

The Ethics of communicators in employing artificial intelligence techniques in satellite channels - a field study.

أخلاقيات القائمين بالاتصال في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية- دراسة ميدانية

Prof. Yousra Khalid Ibrahim ^{1,*}
Ghaniyah Ali Mohammed ²,

أ.د يسرى خالد إبراهيم ^١، *، غنية علي محمد ^٢،
^١ الجامعة العراقية/ كلية الاعلام/ قسم الإذاعة والتلفزيون
^٢ الجامعة العراقية/ كلية الاعلام/ قسم الإذاعة والتلفزيون

¹ Al Iraqia University / College of Information

² Al Iraqia University / College of Information /
Department of Radio and Television

ABSTRACT

This research seeks to study, monitor, analyze and explain the ethical challenges associated with the use of artificial intelligence techniques in creating television content, according to the vision of a sample of workers in Arab satellite channels. The belongs to descriptive research, relying on the survey method and the questionnaire as a tool for collecting information. It was applied to a sample of (330) individuals from workers in Arab channels. The research reached a set of results, the most prominent of which were the presence of ethical challenges that affect respect for the privacy of viewers and users, and the ability to produce fake content that could mislead viewers and affect their views and beliefs, as well as the spread of stereotypical ideas or racial biases, which should be dealt with with caution with algorithmic bias to ensure diversity..

الخلاصة

يسعى هذا البحث إلى دراسة ورصد وتحليل وتفسير التحديات الأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني، وفقاً لرؤية عينة من القائم بالاتصال والعاملين في القنوات الفضائية العربية، وينتمي البحث الحالي إلى البحوث الوصفية، معتمداً على المنهج المسحي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، طبقت على عينة قوامها (٣٣٠) مفردة من القائم بالاتصال والعاملين في القنوات الفضائية العربية. وتوصل البحث لمجموعة من النتائج كان أبرزها، وجود تحديات أخلاقية، تؤثر على احترام خصوصية المشاهدين والمستخدمين، والقدرة على إنتاج محتوى مزيف يمكن أن يضلل المشاهدين ويؤثر في رؤيتهم واعتقاداتهم، كذلك نشر الأفكار النمطية أو التحيزات العنصرية، مما ينبغي التعامل بحذر مع التحيز الخوارزمي لضمان التنوع والتمثيل.

الكلمات المفتاحية:

(أخلاقيات، الذكاء الاصطناعي، القنوات الفضائية، القائم بالاتصال).

Keywords:

Ethics, artificial intelligence, satellite channels, communicator .

Received

استلام البحث

23/1/2024

Accepted

قبول النشر

25/3/2024

Published online

النشر الالكتروني

15/5/2024

مقدمة :

انعكست التغيرات التي فرضتها تقنيات الذكاء الاصطناعي على العمل الإعلامي، في مظهراته المهنية والأخلاقية، وفي بنية مكوناته؛ الأمر الذي أدى إلى ظهور الآلة (الذكاء الاصطناعي)، كبديل محتمل عن العاملين في القنوات الفضائية، التي وجدت نفسها محاصرة بمجموعة من البدائل، والتي تفوقها من حيث السرعة والشمول والقدرة التواصلية. وأصبحت تمثل تهديداً حقيقياً لمستقبل المؤسسات الإعلامية وطرق عملها، في ظل تصاعد المخاوف من تقليل فرص العمل، وتنميط الأداء، وغياب الحس الإنساني والطابع الإبداعي، وهو الأمر الذي لا يشكل خطورة على مستقبل الصحفيين فقط، وإنما مستقبل المهنة ككل.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تتبلور إشكالية هذا البحث في معرفة التحديات الأخلاقية التي تواجه القنوات الفضائية العربية لدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، بوصفها إشكالية متجددة ومستمرة في مرافقة كل التطورات التكنولوجية التي يشهدها المجال الإعلامي لذلك فإن ظهور (تقنيات الذكاء الاصطناعي)، واستخدامها في المجال الإعلامي، خلق تحدياً جديداً في مجال المبادئ الأخلاقية الإعلامية، وأمام هذه الإشكالية ذات الطابع المهني قد تفقد الإعلام مصداقيته واستقلاليته ونزاهته، وتفسح المجال الواسع أمام الكذب والتزييف والتشهير، وتصبح عملية البحث في ضوابط أخلاقيات العمل الإعلامي ضرورة يفرضها الواقع البحثي. هذا ما سنحاول إثباته من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس لإشكالية بحثنا وهو: ما أخلاقيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العربية؟ وتتفرع من هذا التساؤل عدد من الأسئلة الفرعية منها:

١. ما نوع تقنية الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها في القنوات الفضائية العربية؟
٢. ما مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي؟
٣. كيف يمكن أن يؤدي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في قنوات الفضائية العربية إلى تحسين تجربة المشاهدين ورضاهم؟
٤. كيف يمكن أن يؤدي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تغييرات في هيكل المهن والوظائف في القنوات الفضائية العربية؟
٥. ما مدى اتفاق عينة البحث حول التحديات الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العربية؟

ثانياً: أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية الموضوع الذي يتصدى له، كونه يواكب التطورات التكنولوجية المتمثلة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقياس التحديات الأخلاقية التي يواجهها القائم بالاتصال لدى توظيف هذه التقنية في القنوات الفضائية، فضلاً عن أنه يمثل إضافة علمية في ميدان العلم والتخصص الذي تنتمي إليه.

