما يتناسب مع احتياجاتهم، والأمر ذاته للممثلين والمخرجين والعاملين بصناعة الدراما ككل.

وأن بعض القنوات الفضائية فكرت بإنشاء منصات رقمية لتواكب هذه المنافسة، ولإعادة عرض محتواها الخاص بشكل رقمي ومجانا، ثم بعد ذلك بمقابل مادي، مثلما قامت به مجموعة MBC بإنشائها لمنصة شاهد نت وشاهد بلاس وشاهد VIP، ثم توجهها فيما بعد إلى إنتاج أعمال خاصة بتلك المنصات تحت مسمى أعمال شاهد الأصلية.

ولقد سبقها في ذلك بسنوات عديدة شبكة تفليكس، التي دعمت المحتوى الدرامي لها

الرقمي والمحتوى المقدم على المنصات وتفضيل المشاهدة عند الطلب وجرأة الموضوعات التي تناولها الأعمال، مقارنة بما يُعرض في التلفزيون والسينما، هناك احتمالية كبيرة لانصرافهم بشكل تدريجي للاعتماد على المنصات الرقمية فقط، ولهذا فلا بد أن يراعي صنّاع الدراما بعض الأمور حتى تحافظ على التوازن، وألا يسحب البساط منها، ومن بينها:

الاهتمام بآليات قياس نسب المشاهدة لما يُعرض على التلفزيون واستحداثها، بما يضمن التعرف على أنماط المشاهدة وعاداتها، وأكثر المضامين جذبًا لهم بشكل دقيق وآني.

- تقليل الفواصل الإعلانية في المسلسلات وتقنينها قدر الإمكان.

- تقديم أفكار وموضوعات مختلفة عمّا يُعرض في المنصات الرقمية، والبعد عن النمطية.

- الرجوع إلى السباعيات ومسلسلات ذات العشر حلقات.

مشروعة»، و«المدّاح»، المسلسل اللبناني «دانتيل»، المسلسل المصري «الصفارة»، و«ورشيد»، والفيلم المصري «موسى»، و«جواب اعتقال»، و«حماتي بتحبني»، و«كبيرة والجن»، وغيرها من الأعمال التي ساعدت هذه المنصات على إعادة عرضها وتوفرها للجمهور مرّة أخرى، وإتاحتها لهم عند الطلب، ولم تسحب البساط منها بل روّجت لها ونشطت حركة المشاهدة، فحققت التوازن، بالإضافة إلى أنّ هذه الأعمال شجّعت منتجي الدراما التلفزيونية على العودة إلى المسلسلات ذات الخمس عشرة حلقة، والاهتمام بإنتاج أكثر من عمل بهذا التكنيك، ممّا ساعد على تقليل الإطالة في الأحداث وطرح أفكار متنوّعة وأكثر جرأة من ذي قبل، فأضحت الدراما المعروضة على الفضائيات العربية والمصرية في حالة تطوير دائم لتواكب التطور في المنصات الرقمية، ولكي تحافظ على جمهورها ومعدّل المشاهدة اليومي لها. ولكن لا يزال هناك تحدّ قائم، فمع اهتمام الأجيال الحالية بالعصر



إنّ سوق دراما الإذاعة يحتاج إلى إعادة نظر وتوجّه مختلف، رغم أنّ لها جمهورا كبيرا ويحرص دائما على الاستماع إليها، ومتابعتها إلا أنّ هناك فجوة كبيرة في معدّل إنتاجها، مقارنة بداراما السينما والتلفزيون حاليا.

المراجع

1. نسرین عبد العزیز۔- ثقافة السلام ، الدراما واللأعنف.(القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع،2016)
2. سامية أحمد علي.-أسس الدراما الإذاعية: راديو وتلفزيون.(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2009)،ص124 - 125
3. ماجدة مراد. شخصياتنا المعاصرة بين الواقع والدراما التلفزيونية. (القاهرة: عالم الكتب،2004)،ص110
4. حسام علي سلام.-" ثقافة الاستهلاك في متابعة الجمهور العربي للمضمون الدرامي عبر المنصات الرقمية المدفوعة"، ص 111 - 156 في: مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، جمعية كليات الإعلام العربية، مصر، يوليو ، 2022.
5. نهلة حلمي محمد.-كثافة مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الدرامي عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على إدراك واقع القضايا المجتمعية، في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع80، مايو،2022.
6. Rasha Allam and Hesham Dinana, (2021) The Future of TV and Online Video Platforms: A Study on Predictors of Use and Interaction with Content in the Egyptian Evolving Telecomm, Media & Entertainment Industries. SAGE Open, July-September,pp1-13
7. Abeer M. Refky & el.als, (2021).The Impact of Netflix's Drama on Teenagers' Perceptions of Social Relationship.in: I CC insights into Language, Culture and Communication ,vol 1.No 1, pp25-35
8. عمرو محمد محمود عبد المجيد.- دوافع المشاهدة المفرطة للمحتوى الدرامي بمنصات البث الرقمي وتأثيراتها على المستخدمين: المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 18 يوليو-ديسمبر،2019.

تعزيز التعاون بين اتحاد إذاعات الدول العربية
ووزارة الاتصال الجزائرية
محور اللقاء بين الدكتور محمد لعقاب والمهندس عبد الرحيم
سليمان



كانت لمدير عام الاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان مقابلة يوم 4 مارس 2024 مع الدكتور محمد لعقاب وزير الاتصال في الحكومة الجزائرية بمقر الوزارة. وجرى اللقاء بحضور الأستاذ محسن كريم سليمان مدير المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج. وتمّ بالمناسبة التباحث في شأن تعزيز

التعاون والتنسيق بين الجزائر واتحاد إذاعات الدول العربية، اللذين تربطهما علاقات تعاون قوية، من خلال مؤسسات الإذاعة والتلفزيون والبرق، ومركز التبادل الموجود بالجزائر. وهي مؤسسات فاعلة في مختلف اللجان التقنية والهندسية والتنفيذية التابعة للاتحاد.

وأكد الوزير حرص بلاده على تقديم الدعم الكافي للمركز، ومن خلاله دعم اتحاد إذاعات الدول العربية، نظير الجهود التي يبذلها لتنسيق وتعزيز التعاون الإعلامي العربي المشترك. من ذلك استفادة المؤسسات الإعلامية في إطار اقتناء حقوق البث الجماعي لمختلف البطولات والتظاهرات الرياضية الكبرى والعالمية، وأيضا القمم العربية وتغطية فعاليات موسم الحج، والتي يقتنيها الاتحاد باسم هيئاته الأعضاء.

كما أشاد الوزير بمساهمة الاتحاد في نقل صورة الجزائر والتعريف بها في الخارج، عبر تغطية كل الأحداث الكبرى التي تقام في الجزائر، وآخرها كانت القمة السابعة لرؤساء دول وحكومات منتدى الدول المصدرة للغاز، وقبلها القمة العربية، بالإضافة إلى عدّة تظاهرات رياضية.

ومن جانبه، أثنى المهندس عبد الرحيم سليمان على الدعم الموصول الذي يلقاه اتحاد إذاعات الدول العربية من لدن الدولة الجزائرية، منوّهاً بالمشاركة الفعّالة للجزائر في كل النشاطات السنوية التي يقوم بها الاتحاد، وفي طليعتها المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون ومؤتمر الإعلام العربي، فضلا عن اجتماعات كافة اللجان وكذلك الدورات التدريبية، وجدّد تأكيد استعداد الاتحاد لوضع إمكاناته وخبراته على ذمّة كل الجهود التي تبذلها الوزارة، لمزيد تطوير المشهد السمعي البصري في الجزائر.

اجتماعات المنسقين والمهندسين بالجزائر

فضاء لتقييم الإنجازات وتدارك العثرات

لتفعيل منظومة التبادل العربية

إعداد: أ. أحمد براهيم محمد



احتضنت العاصمة الجزائرية في الفترة ما بين 03 - 07 مارس 2024 الاجتماعات السنوية لمنسقي الأخبار والرياضة والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، ومهندسي شبكات التبادل، ومسؤولي الإعلام الجديد في الهيئات الأعضاء بالاتحاد

وقد أشرف على افتتاح أول يوم من الأشغال الدكتور محمد لعقاب وزير الاتصال الجزائري رفقة المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان. وخصّص للاجتماع المشترك بين مختلف القطاعات الإذاعية والتلفزيونية والإعلام الجديد على مستوى مديري التبادل الإخباري والبرامجي والمنسقين والمهندسين. وقد حظي الاجتماع بتغطية واسعة من وسائل الإعلام الجزائرية العمومية والخاصة.

وتّم عرض مجموعة من الفيديوهات تبرز نشاطات المركز طيلة سنة كاملة في المجالات الإخبارية والبرامجية. كما تمّ تخصيص فيديو لمراسلي الاتحاد من غزّة والضفة الغربية والقدس، قدّموا فيه التحية للمشاركين، وشرحوا ظروف عملهم، في ظلّ القصف الصهيوني المتواصل على قطاع غزّة، والمضايقات التي يتعرّض لها المراسلون في الأراضي المحتلة، وهي المبادرة التي حيّاها الوزير الذي توجّه بكلمة إلى المشاركين أعرب فيها عن الشكر الجزيل لاتحاد إذاعات الدول العربية للمجهودات المبذولة في سبيل تعزيز وترقية التبادل والتنسيق الإعلامي بين الدول العربية، موضّحا أنّ هذه الاجتماعات المهنية في الجزائر أضحت موعدا لا مناص منه للمنسقين الإذاعيين والتلفزيونيين العرب، لتقييم نشاطهم السنوي في مجال تبادل الأخبار والبرامج والحصص، والتغطيات الإعلامية، وفرصة ثمينة لتحديد العوائق والصعوبات وسبل تذليلها.



كما أبرز الدكتور محمد لعقاب الدور الذي يضطلع به المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج في الارتقاء بالخدمة الإخبارية في الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية، مجدداً دعم الجزائر لجهود اتحاد اذاعات الدول العربية، ومضى يقول « إنَّ الجزائر تسعى دوماً إلى تامين كل عمل مشترك يعود بالفائدة على الدول العربية ويصون سيادتها واستقلالها.

وزير الاتصال الجزائري يدعو إلى وضع استراتيجية عربية لتعزيز السيادة الإعلامية

في هذا السياق، دعا الوزير إلى وضع استراتيجية إعلامية عربية كفيلة بتقديم المعلومة الصحيحة والكاملة والآتية للمواطن العربي، من شأنها تعزيز السيادة الإعلامية العربية، لتكون سداً منيعاً أمام ممارسات التعطيم والتضليل والتغليب الإعلامي الممارس من قبل وسائل الإعلام الغربية حول الإبادة التي يتعرّض لها الشعب الفلسطيني الشقيق.

من جهته، توجّه المهندس عبد الرحيم سليمان بالشكر إلى معالي وزير الاتصال على تفضّله بالإشراف على افتتاح هذه الاجتماعات السنوية، بما هو تجسيد حيّ لما توليه الجزائر، وفي مقدّماتها فخامة الرئيس عبد المجيد تبّون من اهتمام موصول بمسيرة الاتحاد، ورعاية سامية لمركزه الذي تكرّمت بإنجاز مقرّه الجديد، وتجاوب عميق مع مختلف أنشطة الاتحاد وسائر فعالياته.

المدير العام: الاتحاد يسعى إلى توسيع تجربة المراسلين لتشمل مناطق عربية أخرى



كما أكد على أهميّة هذه السلسلة من الاجتماعات السنوية للمنسّقين التي أصبحت تقليداً راسخاً لاتحاد إذاعات الدول العربية، وكذلك أهميّة الورشة حول «مستجدّات منصّة الكلاود الحديثة» التي أعطت وتعطي دفعا قويا للتبادلات الإخبارية والبرامجية كما وكيفا، من ذلك التغطية الاستثنائية للأحداث الأساسية في فلسطين، في سعي جادّ إلى نقل الخبر الفلسطيني برؤية عربية ونشره على أوسع نطاق في كافة أرجاء العالم، ويفكّر في توسيع التجربة لتشمل مناطق عربية أخرى للصراع يصعب على الهيئة العضو فيها ضمان التغطية الواسعة والكاملة، على غرار السودان و اليمن و ليبيا.