ثالثاً: أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى دراسة ورصد وتفسير التحديات الأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفقاً لرؤية عينة من القائم بالاتصال والعاملين في القنوات الفضائية العربية. ولبلوغ هذا الهدف تم ربط التساؤلات المطروحة في مشكلة البحث بعدد من الأهداف، وعلى النحو الآتي:

١. تحديد نوع تقنية الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها في القنوات الفضائية العربية.
٢. معرفة مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي.
٣. معرفة كيف يمكن أن يؤدي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في قنوات الفضائية العربية إلى تحسين تجربة المشاهدين ورضاهم.
٤. رصد كيف يمكن أن يؤدي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى تغييرات في هيكل المهن والوظائف في القنوات الفضائية.
٥. قياس مستوى اتفاق عينة البحث حول التحديات الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العربية.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه

ينتمي البحث الحالي إلى البحوث الوصفية، معتمداً على المنهج المسحي، في إطار جمع البيانات والمعلومات، بهدف الإجابة عن التساؤلات التي أثيرت لحل المشكلة البحثية.

خامساً: النظرية التي يركز عليها البحث

يعتمد البحث على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، والتي ترى أن من أولويات وسائل الإعلام الاهتمام بالمصلحة العامة، وبحاجات المجتمع ومراعاة قيمه وتقاليد وعاداته والالتزام بالمبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي، وإصلاح النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

وفق متغيرات عنوان البحث؛ فإن المجتمع يضم جميع القائمين بالاتصال والعاملين في القنوات الفضائية العربية، فقد عمدت الباحثة بتحديد بلدان عينة البحث؛ المتمثلة في (مصر، قطر، السعودية). حيث قامت بتطبيق الدراسة الميدانية على عينة غير احتمالية (متاحة) قوامها (٣٣٠) مفردة من القائمين بالاتصال والعاملين في القنوات الفضائية العربية.

سابعاً: أدوات البحث

استعانت الباحثة بأسلوب الاستبيان؛ بوصفه أسلوباً علمياً مناسباً لطبيعة البحث.

ثامناً: تعريف المصطلحات

- ١- أخلاقيات: هي "تطبيق القواعد وتحديد المسؤولية في علاقات العمل مع تشخيص وتعريف القضايا الاجتماعية فضلاً عن أن أخلاقيات العمل تحكمها الشفافية تجاه توقعات المجتمع والمنافسة النزيهة"^(١).

(١) ماهر الشميلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، (عمان: دار الاصرار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٢.

٢- **توظيف:** هي "العمليات التي تدفع باتجاه أن تؤدي العملية الاتصالية أهدافاً خاصة ومقصودة ومحددة"^(١).

٣- **تقنيات:** هي "الأشياء الموجودة بنوعيتها، المادية واللامادية، التي تم تخليقها بتطبيق الجهود المادية، والفيزيائية للحصول على قيمة ما، فهي تشير إلى المعدات، والآلات التي يمكن استعمالها لحل المشاكل الحقيقية في العالم"^(٢).

٤- **القنوات الفضائية:** هي "محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية ويتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال، حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الاصطناعي وتقوم هذه الأجهزة بمعالجة البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون"^(٣).

٥- **القائم بالاتصال:** هو "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها"^(٤).

المبحث الثاني: تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في القنوات التلفزيونية الفضائية

يعد الذكاء الاصطناعي أهم إنجازات الثورة الصناعية الرابعة، حيث يغطي تنوعه مجالات الحياة كافة، ومن المتوقع أن يفتح الباب أمام الابتكار اللامحدود، فيطلق المزيد من الثورات الصناعية، ويحدث تغييرات جوهرية في حياة الإنسان. ونظراً لأن العالم يشهد تطورات وتغييرات تكنولوجية سريعة وضخمة، فإن الذكاء الاصطناعي في المستقبل سيتحول إلى محرك التقدم والنمو والازدهار في السنوات المقبلة، ويمكنه من بناء عالم جديد. في الوقت الحالي، قد يبدو هذا وكأنه طريق خيالي، لكن البوادر الحالية تؤكد أن هذا العالم على وشك أن يولد، ويكون هذا المولود الرقمي الجديد مليء بالأدوات والتطبيقات المذهلة، والمبتكرة والمفيدة التي بإمكانها أن تساعد العاملين في المجالات كافة سيما المجال الإعلامي، من خلال تحسين سير العمل واكتساب المهارات والأداء. حيث تم تقسيم المبحث إلى ثلاث محاور، يشتمل المحور الأول على عرض التعريفات التي تناولت مفهوم الذكاء الاصطناعي، وأنواعه، وتقنياته الأساسية، فيما اشتمل المحور الثاني على مجالات توظيفه في القنوات الفضائية، وتضمن المحور الثالث التحديات الأخلاقية التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي

يتكون الذكاء الاصطناعي من كلمة "الذكاء" هي القدرة على إدراك وفهم وتعلم المواقف أو البيئات الجديدة، وترتبط كلمة "الاصطناعي" بفعل "يصنع" أو "يخلق" فتتطبق الكلمة على كل الأشياء

(١) اياد خليل العبادي، التوظيف الاخباري للضرورة السورية في الفضائيات الدولية، (تركيا: دار نشر ريمار أكاديمي، ٢٠٢٠م)، ص ٨٣.

(٢) زيد منير عبوي، أساليب الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والرقمية الحديثة، (عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م)، ص ١١٧.

(٣) هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م)، ص ٣٨.

(٤) منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ص ٢٣٩.

التي تنشأ نتيجة نشاط أو إجراء، يحدث عن طريق صنع شيء مختلف عما هو موجود بالفعل، وفي الواقع فإن الذكاء الاصطناعي هو أحد العلوم الحديثة المرتبطة بالكمبيوتر، والتي تبحث عن طرق متقدمة ومبتكرة للقيام بأعمال واستنتاجات مماثلة - وإن كانت في نطاق ضيق - والتي تنسب إلى الذكاء البشري، ويكون غرضها إعادة البناء باستخدام الوسائل الاصطناعية^(١).

قد تم تعريف الذكاء الاصطناعي بصيغ مختلفة تنسجم مع طبيعة المجال. حيث عرف بصفة عامة بأنه: "الذكاء الذي يصنعه أو يصطنعه الإنسان في الآلة أو الحاسوب، الذكاء الذي يصدر عن الإنسان بالأصل ثم يمنحه للآلة أو للحاسوب وبالتالي فإن الذكاء الاصطناعي هو علم يعرف على أساس هدفه وهو جعل الآلات (منظومات الحاسوب) تعمل أشياء تحتاج ذكاء"^(٢).

وفي هذا البحث نشير إلى مفهوم الذكاء الاصطناعي وفقاً لتوظيفه في المؤسسات الإعلامية والذي يشتمل على: "التقنيات والابتكارات التي جلبتها الثورة الصناعية الرابعة، مثل تقنيات التصوير ثلاثية الأبعاد عالية الدقة والانترنت فائق السرعة، وانترنت الأشياء، والروبوتات، والواقع المعزز والافتراضي، والخوارزميات وغيرها من التقنيات التي تدخل في إنتاج المحتوى الإخباري"^(٣).

ثانياً: أنواع الذكاء الاصطناعي

صنف الذكاء الاصطناعي إلى أنواع عدة أهمها، كالآتي:^(٤)

١- **النوع التفاعلي:** هي آلة تفاعلية تتفاعل بناء على الخبرة الحالية، ولا تخزن أي جزء من الذاكرة أو الخبرة السابقة، ولذلك فإن هذا النوع قادر على التفوق في ممارسة الألعاب، نظراً لقدرته على معرفة الحركات المناسبة للتغلب على خصومه.

٢- **نوع الذاكرة المحدودة:** هذا النوع يقوم بتخزين أجزاء محددة من الذاكرة، تساعد على التفاعل بناءً على هذه الذاكرة، ولكنها ذاكرة قصيرة المدى، ومن أمثلة هذا النوع: وروبوتات الدردشة.

٣- **نوع نظرية العقل:** هذا النوع أكثر ذكاءً لأنه يتفاعل بناءً على إدراك أفكار الناس ومشاعرهم، تتكيف هذه الآلات مع الأشخاص من حولها، وتقيم تفاعلات اجتماعية وتتوقع كيف يتوقع الناس أن يعاملوا، وبالتالي تتعامل معهم بناءً على تلك التوقعات^(٥).

٤- **النوع الإدراكي الذاتي:** هذا النوع هو أحد التوقعات المستقبلية للذكاء الاصطناعي، فإن الآلات سيكون لديها وعي ذاتي ومشاعر خاصة، مما سيجعلها أكثر ذكاءً من البشر، ويمكنها أداء المهام

(١) ماجد بن محمد الجهني وسيف يوسف السويدي، نموذج الذكاء الاصطناعي ChatGPT - حوار افتراضي حول البناء الشخصي وتطوير الذات، (اسطنبول: دار الأصالة للنشر والتوزيع والترجمة، ٢٠٢٣م)، ص ٢٦.

(٢) سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١١٤.

(٣) أمل محمد خطاب، "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار - دراسة لاتجاهات التطوير واشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢٢، الجزء الأول، ديسمبر ٢٠٢١م، ص ١٠٥.

(٤) حسنين شفيق، إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة وإنتاج الأخبار، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ص ٢١-٢٧.

(٥) عبد الهادي السيد عبدة، علم النفس المعرفي الأسس والمحاور، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٢١م)، ص ٣٩٥.

بشكل أفضل من الشخص المتخصص وذو المعرفة، وهذا النوع يجب أن يحتوي على العديد من الخصائص؛ مثل القدرة على التعلم، والقدرة على التخطيط، والقدرة على التواصل التلقائي، والقدرة على الحكم^(١).

ثالثاً: التقنيات الأساسية للذكاء الاصطناعي

هنالك مجموعة من التقنيات التي يمكن من خلالها توظيف الذكاء الاصطناعي ومنها:^(٢)

١. **معالجة اللغات الطبيعية:** يتم تطوير البرامج والأنظمة القادرة على فهم أو توليد لغة الإنسان، وقد أدت دراسة معالجة اللغات الطبيعية إلى تطوير لغات برمجة مناسبة لهذا الغرض، بهدف جعل التواصل بين الإنسان والكمبيوتر أمراً طبيعياً.

٢. **التعرف على الكلام:** تبحث تطبيقات الذكاء الاصطناعي عن طرق لتمكين أجهزة الكمبيوتر من التعرف على كلام الإنسان، أي أن الإنسان قادر على إعطاء الأوامر لفظياً لجهاز الكمبيوتر، ويفهم الكمبيوتر تلك الأوامر وينفذها.

٣. **الرؤية الحاسوبية:** تشير إلى تزويد أجهزة الكمبيوتر بأجهزة استشعار بصرية تمكنها من التعرف على الأشخاص أو الأشكال، وذلك من خلال تطوير أساليب تقنية لتحليل الصور وتمييز الوجوه واستخلاص المعلومات المفيدة منها^(٣).

٤. **التعلم الآلي (ML):** هو وسيلة لتحديد الهدف، وتعلم الآلة نفسها خطوات تحقيق الهدف من خلال التدريب وتراكم الخبرة^(٤).