وكان مدير المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج الأستاذ محسن كريم سليمان، قدّم عرضاً حول حجم التبادلات بين الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية، والتي شهدت تطوّراً ملحوظاً (2023)، حيث تمّ تبادل أكثر من 14 ألف خبر تلفزيوني متنوّع المضمون في مختلف الأصناف،



خاصة تلك المتعلقة بالأوضاع في الدول العربية، وفي مقدمتها العدوان الصهيوني على غزة، كما بلغ حجم التبادلات الإذاعية حوالي 12 ألف ساعة، وانتعشت التبادلات البرمجية في المجال التلفزيوني بصفة ملموسة، ذلك أنّها شملت أكثر من 900 برنامج منوّع .

المشاركون يثمنون التغطية المتميّزة من قبل الاتحاد لقمة الغاز بالجزائر

وقد تزامن انعقاد هذه الاجتماعات القطاعية مع احتضان الجزائر لفعاليات القمة السابعة لرؤساء دول وحكومات منتدى الدول المصدرة للغاز في 29 فبراير - 1 مارس 2024 على مستوى المركز الدولي للمؤتمرات، حيث تواجد فريق هندسي إخباري من مركز التبادل بقيادة المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان



لضمان تغطية واسعة لهذه القمة، خاصة للهيئات العربية التي تنتمي دولها كأعضاء أو مراقبين إلى هذا المنتدى. واتفق مركز التبادل مع مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني الجزائري لتوفير باقة من خمس قنوات على القمر يوتلسات 7b تتضمن قناتين للبث الجماعي وثلاث قنوات للشبائيات، وذلك لتغطية هذا الحدث وإيجاد إشارة وصول القادة وأشغال الافتتاح والاختتام لفائدة الهيئات. كما وفرّ الاتحاد بالتعاون مع التلفزيون الجزائري تغطية هذا الحدث عبر المينوس بلاس وقنوات التلفزيون الرقمي ASBU HD 1 ، بإعادة حقن الإشارة بالتعاون مع التلفزيون العماني. وفي ذات السياق قام مركز التبادل بالبث الحيّ لفعاليات هذا الحدث بكل تفاصيله على المنصة السحابية

ASBU CLOUD

الاجتماعات الفرعية:

تنويه بتطور نشاطات المركز على المستويات الإخبارية والبرمجية والهندسية

هذا وعقدت الاجتماعات الفرعية والخاصة بكل من منسقي الإذاعة ومنسقي التلفزيون ومهندسي شبكات التبادل بمساهمة 10 هيئات عربية. ورحّب المشاركون بعودة هيئة الإذاعة والتلفزيون السورية إلى المشاركة في اجتماعات المنسقين بعد غياب دام أكثر من 13 سنة. ومن جهته أشاد مدير عام الاتحاد بالدور المحوري الذي يقوم به المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج بالتنسيق مع الاتحاد وهيكله المهنية في مجال تطوير التبادلات الإخبارية والبرمجية وتيسير تدفق المواد

الإذاعية والتلفزيونية نحو الهيئات الأعضاء والشركاء، على غرار اليوروفزيون والاسيازيون، معتبرا أنّ هذا التطور المتنامي هو نتيجة الجهود المتواصلة المبذولة بكلّ جدية واحترافية من قبل طاقم المركز بالتعاون مع جميع الهيئات.

وخلال حضوره اجتماعات الإذاعة، أكد مدير المركز الأستاذ محسن كريم سليمان بأنّ اجتماعات المنسّقين الإذاعيين والتلفزيونيين والمهندسين من شأنها أن تسمح بالخروج بتوصيات مهنية وعملية لتطوير منظومة التبادل برمتها مستقبلا، باعتماد آلية التدفق الإخباري الحرّ إذاعيا وتلفزيونيا. حيث شهدت



التبادلات الإخبارية العربية خلال عام 2023 تطوّرا من حيث عدد الأخبار المتبادلة على المنصة السحابية للاتحاد ضمن التدفق الإخباري الحرّ، وقد تناولت التطوّرات التي شهدتها معظم الدول العربية في الميادين السياسية والأمنية والاقتصادية والثقافية والعامّة، من بينها العراق وليبيا واليمن وتونس والسودان ولبنان وسورية وفلسطين، وبلغ عدد الأخبار المتبادلة على النظامين (المينوس والمنصة السحابية للاتحاد (ASBU CLOUD) خلال عام 2023 ما يقدر بـ **12760 خبرا**.

| | |
|-------------------------------------|-------------------|
| على المنصة السحابية للاتحاد القديمة | 8882 خبرا |
| على المينوس بلاس | 1645 خبرا |
| على المنصة السحابية الجديدة | 2233 خبرا |
| المجموع | 12760 خبرا |

المنسّقون يدعون إلى ربط أقسام الأخبار بالمنصة السحابية،

وتطبيق SLACK للتواصل الفوري

كما ثمن المشاركون مساهمة بعض الهيئات بقدر كبير من البرامج النوعية والمتنوّعة، على رأسها التلفزيون العراقي والتلفزيون القطري وتلفزيون دولة الكويت، ودعوة كلّ الهيئات الأعضاء إلى إدراجها في شبكاتها البرمجية، لما تتميّز به من جودة في المضمون الهادف.

من جهة أخرى، نوّه المنسّقون الإذاعيون بمبادرة تنظيم أوّل ندوة مشتركة مسموعة ومرئية بتقنية الفيديو لايف ستريمينغ بين إذاعتي الجزائر وقطر، ودعوا إلى تشجيع الهيئات على إعطاء دفع جديد للتبادلات والاستفادة بشكل مستمرّ من الحجم الكبير للمواد البرمجية والإخبارية

المتاحة على المنصة السحابية للاتحاد، عبر ربط أقسام الأخبار والبرامج على مستوى الهيئات بالمنصة السحابية الجديدة و تطبيق SLACK للتواصل الفوري و الاستفادة من التنبهات، مع حث الهيئات على إيلاء أهمية أكبر للتبادلات الإخبارية، بالنظر إلى الأحداث والتطورات الإقليمية والدولية المحيطة بالمنطقة العربية، مع ضرورة التزام كل الهيئات بتعيين منسق إخباري.