٥. **الأتمة:** تشير إلى الآلات والمعدات الكهروميكانيكية، التي تعمل بشكل مستقل دون تدخل بشري، وتهدف إلى جعل المصانع أكثر اعتماداً على الآلات بدلاً من البشر والسعي إلى زيادة الإنتاج؛ لأن الآلات يمكنها العمل بسرعات إنتاج تفوق القدرات البشرية، وبالتالي تقليل التكاليف وتحقيق إنتاجية أعلى مطابقة لما هو مطلوب^(٥).

(١) احمد فايز احمد، "المنصات الشاملة للذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المكتبات- دراسة وصفية"، مجلة اعلم، العدد ٢٧، نوفمبر ٢٠٢٠م، ص ١٠٢.

(٢) سعاد بوبحة، "الذكاء الاصطناعي تطبيقات وانعكاسات"، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد السادس، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠٢٢م، ص ص ٩٧- ٩٨.

(٣) عبير اسعد، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في حياتنا اليومية، (عمان: دار الكندي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ٢٦.

(٤) خالد لراة، منى مایسة نذیر، "مستقبل مهنة الاعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي- هل ستستغني المؤسسات الاعلامية عن صحافييها؟"، مجلة رقمنة الدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد الثالث، العدد الثاني، حزيران ٢٠٢٣م، ص ٥٤.

(٥) مجدي الداغر، "اتجاهات النخبة نحو توظيف الاعلام الامني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الالكترونية الالكترونية وانعكاساتها على دعم وتعزيز الامن السيبراني في مصر"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد ٣٣، ابريل ٢٠٢١م، ص ١٤.

٦. **كتابة المحتوى:** يمكن إنشاء فقرات نصية متماسكة، وتحقيق أداء متقدم في العديد من معايير نماذج اللغة، وإجراء الترجمة الآلية، والإجابة على الأسئلة المطروحة^(١).

٧. **إنترنت الأشياء:** يشير إلى جيل جديد من الإنترنت يتيح للأجهزة المتصلة ببعضها البعض من خلال بروتوكولات الإنترنت أن تفهم بعضها البعض، وتشمل هذه الأجهزة الأدوات وأجهزة الاستشعار وأدوات الذكاء الاصطناعي المختلفة وغيرها^(٢).

رابعاً: توظيف الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

يتمثل توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية في "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار؛ لتبسيط مجموعة متنوعة من العمليات بدءاً من تتبع الأخبار العاجلة وجمع البيانات وتفسيرها والتحقق من صحة المحتوى عبر الإنترنت، وصولاً لإنتاج المحتوى الإعلامي ونشره دون تدخل بشري مما يسمح للصحفيين بالتركيز على المجالات التي تتطلب عملاً أكثر تفصيلاً"^(٣). وقد استفاد الإعلام من تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تحاكي سيكولوجية البشرية وأساليب عمله، بالاعتماد على مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية في كافة مجالات الإعلام لإنتاج وتحرير وصياغة المحتوى وجمع المعلومات دون تدخل بشري، ويتم استخدامها كبديل للعناصر البشرية في نقل الأحداث والصور والأصوات، خاصة في المنطقة التي يحدث فيها النزاعات والحروب^(٤). وانطلاقاً من ذلك يأتي هذا المحور ليوضح مراحل وبدايات توظيف الذكاء الاصطناعي في الاعلام.

- مراحل توظيف الذكاء الاصطناعي في الاعلام

تميز المشهد الإعلامي، في السنوات الأخيرة، تحولات سريعة وغير مسبقة، بسبب تطور الثورة الصناعية الرابعة "والويب ٢"، وحقت تقنيات الاتصال الحديثة تقدماً هائلاً، والتي كان لها دوراً مهماً في ظهور أشكال وأنماط جديدة من الصحافة، كان أحدثها ظهوراً ما يسمى بـصحافة الذكاء الاصطناعي والتي تعتمد بشكل كبير على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي، وهو ما يشكل بدوره تحديات جديدة لوسائل الإعلام التقليدية حيث تشهد تحولاً جذرياً في عملية إنتاج وصناعة المحتوى الإخباري^(٥). في حين أن فكرة الاعتماد على صياغة الأخبار الآلية ليست جديدة، حيث انطلقت عملية توليد إخبار "النبؤات الجوية الآلية المولدة بالكمبيوتر" استناداً

(١) محمود علم الدين، "الذكاء الاصطناعي- منحة خطيرة أم فرصة ثمينة"، صحيفة الاهرام اليومي، العدد ٨٦٦٠، ٢٧ فبراير ٢٠٢٠م، ص ٤.

(٢) مجدي الداغر، مرجع سابق، ص ١٤.

(٣) اسماعيل موسى محمد الزعنون، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاساته على المصداقية المهنية - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠٢١م، ص ٧٢.

(٤) محمد جمال بدوي، "آليات تطبيق وإنتاج صحافة روبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٧٥، أبريل ٢٠٢١م، ص ٧٢.

(٥) أيمن محمد إبراهيم بريك، "اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية"، مجلة البحوث الاعلامية، العدد الثالث والخمسون، الجزء الثاني، يناير ٢٠٢٠م، ص ٤٦٢.

إلى إنشاء بيانات مكتوبة مسبقاً تصف الظروف الجوية، يتوافق كل منها مع سمة محددة لنموذج التنبؤ بالطقس، ولكن بدايات توظيف الذكاء الاصطناعي الحقيقية، تعود إلى عام ٢٠١٠م، عندما طورت شركة Narrated Science برنامجاً يمكنه كتابة القصص الإخبارية تماماً كما يفعل البشر، ويستخدمه العديد من الصحف والمجلات وشبكات الإذاعة والتلفزيون^(١).