المهندسون يشيدون بالتعاون التقني الممتاز بين الاتحاد ومؤسسة عرب سات في ضبط التوجيه للمحطات

أما في المجال الهندسي، فقد وقف المشاركون على جهود الاتحاد في استكمال ترقية شبكات مينوس إلى نظام مينوس بلاس، والإنجاز الناجح لانتقال المرافق التقنية إلى مبنى المقر الجديد لمركز التبادل، مع المحافظة على توفير خدمات التبادل وخدمات الشبكات التقديرية خلال العمليات الانتقالية، وحث إدارة الاتحاد ومركز التبادل أيضا على استكمال ترقية وتجديد تجهيزات مركز



التشغيل وقاعة المراقبة والتحكم والهوائي المركزي.

المهندسون أشادوا بالتعاون التقني الممتاز بين الاتحاد ومؤسسة عرب سات في ضبط التوجيه للمحطات وحسن تسيير ساعات الاتحاد، والتعامل الفوري مع التداخلات المحتملة، وتقدير رفع الاتحاد لجودة قنوات الاتحاد الرقمية على عرب سات إلى 15.7 ميجا بيت/ث. وفي هذا الإطار، طلب المشاركون في اجتماع الهندسة من الهيئات الراغبة في محطات طرفية إضافية والتي لم تشغل حتى الآن محطات مينوس بلاس تلفزيونية أو إذاعية، بالإسراع في إرسال طلباتها إلى الإدارة العامة للاتحاد بغية تسهيل الشروع في إجراءات الشراء والتركيب.

ورشة تطبيقية على المنصة السحابية ASBU CLOUD

كانت المنصة السحابية الجديدة للاتحاد ASBU CLOUD محور ورشة تطبيقية، مثلت فرصة للتعريف بالجهود المبذولة لتطويع التقنيات الجديدة في الذكاء الاصطناعي والمعالجات للمحتويات الإذاعية والتلفزيونية عالية الدقة، والأدوات المتاحة في المنصة، من الترجمة الآلية والتحويل بين الكلام والنصوص، وكذلك في الفهرسة والبحث والعمليات الإنتاجية وتحديث المحتويات واستغلالها، بما يوائم متطلبات واحتياجات الإعلاميين في الهيئات الأعضاء.

وقد جمعت هذه الورشة بين المنسقين الإذاعيين والتلفزيونيين ومنسقي ومسؤولي أقسام الإعلام الجديد ومهندسي ومشغلي شبكات التبادل. وتميّزت بنقاش واسع لمختلف الخدمات المتاحة حالياً والمرتبقة مستقبلاً.

لجنة الإعلام الجديد تشدّد على ضرورة التأكد من الصور الواردة عبر شبكات التواصل قبل عرضها للتبادل

هذا وحُصّص اليوم الأخير لاجتماع مسؤولي الإعلام الجديد، الذي حضره ممثلو 08 هيئات عربية، وممثل عن مجموعة الصين الدولية للإعلام. وبعد تقديم المركز والإدارة العامة لعروض عن نشاط الإعلام الجديد في التبادلات الإذاعية والتلفزيونية. وبعد استعراض تجارب بعض الهيئات الحاضرة في تعاملها مع مضامين الإعلام الجديد، خاصة في مجال الإذاعة، اتفق المشاركون على دعوة الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء بالإسراع إلى تعيين منسقين متفرّغين وخاصين بالإعلام الجديد، لمتابعة وتنسيق التبادل الإذاعي والتلفزيوني في مجال الإعلام الجديد عبر الشبكة السحابية للاتحاد، بالإضافة إلى ضرورة التزام الهيئات بقواعد ومعايير التثبت من الأخبار والصور ومقاطع الفيديو الصادرة عن المواطنين ومستخدمي المضامين عبر الإنترنت قبل نشرها أو عرضها للتبادل، تجنباً لنقل الأخبار الكاذبة والصور المفبركة، مع التأكيد بأنّ الاتحاد لا يتحمّل المسؤولية عن الأخبار والمضامين والمواد المعروضة للنشر والتبادل من قبل الهيئات الإذاعية والتلفزيونية الأعضاء، ضمن الفضاء المخصّص للإعلام الجديد للاتحاد على الأسبوكلاود، مع التوضيح مرّة أخرى على ضرورة أن تتحمّل الهيئات الأعضاء المسؤولية القانونية والمهنية والأخلاقية عن نشر وتبادل تلك المضامين عبر المنصة السحابية للاتحاد.

وعلى هامش هذه الاجتماعات، قامت الوفود المشاركة بزيارة المقرّ الجديد للمركز العربي لتبادل



الأخبار والبرامج بمنطقة بوشاوي، حيث تعرّفت على مختلف الأقسام، الهندسية منها والتحريرية، كما تمّ بحضور المدير العام للاتحاد المهندس عبد الرحيم سليمان تكريم أقسام التنسيق والهندسة في عدد من الهيئات، على جهودها المبذولة طيلة سنة 2023 خلال حفل أقامه المركز العربي لتبادل الأخبار والبرامج.

استراتيجيات رقمنة الأرشيف الإذاعي والتلفزيوني

محور ندوة دولية لأكاديمية الاتحاد

كيف السبيل إلى الحفاظ على الأرشيف واستثماره؟

أقامت أكاديمية الاتحاد للتدريب الإعلامي هذه الندوة على مدى 3 أيام (27 - 29 فبراير 2024)، وذلك بالتعاون مع الفيدرالية العالمية للأرشيف للتلفزيوني.



ولدى افتتاحه الندوة، ذكر المهندس عبد الرحيم سليمان أنّ هذا الموضوع استراتيجي بالنسبة إلى الهيئات الإذاعية والتلفزيونية، منوها بالتعاون المثمر مع هذه الفيدرالية، بما سيوفر فرصة لتبادل التجارب وتقديم أفضل الممارسات في هذا المجال الحيوي. وأكد مدير عام الاتحاد أنّ الحفاظ على الرصيد السمعي البصري واجب حتمي، خصوصا في العصر الرقمي الحالي، وما يرافقه من مشكلات فيما يتعلّق بمعدّات القراءة القديمة وتكوين الإطارات، والقرارات الاستراتيجية لاختيار «الفرمات» المفتوحة، مضيفا أنّ الذكاء الاصطناعي يتيح اليوم فرصا ووظائف جديدة لمعالجة الأرشيف واستغلاله، من خلال التعرّف على الشخصيات والنسخ والترجمة والعناوين التحتية وتيسير البحث والمونتاج.