ويعد إعلان وكالة "أسوشييتد برس" شراكتها مع "واشنطن بوست"، في ابتكار أول محرر روبوت مخصص لتحرير أخبار الطقس ونشرات حركة المرور على الطرق السريعة، ثم تبعها تطبيق "Quil" لكتابة التقارير السنوية لمجلة فوربس، وأيضاً مذيع الأخبار اليابانية "إيريك"، والمذيع الملقب بـ "المذيع التراكي" في الصين، والذي يشابه المذيعين الحقيقيين لوكالة أنباء شينخوا، الأمر الذي يمثل نقطة تحول كبيرة في عالم الإعلام، ويمكن أن يقدم لنا تحديات غير مسبقة في التاريخ، حيث يشير التحليل العلمي للمخاطر إلى أهمية أخذ الأمر على محمل الجد، فأن الضرر المحتمل الكبير الذي يشكله الذكاء الاصطناعي، حتى لو كان احتمال حدوثه منخفضاً^(٢). ويمكن إدراج حالات حديثة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، وهي:^(٣)

أ- تحالف "رويترز" وفريق "سيمانتك" للأتمتة مقاطع الفيديو التفاعلية من خلال تزويد المشتركين بإمكانية الوصول إلى قاعدة بيانات واسعة من رسومات تفاعلية.

ب- قيام فيسبوك بتسريح موظفين في قسم تزويد قوائم الموضوعات الرئيسة وجعلها تعمل بشكل آلي.

ت- إعلان شركة "ترونيك"، إنتاج ٢٠٠٠ فيديو يومياً باستخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي.

وتجدر الإشارة إلى إن مشروع "المحرر"، الذي طبقت صحيفة "نيويورك تايمز" الذي يقوم على الترتيب والتصنيف التلقائي للأخبار والموضوعات يعد خطوة متقدمة في هذا المجال، أما التوظيف الحقيقي في الإنتاج فقد جاء أثناء زلزال الولايات المتحدة عام ٢٠١٤م، من خلال خوارزمية أنشأها مبرمج يدعى (كين شوينك) من صحيفة لوس أنجلوس تايمز^(٤).

خامساً: التحديات الأخلاقية التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام

رغم أهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وتأثيرها في تغيير طبيعة غرف الأخبار وتوفير الوقت والجهد والمال، وتحقيق السرعة وغيرها من المزايا، إلا أن هناك العديد من التحديات والقضايا الأخلاقية المرتبطة بهذا التوظيف^(٥).

حيث سيواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المستقبل القريب تحديات أخلاقية عدة، واحدة من هذه التحديات هي ضعف آليات السيطرة على الكم الهائل من المعلومات المضللة والانتهاكات

(١) عمرو محمد محمود عبد الحميد، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاعلامي وعلاقتها بمصادقيته لدى الجمهور المصري"، مرجع سابق، ص ٢٨١٦.

(٢) بسنت محمد عطية، مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام - دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بالاتصال في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد ٢٠١٩، العدد ٦٦، يناير ٢٠١٩م، ص ١٥٠.

(٣) غيث مصطفى، مرجع سابق، ص ١٩.

(٤) مجدي الداغر، مرجع سابق، ص ٢٦.

(5) Konstantin Nicholas Dörr & Katharina Hollnbuchner, Ethical challenges of algorithmic journalism Digital Journalism, Francis Magazine, 5(4), 2017, P 404.

والمحتوى الزائف، مما يتعين وضع إطار أخلاقي وقواعد مهنية صارمة يضمن استخدامها بطرق مسؤولة وملتزمة بهذه المعايير^(١). ومن بين التحديات الأخلاقية التي يتزايد الحديث عنها يمكن إيجازها بالآتي:

أ- **التحيز:** يعتبر من أخطر التحديات التي تواجه وسائل الإعلام في المستقبل، والذي يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي أن تتحيز ضد عرق أو جنس معين، بناءً على البيانات التي يتم تغذيتها مسبقاً للذكاء الاصطناعي، مثل التحيز من حيث النوع والتحيز العنصري وغيرها^(٢).

ب- **الشفافية:** يركز مبدأ الشفافية على (الثقة في الأنظمة التي تحول البيانات إلى مقالات)، فهي تشير بشكل أساسي إلى انفتاح أساليب جمع البيانات واستخدامها، وتجنب البيانات غير الضرورية، إلا أنها تعتبر مهمة لضمان ثقة الجمهور، لذلك يجب على الناشرين أولاً التمييز بين الموضوعات التي يكتبها الصحفيون البشريون والموضوعات التي تكتبها الخوارزميات الذكية^(٣).

ت- **حقوق الطبع والنشر والاستخدام العادل:** نظراً للنطاق الواسع من البيانات التي يمكن لبرامج الذكاء الاصطناعي أن تجلب مدخلاتها، فهناك بلا شك احتمال حدوث انتهاك غير مقصود لحقوق الطبع والنشر، وحقوق التأليف والتوزيع للمصدر الأصلي لتلك البيانات، لذلك يتطلب الأمر إعادة تعريف حقوق النشر والاستخدام العادل^(٤).

ث- **الإنصاف والعدل:** ويعني تجنب التحيز والصور النمطية المسيئة والضارة في حياة الناس، كما قد تؤدي إلى التأثير على العديد من أفراد المجتمع في انتهاك خصوصياتهم، من خلال الحصول على المزيد من المعلومات الشخصية، التي قد تكون ذات صلة بالصحة النفسية أو العقلية، وقضايا خاصة في المجتمع^(٥).

ج- **انتهاك الخصوصية الشخصية:** نظراً لعدم وجود قوانين وقواعد محددة، يعد استخدام البيانات إحدى القضايا الأخلاقية الحالية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام، وهناك نقاش متزايد حول كيفية حل مشكلة الأمن والخصوصية المتعلقة بالبيانات^(٦).

ح- **جودة وسلامة البيانات واكتمالها ومصداقيتها:** إحدى المشكلات في غرف الأخبار، والتي يمكن أن تؤدي إلى نتائج مضللة، بما في ذلك أصل البيانات ودقتها^(٧).

(١) محمد عبد الظاهر، اعلام الميتافيرس- صناعة الاعلام مع تقنيات الثورة الصناعية الخامسة والويب، (القاهرة: دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠٢٢م)، ص ٨١.

(٢) ماجد بن محمد الجهني وسيف يوسف السويدي، مرجع سابق، ص ص ٢٩-٣٠.

(3) Leo Leppänen & Myriam Munezero & et al, Data Driven News Generation for Automated Journalism, (Madrid: Association for Computational Linguistics for publication, 2017 AD), p20.

(٤) حسنين شفيق، مرجع سابق، ص ١٢٦.

(٥) محمد عبد الظاهر، العولمة 4.0 ومستقبل الإعلام في حقبة صحافة الجيل السابع نموذج العلاقات العامة التفاعلية الأكثر ذكاءً، مرجع سابق، ص ٤٧.

(6) Keng Siau & Weiyu Wang, Artificial Intelligence (AI) Ethics - Ethics of AI and Ethical AI, Journal of Database Management, 31(2), 2020, p 80.

(٧) رفعت محمد البدر، مرجع سابق، ص ٢١٦.

المبحث الثالث: التحديات الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات

الفضائية العربية

يعرض هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها على وفق ما جاء في استمارة الاستبانة والمقياس، وكما يأتي:

أولاً: النتائج الوصفية للبيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (١) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	ذكر	٢٣٦	٧١.٥	٦١.١٠٣	> ٠.٠٠١
٢	أنثى	٩٤	٢٨.٥		
الإجمالي			٣٣٠		

تبين من جدول (١) لوصف عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس أن عدد الذكور من عينة الدراسة (٢٣٦) مفردة بنسبة (٧١.٥%) وهي النسبة الأعلى، وعدد الإناث (٩٤) مفردة بنسبة (٢٨.٥%) من إجمالي عينة الدراسة، وكانت قيمة كا^٢ (٦١.١٠٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) تشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس.

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	من ٢٠ - ٢٩ سنة	١٣٤	٤٠.٦	١٦٢.٦٧٩	> ٠.٠٠١
٢	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١٤٥	٤٣.٩		
٣	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٣٩	١١.٨		
٤	٥٠ سنة فأكثر	١٢	٣.٦		
الإجمالي			٣٣٠		

يشير جدول (٢) لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر أن عدد من أجاب (من ٣٠ - ٣٩ سنة) (١٤٥) مفردة بنسبة (٤٣.٩%) وهي النسبة الأعلى، وعدد من أجاب (من ٢٠ - ٢٩ سنة) (١٣٤) مفردة بنسبة (٤٠.٦%)، يليها عدد من هم (من ٤٠ - ٤٩ سنة) (٣٩) مفردة بنسبة (١١.٨%)، وأخيراً (٥٠ سنة فأكثر) (١٢) مفردة بنسبة (٣.٦%)، وكانت قيمة كا^٢ (١٦٢.٦٧٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) تشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر.

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل العلمي

ت	التحصيل العلمي	التكرار	النسبة المئوية	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	ثانوية	١٠	٣	٢٩٥.٦٢٤	> ٠.٠٠١
٢	دبلوم (خريج معهد)	٣٩	١١.٨		
٣	بكالوريوس	٢١٣	٦٤.٥		
٤	شهادة عليا	٦٨	٢٠.٦		
	الإجمالي	٣٣٠	١٠٠%		

تبين من جدول (٣) لوصف عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل العلمي أن النسبة الأعلى كانت (بكالوريوس) بعدد (٢١٣) مفردة بنسبة (٦٤.٥%)، ثم (شهادة عليا) بعدد (٦٨) مفردة بنسبة (٢٠.٦%)، يليها (دبلوم (خريج معهد)) بعدد (٣٩) مفردة بنسبة (١١.٨%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيراً عدد (ثانوية) (١٠) مفردة بنسبة (٣.٠%)، وكانت قيمة كا^٢ (٢٩٥.٦٢٤) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) تشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل العلمي.

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير بلد الإقامة

ت	بلد الإقامة	التكرار	النسبة المئوية	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	السعودية	١١٢	٣٣.٩	٠.٠٥٥	٠.٩٧
٢	مصر	١٠٩	٣٣.٠٥		
٣	قطر	١٠٩	٣٣.٠٥		
	الإجمالي	٣٣٠	١٠٠%		

تبين من الجدول (٤) لوصف عينة الدراسة تبعاً لمتغير بلد الإقامة أن عدد من أجاب (السعودية) (١١٢) مفردة بنسبة (٣٣.٩%)، وعدد من أجاب كل من (مصر) و(قطر) (١٠٩) مفردة بنسبة (٣٣.٠٥%)، وكانت قيمة كا^٢ (٠.٠٥٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥) تشير لعدم وجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير بلد الإقامة.