وقال إنّ معالجة الأرشيف وفهرسته توفّر إمكانية استخدامه واستثماره لإثراء الإنتاجات الحديثة وإعادة البثّ، أو إنتاج برامج جديدة تعتمد على الموادّ القديمة، وربما تحقيق موارد مالية إضافية للهيئات الإذاعية والتلفزيونية.

أما الأستاذ BRECHT DECLERQ رئيس الفيدرالية العالمية للأرشيف التلفزيوني، فقد أبرز الأهمية التي تكتسيها هذه الندوة، مع استمرار التحدّيات التي تواجه الأرشيفات السمعية البصرية، في تفاعلٍ مع الديناميكية الإقليمية والسياقات السياسية والاقتصادية الخاصة.



ويبين أنّ هذا اللقاء يمثّل مناسبة لتعميق جهود التعاون بين الفيدرالية والاتحاد، للعمل معًا بهدف مجابهة تلك التحدّيات في المنطقة العربية، داعيًا إلى ترجمة إرادة التعاون هذه إلى إجراءات ملموسة، من خلال تنظيم ورش العمل والدورات التدريبية المشتركة وتبادل أفضل الممارسات، والحضور المتبادل في المؤتمرات السنوية...

محاور الندوة:



حفظ الأرشيف: تصميم استراتيجية الانتقال من الإعداد إلى النجاح
من النفاذ إلى الاستخدام: الفهرسة واستخدام الذكاء الاصطناعي لضمان نفاذ أفضل إلى الأرشيف
انخراط أصحاب القرار في التخطيط الاستراتيجي للأرشفة والحوكمة:
مَنْ هم الشركاء؟ مَنْ هم المستخدمون؟
حقوق الملكية الفكرية: إدارة المخاطر والإشكاليات

الأرشيف ووسائل الإعلام الجديدة واستعماله في وسائل التواصل الاجتماعي.



هذا وتابع المشاركون في الندوة سلسلة من المداخلات قدّمها خبراء عرب وأجانب وممثّلو الشركات والمؤسسات والمنظمات المعنيّة بالموضوع، وكذلك المسؤولون الأول عن إدارات الأرشيف بعدد من هيئات الإذاعة والتلفزيون، العربية والدولية.

ملخص تألّفي: عرض أ. د رضا النجار المشرف على الأكاديمية



تمّ التأكيد على:

- أهمية الرصيد السمعي البصري وضرورة الحفاظ عليه وحمايته من التلّف
- ضرورة معالجة هذا الرصيد بالرقمنة، ووضعه على ذمّة المستعملين والباحثين
- إعادة إحياء الأرشيف في «فرمات» جديدة لجمهور جديد، والتفاعل مع هذا الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي
- ضرورة الأخذ في الاعتبار حقوق التأليف والملكية الفكرية، احتراماً للمنتجين والمبدعين.
- تحقيق هذه الأهداف يستوجب من أهل القرار وضع كلّ الإمكانيات اللازمة، المالية والتقنية والبشرية، والفضاءات على ذمّة الأرشيف السمعي البصري.
- تكريس تدريب المهارات الأرشيفية، وحتّى الباحثين، لاكتساب الوظائف الجديدة التي يوفّرها الذكاء الاصطناعي في معالجة الأرشيف وتسهيل النفاذ إليه.

زيارتان استطلاعتان إلى كلّ من:



- مركز الموسيقى العربية والمتوسطية «النجمة الزهراء» بضاحية سيدي بوسعيد»، تعرّف المشاركون خلالها على تجربته في مجال حفظ الأرشيف الموسيقي العربي والمتوسطي.

• مقرّ التلفزة التونسية:

- وما قطعتة من أشواط في رقمنة الإنتاجات التلفزيونية وحفظ الأرشيف بهذه المؤسسة العمومية.

سبع سنوات من التدريب في خدمة الكفاءات العربية Seven Years of Training for Arab Competencies

| | | |
|---------------|------|---------------|
| Sessions | 183 | عدد الدورات |
| Participants | 3073 | عدد المشاركين |
| Countries | 60 | عدد البلدان |
| Organizations | 186 | عدد الهيئات |



الإخراج الرياضي المباشر - 2023
Live Sports Direction



منصة الاتحاد السحابية - 2024
ASBU Cloud

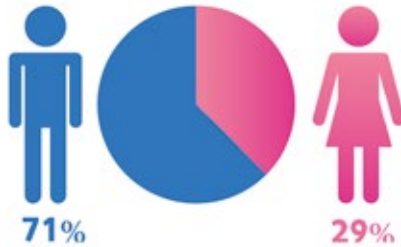


بناء القدرات البشرية - 2019
Team Building in HR



الإضاءة الخارجية - 2019
External Lighting

جنس المشاركين Participants Gender 2017-2024



مؤشرات الرضا عن الدورات Key Performance Indicators 2017-2024



7
YEARS
ANNIVERSARY

✉ asbuacademy@asbu.net

🌐 asbuacademy.net

@ASBUACADEMY



الفلاسفة العرب.. القدامى والمعاصرون

سلسلة إذاعية في إطار الإنتاج العربي الدولي المشترك

انطلقت التحضيرات لإنجاز هذه السلسلة الإذاعية خلال الاجتماع الأول للمسؤولين التنفيذيين المعنيين بهذا الإنتاج العربي - الدولي المشترك... وهو مشروع بادرت به إذاعة مونت كارلو الدولية بالاشتراك مع الكوييام (المؤتمر المتوسطي الدائم للوسائل السمعية البصرية في حوض البحر الأبيض المتوسط، ويتبني تنفيذه اتحاد إذاعات الدل العربية، وذلك للدور الهام الذي سيكون له في نشر الثقافة العربية ودعم حوار الحضارات..

شارك في الاجتماع ممثلو الاتحاد والكوييام، والخبير المصري في الإنتاج الدرامي الإذاعي الأستاذ محمد مرعي.



وأكدت عشر هيئات إذاعية أعضاء في الاتحاد، وإذاعة فرنسا الدولية، والإذاعة التركية (القسم العربي)، انخراطها في هذا المشروع.

وقدم الأستاذ محمد مرعي تصوّرًا عامًا لإنتاج هذه السلسلة، وقائمة للفلاسفة العرب القدامى والمعاصرين، على غرار الفارابي والكندي وابن سينا وابن رشد ومالك بن نبي وزكي نجيب محمود.