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير مكان العمل: القناة الفضائية التي تعمل بها

ت	القناة الفضائية التي تعمل بها	التكرار	النسبة المئوية	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	Dmc	٥٦	١٧.٠	٢٩.٨٤٨	> ٠.٠٠١
٢	القناة الإخبارية السعودية	٥٦	١٧.٠		
٣	قناة الجزيرة القطرية	٥٦	١٧.٠		
٤	قناة العربية السعودية	٥٦	١٧.٠		

ت	القناة الفضائية التي تعمل بها	التكرار	النسبة المئوية	كا ^٢	الدلالة المعنوية
٥	قناة الشرق المصرية	٥٣	١٦.١		
٦	تلفزيون قطر	٥٣	١٦.١		
	الإجمالي	٣٣٠	١٠٠%		

يشير جدول (٥) لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير القناة الفضائية أن معظم عينة الدراسة كان عدد من أجاب كل من (dmc) و(القناة الإخبارية السعودية) و(قناة الجزيرة القطرية) و(قناة العربية السعودية) بعدد (٥٦) مفردة بنسبة (١٧.٠%) وهي النسبة الأعلى، ثم عدد من أجاب (قناة الشرق المصرية) و(تلفزيون قطر) بعدد (٥٣) مفردة بنسبة (١٦.١%)، وكانت قيمة كا^٢ (٢٩.٨٤٨) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) تشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير القناة الفضائية.

ثانياً: التغيرات المهنية الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية

جدول (٦) توزيع عينة الدراسة تبعاً لنوع تقنية

الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها في القناة التي تعمل بها

ت	نوع تقنية الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	الروبوتات والأتمتة	٢٠٤	١٤.٩	١	١٣٧.٤٨٦	> ٠.٠٠١
٢	التعلم العميق (Deep Learning)	٢٠٤	١٤.٩	١		
٣	الواقع الافتراضي والمعزز	١٨٧	١٣.٧	٢		
٤	التصنيف والتحليل التلقائي للمحتوى	١٧٩	١٣.١	٣		
٥	الهولجرام	١٦٨	١٢.٣	٤		
٦	معالجة اللغة الطبيعية (NLP)	١٤٣	١٠.٥	٥		
٧	التزييف العميق	١٣٦	١٠.٠	٦		
٨	التصوير الآلي بواسطة (الدرونات)	٧٩	٥.٨	٧		
٩	تعلم الآلة (Machine Learning)	٦٥	٤.٨	٨		
	الإجمالي	١٣٦٥	١٠٠%			

يشير جدول (٦) الى وجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لنوع تقنية الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها في القناة التي تعمل بها. وتدل نتائج الجدول السابق إن هناك تفاوتاً في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بين القنوات المدروسة، حيث يتم تفضيل، تقنية التعلم العميق والروبوتات والأتمتة التي كانت الأكثر استخداماً، كما يمكن الاستنتاج أن هناك فروقاً إحصائية معنوية بين عينة الدراسة بناءً على نوع تقنية الذكاء الاصطناعي التي تم استخدامها في القنوات.

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمجالات
استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي

ت	مجالات استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	مراقبة مراكز البيانات وتحليلها	١٦٦	٨.٩	١	١٢٧.٢١١	> ٠.٠٠١
٢	الترجمة الآلية	١٦٦	٨.٩	١		
٣	الانتقال من البرامج التسجيلية الى البرامج المباشرة	١٦٥	٨.٨	٢		
٤	معالجة اللغة الطبيعية من خلال تقنية التحويل الصوتي الى نص (TTS) وبالعكس	١٥٢	٨.٢	٣		
٥	تتبع الأخبار العاجلة وتنبيه المحررين	١٤٨	٨.٠	٤		
٦	اقترح عناوين للموضوعات	١٣٩	٧.٥	٥		
٧	تصميم ومونتاج واخرج المحتوى الإعلامي آلياً	١٣٣	٧.٢	٦		
٨	أتمتة التقارير وإنتاج المحتوى الإخباري آلياً	١٣١	٧.٠	٧		
٩	التصوير الآلي	١٢٩	٦.٩	٨		
١٠	إعداد تقارير حالة الطقس إلياً	١٢٦	٦.٨	٩		
١١	التصحيح اللغوي بشكل تلقائي	١٢٢	٦.٦	١٠		
١٢	التحقق من المحتوى وتحسين جودته	١١٦	٦.٢	١١		
١٣	تحويل المعلومات والبيانات إلى أشكال ورسوم بيانية	١٠٦	٥.٧	١٢		
١٤	البحث والتفاعل المباشر مع المشاهدين، عبر استخدام التحليل اللغوي والتعلم الآلي للاستجابة لتعليقات وطلبات المشاهدين	٦١	٣.٣	١٣		
الإجمالي		١٨٦٠	١٠٠%			

يشير جدول (٧) إلى وجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمجالات استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي. وتدل النتائج على أن مراقبة مراكز البيانات وتحليلها هو واحد من أهم المجالات في صناعة المحتوى الإعلامي ويليهما الترجمة الآلية حيث يمكن استخدام التقنيات الذكية لتسهيل وتسريع عملية الترجمة، ثم الانتقال من البرامج التسجيلية إلى البرامج المباشرة حيث يمكن من خلالها تحسين تجربة المشاهدين. وبشكل عام، يتضح من النتائج اعلاه أن استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي قد أثرت بشكل كبير على صناعة المحتوى الإعلامي ووفر فرصاً للتحسين والتطوير في مجالات مختلفة مثل الترجمة، ومعالجة اللغة الطبيعية، ومراقبة المراكز البيانات، والبحث المباشر، وغيرها.