وذكر أنّ البرنامج الوثائقي هو الشكل الأنسب لمثل هذه النوعية من الموضوعات، لأنه يعرض وصفا واقعيا موثوقا وحقيقيا يعتمد على شهادات صوتية من متخصصين وباحثين.. كما يعتمد على المصادر الأصلية والمراجع المعترف بها.



الاجتماع تحوّل إلى ورشة عمل تطرّق خلالها المشاركون إلى السبل المثلى لإنتاج هذه السلسلة، شكلاً ومحتوى، حيث عرض الأسبو والكويام تصوّرهما في هذا الخصوص... وأثيرت في النقاش الذي دار بالمناسبة مسائل تتعلّق بالشكل الإنتاجي للسلسلة وآليات الإنتاج والتواصل ومراحل العمل والمدة والحقوق وطرق التوزيع...

معرض تونس الدولي للكتاب الاتحاد يغطي لهيئاته، المشاركة العربية



تحت شعار "التضامن مع الشعب الفلسطيني" انتظم في قصر المعارض بضاحية الكرم، معرض تونس الدولي للكتاب في دورته (38).

وقد افتتح هذه التظاهرة السنوية التي تواصلت من 19 إلى 28 أبريل 2024 الرئيس

التونسي قيس سعيد بحضور وزير التعليم العالي والبحث العلمي، المكلف بتسيير وزارة الشؤون الثقافية الدكتور المنصف بوكثير، ومدير المعرض الدكتور محمد صالح القادري.

احتضن المعرض 314 جناحا، شارك فيها عارضون تونسيون وعرب وأجانب بما يناهز 110 آلاف عنوان، و20 جناحا رسميا للوزارات والمؤسسات والهيكل الوطنية والإقليمية والدولية، وكذلك الصناديق الأممية.

وتميّزت الدورة بتنظيم أكثر من 100 نشاط، بين ندوات وملتقيات وورش عمل.



كما اهتمت إدارة المعرض بالطفل، من خلال إقامة 280 ورشة، جمعت كل التعبيرات الفنية والإبداعية والتكنولوجيا الذكية، وتوزعت على سبعة أجنحة.

وتجسيما لعلاقات الشراكة مع وزارة الشؤون الثقافية، تولّى اتحاد إذاعات الدول العربية





توفير تغطية تلفزيونية خاصة بهذه الدورة لفائدة هيئات الأعضاء، عبر منظومة التبادل الإخباري على منصّة الأسبوع السحابية...

وتتمّ التركيز في هذه التغطية على الحضور العربي في المعرض، حيث وقع تسليط الأضواء على أجنحة الدول العربية المشاركة: (وهي المملكة العربية

السعودية وسلطنة عمان والجزائر والمغرب وليبيا وفلسطين والعراق).

وشملت التغطية أجنحة الوزارات التونسية، تتصدّرها وزارة الشؤون الثقافية ووزارة التربية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي ووزارة تكنولوجيا الاتصال، ووزارة الأسرة والمرأة والطفولة وكبار السنّ، وإجراء لقاءات مع عدد من المسؤولين عن هذه الأجنحة، منها متحف التربية وتنشئة الأطفال على حبّ القراءة وكيفية معالجة صعوبات التعلّم وإدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في برامج التعليم والمنشورات الجامعية والأيام الثقافية، في إطار فعاليات المعرض.



وتجدر الإشارة إلى أنّ فريق الأسبوع الإخباري والتقني وقرّ لقطات تخصّ الأجنحة لدور النشر من مختلف الأقطار العربية.

كما أجرى لقاءات صحفية مع الكتّاب والمفكرين والمبدعين العرب المشاركين في فعاليات هذه التظاهرة الثقافية المتميّزة.

وفيما يتعلّق بالمشاركات الدولية، تمّت تغطية الجناح الصيني والأنشطة التي أقامها بالمناسبة. وشهد المعرض توافد ما يقارب 138 ألف زائر، دون اعتبار التلاميذ والطلاب الذين بلغ عددهم 20 ألفاً، وذلك مقابل حوالي 130 ألفاً بالنسبة إلى عام 2023 و90 ألفاً عام 2021.

مدير عام الأسبو يُمنح جائزة الاتحاد العربي للثقافة الرياضية



نظّم الاتحاد العربي للثقافة الرياضية يوم 20 أبريل 2024 في القاهرة مؤتمره الدولي برعاية رئيس الوزراء المصري الدكتور مصطفى مدبولي، ودعم جامعة الدول العربية واتحاد الاتحادات الرياضية العربية واتحاد الكونغدراليات الإفريقية، وترأسه الدكتور أشرف صبحي وزير الشباب والرياضة، رئيس المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الشباب والرياضة العرب.

وكان المؤتمر مناسبة أسند فيها الاتحاد العربي للثقافة الرياضية جوائزه التقديرية لعام 2023، وشمل التكريم بهذه الجائزة المهندس عبد الرحيم سليمان مدير عام اتحاد اذاعات الدول العربية.

وقد حيّا رئيس الاتحاد العربي للثقافة الرياضية أشرف محمود الجهود التي بذلها المحترف به في قيادة الأسبو، رغم الظروف الصعبة، بما أتاح تجاوز العقبات ومكّن الاتحاد من إحداث طفرة جعلت منه وحدة اقتصادية، وأتاحت له بلوغ التمويل الذاتي، بفضل تنوع خدماته والنهج الاستثماري الذي اعتمده.

وتوجّه المهندس عبد الرحيم سليمان بالشكر إلى الوزير لإشرافه على هذا المؤتمر، وما رافقه من فعاليات ونقاشات ثرية.

كما أعرب عن الاعتزاز بهذا التكريم قائلاً: إنه يتجاوز شخصه ليشمل أسرة الاتحاد، من عاملين وإدارة، لجهودهم المشتركة في مزيد الارتقاء بأداء اتحاد اذاعات الدول العربية، بما هو منظمة مهنية في خدمة هيئاتها الأعضاء.

وعبر عن امتنانه للاتحاد العربي للثقافة الرياضية ورئيسه على هذه اللفتة الكريمة، مؤكداً العزم على مدّ جسور التعاون بين الاتحادين في المستقبل.

هذا ودارت فعاليات الدورة الخامسة من المؤتمر الدولي للثقافة الرياضية، بحضور رئيس الاتحاد الدولي للثقافة الرياضية السيد موجانز كريكي، والوزير المفوض فيصل غسال مدير إدارة الرياضة بجامعة الدول العربية، ورؤساء الاتحادات العربية أعضاء الاتحاد العربي للثقافة الرياضية، ونخبة من الشخصيات العامة، والأبطال الأولمبيين والإعلاميين الرياضيين الذين أُنزوا الحياة الرياضية، في الوطن العربي، بوافر العطاء والإنجازات في تاريخ العالم في مجال الرياضة.

وتفرّعت أعمال المؤتمر إلى ثلاث جلسات حوارية، تناولت أولها موضوع إدارة الأزمات في المجال الرياضي، وبحثت الجلسة الثانية دور الدبلوماسية الرياضية والعلاقات الدولية، فيما خصّصت الجلسة الثالثة للتعقيبات على المداخلات، مع كوكبة من خبراء الرياضة بالوطن العربي.

وفي هذا الإطار، تناول الكلمة رئيس مكتب الرياضة في اتحاد إذاعات الدول العربية الأستاذ نبيل خيرات حيث أثنى على النجاح التنظيمي للمؤتمر، وعلى قيمة المداخلات والمحاضرات وأهمّية المواضيع المطروحة، ومنها بالخصوص الدبلوماسية الرياضية، في ضوء ما يشهده العالم من مشاكل وبؤر تؤثر سياسية واقتصادية، واستعرض أمثلة أثبت أنّ الرياضة، بأبعادها المجتمعية والإنسانية والحضارية، قادرة على إذابة جليد العديد من الخلافات وحلّ الكثير من المشاكل والصراعات، لتبقى بذلك الحصن الذي تلجأ إليه المجتمعات لتنقية الأجواء.

نذكر قراءنا الكرام بأنّ مجلّة الإذاعات العربية سبق لها أن نشرت في عددها: 03 - 2023

ملفًا خاصًا حول: التعليق الرياضي في الوطن العربي: مدرسة أم مدارس؟

نحو بناء هويّة متجدّدة في عصر تكنولوجيات الاتصال الحديثة

وشاركت في الملف نخبة متميّزة من الإعلاميين الرياضيين العرب.

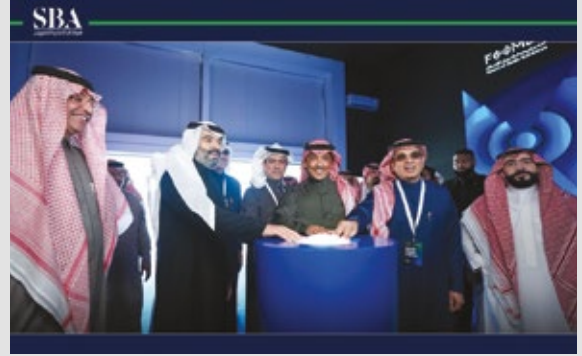
ومن عناوينه:

- التعليق الرياضي.. ما بين الماضي والحاضر.
- ظاهرة التعليق الرياضي عالميًا،
- تأسيسًا لمدرسة عربية موحّدة في التعليق الرياضي،
- التعليق الرياضي ورهانات التكوين والتخصّص والحياد،
- واقع التعليق الرياضي في البلاد العربية وآفاقه.

الرياض تحتضن المنتدى السعودي للإعلام (3) ومعرض مستقبل الإعلام Fomex

تحوّلت مدينة الرياض إلى عاصمة الإعلام العربي بمناسبة انعقاد الدورة الثالثة للمنتدى السعودي للإعلام وإقامة معرض مستقبل الإعلام FOMEX ، وذلك في الفترة ما بين 19 و 21 فبراير 2024 ، بحضور أكثر من ألفي إعلامي ومهتمّ بشؤون الإعلام وفدوا على المملكة العربية السعودية من دول عربية وأجنبية.

وافتح جلسات المنتدى وفعاليات معرض الإعلام السعودي الأستاذ سلمان الدوسري وزير الإعلام، بحضور وزير الاتصالات وتقنية المعلومات المهندس عبد الله السواح، والأستاذ محمد بن فهد الحارثي الرئيس التنفيذي لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية.



المنتدى شهد 60 جلسة وورشة، قدّمها 150 متحدّثًا من رواد صناعة الإعلام والمختصّين والممارسين من مختلف بلدان العالم .

وناقشت هذه الورشات أبرز قضايا الإعلام بمختلف أشكاله، المرئي والمسموع والمطبوع والرقمي، إلى جانب استعراض أهمّ التجارب المحليّة والدولية.

وكان لاتحاد إذاعات الدول العربية نشاط مكثف في هاتين التظاهرتين الهامتين بوفد ترأسه المدير العام المهندس عبد الرحيم سليمان.

فقد شارك بجناح في معرض مستقبل الإعلام الذي عرّضت فيه ما يزيد على 200 شركة محلية وعالمية أحدث الابتكارات في عالم الصناعة الإعلامية، فضلا عن تنظيم ورشات متخصصة ونوعية وتعزيز الشراكات وتبادل الخبرات.

وكانت مناسبة تمّ خلالها تقديم بيانات عن دور الاتحاد ومجالات أنشطته وفعالياته، وما يوفّره من خدمات متعدّدة ومتنوّعة لهيئاته الأعضاء، ولغيرها من الجهات الراغبة في الاستفادة، وذلك في مجالات الأخبار والبرامج التلفزيونية والإذاعة والتكنولوجيا والتدريب، وكذلك علاقات التعاون والشراكة المتينة التي يقيمها مع الاتحادات الإذاعية الإقليمية والدولية النظيرة.

كما تمّ التعريف بجهود الاتحاد في مجال مواكبة أحدث التطوّرات التكنولوجية في قطاع الإعلام. من ذلك الخدمات المتقدّمة التي توفّرها منصّة الأسبو كلاود للتبادل الإخباري والبرامجي، واستخدام تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي في هذه المنصّة، وفي غيرها من الفعاليات والأنشطة والبرامج التي ينجزها الاتحاد. وسُجّلت إشادة الزائرين للجناح بروح المبادرة والتجديد التي تميّز أعمال الاتحاد وبقيمة الخدمات التي يوفّرها لهيئاته الأعضاء، ومستوى التعاون والشراكة مع نظرائه..

وكانت اللقاءات التي شهدها الجناح فرصة لاستحضار النجاح الذي رافق الدورة الثالثة لمؤتمر الإعلام العربي الذي نظّمه الاتحاد حول «الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي: الفرص والرهانات».



كما كانت مناسبة لدعوة الزائرين إلى الحضور والمشاركة في الدورة (24) للمهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون المزمع إقامتها فيما بين 26 و29 يونيو 2024 بتونس.

هؤلاء
رحلوا عنا

وداعاً.. الفنان صلاح السعدني عمدة الدراما المصرية



غيّت الموت، الفنان القدير صلاح السعدني الذي انتقل إلى جوار ربّه في سنّ 81، بعد مسيرة فنية زاخرة بالعطاء في الدراما التلفزيونية والمسرح والسينما.

والفقيه من مواليد 1943 بمحافظة المنوفية في مصر لأسرة ريفية بسيطة، وهو شقيق الكاتب الساخر محمود السعدني الذي كان له دور كبير في تنشئته.

تخرّج بمعنيّة صديقه الفنان عادل إمام في كُلية الزراعة بجامعة القاهرة، وانطلقت المسيرة الفنية لكلّ منهما على مسرح الجامعة.

وقد عُرف الراحل بكونه فنانا مثقفا ذا اطلاع واسع، يميل إلى الأعمال التي تخدم قضايا المجتمع وتركّز على إظهار مشكلاته.

ومن المسرح، اتجه إلى التلفزيون والسينما. وتقمّص العديد من الأدوار التي جلبت له الشهرة وأكسبته حبّ الجماهير، من ذلك، تجسيده شخصية العمدة في مسلسل (ليالي الحلمية) بأجزائه الخمسة.

كما لمعت نجوميته في إبداعات سينمائية، مثل (الرصاصة لا تزال في جيبي)، و(الأرض) و(مدرّستي الحسناء...).

وأدى خلال التسعينات دوراً مهماً في مسلسل (أرابيسك)، ثمّ كانت مشاركته في العمل الفنيّ الضخم (أوراق مصرية): وتوجّ مسيرته الفنية بمسلسل (القاصرات) (2013). وفي رصيد صلاح السعدني: ما يزيد على 200 عمل فنيّ بين المسرح والشاشة الصغيرة والفنّ السابع، وحصد العديد من الجوائز، من بينها:

- جائزة التميّز الفنيّ (مهرجان الإسكندرية السينمائي).
- كما تمّ تكريمه في مهرجان القاهرة للدراما (2022).
- وشارك في فيلميّ (الأرض) و(أغنية على الممرّ) اللذين نالا تكريماً خاصاً، باعتبارهما أدريجاً ضمن أفضل 100 فيلم في تاريخ الدراما المصرية، بحسب استفتاء النقد عام 1996.

وحقّق للفنّان المبدع صلاح السعدني، بعد هذا المجد، أن يكون في عداد أبرز النجوم الذين أثّروا في المشهد الفنيّ العربي.

Abstract

This new issue announces the 24th session of the Arab Radio and Television Festival, which will be held from June 26th to 29th, 2024, at the City of Culture and the Carthage Amphitheatre, under the slogan «Supporting Palestine.»

Engineer Abdelrahim Suleiman, ASBU Director General, explained the reasons for choosing this slogan, as it embodies solidarity with the Palestinian people in their struggle against the genocidal war waged against them by the Zionist entity with all its brutality.

Furthermore, Engineer Suleiman highlighted the celebration of the seventh anniversary of the ASBU Media Training Academy reviewing its extensive activity from its establishment until the present. He expressed hope that the academy would continue its successful professional journey to contribute to enhancing the performance of ASBU members employees and other beneficiaries, improving their skills and developing their capacities.

Throughout seven years, the academy has hosted 183 courses, with 3073 trainees.

The general theme of the feature article of the issue: “Artificial Intelligence in Our World and Media Today: Gains and Risks.”

It includes four articles with the following titles:

- Media in the Artificial Intelligence Era: Between Machine Efficiency and Human Standards.
- Using Artificial Intelligence Applications in Producing Audiovisual Content in the Arab World: A Diagnostic Study.
- Artificial Intelligence Journalism and Professional Challenges: Threat or Revolution in Journalism as a profession.

The file concludes with a section focusing on understanding the emergence of digital technology and artificial intelligence regulation pathways and tracks the trends of the most prominent international regulatory initiatives.

Other topics in this issue include:

- Emerging Trends in News Technologies
- Utilizing Fake News in the Savage Israeli Aggression on Gaza
- Arab Drama within Digital Platforms' Competitiveness.

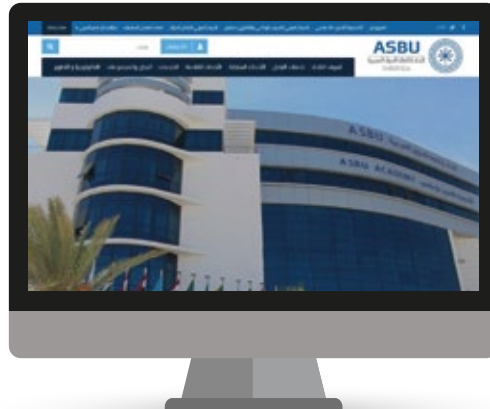
The issue concludes with a review of ASBU recent activities, beginning with the coordinators' and engineers' meetings hosted by The Arab News and Programs Exchange Center in Algeria.

منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية



يمكن للقارئ الكريم تصفح النسخ الإلكترونية لمنشورات الاتحاد بالدخول إلى موقعه على شبكة الإنترنت

www.asbu.net



ISSN : 0330 – 6518

AL IDÂ ÂT AL ARABIYYAH

Radiodiffusion arabe
Revue trimestrielle spécialisée
publiée par
L'Union de Radiodiffusion des Etats
Arabes (A.S.B.U.)

AL IDÂ ÂT AL ARABIYYAH

Arab Broadcasting
Quarterly specialised review
published by the Arab States
Broadcasting Union (A.S.B.U.)



ASBU

اتحاد إذاعات الدول العربية

جامعة الدول العربية

المركز العمراني الشمالي
ص.ب 250 - 1080 - تونس
الهاتف : 71 849 000 (00216)
الفاكس : 71 843 054 (00216)
العنوان الإلكتروني : asbu@asbu.intl.tn
www.asbu.net