جدول (٨) اجابات المبحوثين بشأن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي
في قنوات الفضائية العربية وعلاقته بتحسين تجربة المشاهدين ورضاهم

ت	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	تطوير محتوى يتناسب مع اهتمامات وتوقعات المشاهدين	١٧٦	٢٤.١	١	٢٤.٩٤٥	> ٠.٠٠١
٢	توفير محتوى مخصص وفقاً لاهتمامات الجمهور وتفضيلاتهم الشخصية	١٦١	٢٢.١	٢		
٣	تحسين واجهات المستخدم وسهولة الوصول إلى المحتوى	١٥٠	٢٠.٥	٣		
٤	زيادة التفاعل الذكي مع المشاهدين	١٤٧	٢٠.١	٤		
٥	مراعاة خصوصية المشاهدين والقوانين المحلية المعمول بها	٩٦	١٣.٢	٥		
الإجمالي		٧٣٠	١٠٠%			

بناءً على النتائج المذكورة في الجدول السابق، يمكننا القول بأن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في قنوات الفضائية العربية أسهم في تحسين تجربة المشاهدين وزيادة رضاهم من خلال التركيز على عدة جوانب، منها تحليل بيانات المشاهدين وفهم اهتماماتهم وتفضيلاتهم، مما يمكن أن يسهم في تطوير محتوى يتناسب مع تلك الاهتمامات والتوقعات، فضلاً عن تخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات الجمهور وتفضيلاتهم الشخصية، مما يعزز تجربة المشاهدة الفردية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن زيادة التفاعل الذكي مع المشاهدين من خلال استخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي لتوفير ردود فعل مخصصة، مما يعزز التفاعل والمشاركة مع الجمهور.

جدول (٩) اجابات المبحوثين بشأن كيفية توظيف تقنيات الذكاء

الاصطناعي على نحو يؤدي إلى تغييرات في هيكل المهن والوظائف في القنوات الفضائية

ت	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب	كا ^٢	الدلالة المعنوية
١	تقليل الحاجة إلى عدد من الوظائف الإدارية والتحليلية التقليدية	١٧٩	٢٤.٥	١	٤٠.١١٠	> ٠.٠٠١
٢	ظهور وظائف جديدة وفرص للتعاون بين البشر والذكاء الاصطناعي معا	١٧٢	٢٣.٦	٢		
٣	الاستغناء عن العديد من الكفاءات الإعلامية لتحل محلها الروبوت	١٦٧	٢٢.٩	٣		
٤	يؤدي إلى تقليل بعض الوظائف البشرية التقليدية	١٢١	١٦.٦	٤		
٥	ظهور جيل جديد من العاملين في الفضائيات العربية يتقنون مهارات التحرير ونشر الاخبار بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي	٩١	١٢.٥	٥		
الإجمالي		٧٣٠	١٠٠%			

يشير جدول (٩) إلى تأكيد معظم افراد عينة البحث على أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية قد يؤدي إلى تغييرات في هيكل المهن والوظائف، إذ يؤدي إلى ظهور وظائف جديدة تتطلب الاستغناء عن العديد من الكفاءات الإعلامية لتحل محلها الروبوت، بالإضافة الى ظهور جيل جديد من العاملين في مجال الفضائيات يتمتعون بمهارات التحرير ونشر الأخبار باستخدام التقنيات الذكاء الاصطناعي. ثالثاً: قياس مستوى اتفاق عينة البحث حول التحديات الأخلاقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العربية

يوضح الجدول الاتي التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين على التحديات الأخلاقية التي تواجهها القنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال إجابات عينة الدراسة، وقد توزعت العبارات في الجدول (١٠) كما يأتي:

العبارة (١) تحتاج القناة الى التحديث والتطوير التقني بشكل منتظم لتحسين العمليات الإنتاجية وصناعة المحتوى

العبارة (٢) وجود مشاكل تقنية مستمرة تؤثر على جودة البث.

العبارة (٣) صعوبة الحصول على الأجهزة والبرامج التي تحتاجها تقنيات الذكاء الاصطناعي بسبب مشاكل التمويل.

العبارة (٤) محدودية توافر البيانات لتحرير القصص والأخبار.

العبارة (٥) عدم جاهزية البنية التحتية للمؤسسات الإعلامية.

العبارة (٦) السرعة المتباينة للإنترنت وعدم توافر الإنترنت السريع على مدار الساعة.

العبارة (٧) عدم تجهيز الاستوديوهات بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

العبارة (٨) المحاكاة وتقديم البرامج والأخبار والتلاعب بالصور ومقاطع الفيديو.

العبارة (٩) عدم توفير واجهات سهلة الاستخدام وتفاعلية لتحسين تجربة المشاهدين.

العبارة (١٠) عدم تطوير نماذج لتفهم المحتوى المرئي والصوتي بدقة عالية.

العبارة (١١) قلة التكامل والتوافق مع الأنظمة الحديثة.

جدول (١٠) التكرارات وقيم المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة
التحديات الأخلاقية التي تواجهها القنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي

الترتيب	الدلالة المعنوية	كا ^٢	الوزن النسبي المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		محايد		موافق		العبارة
						%	العدد	%	العدد	%	العدد	
١	> ٠.٠٠١	٢٥٨.٣٧٦	٩٨.٠٨	٠.٢٣	٢.٩٤	٠	٠	٥.٨	١٩	٩٤.٢	٣١١	العبارة (١)
١١	> ٠.٠٠١	١٩٤.٧٨٢	٧٦.٩٧	٠.٥١	٢.٣١	٢.١	٧	٦٤.٨	٢١٤	٣٣	١٠٩	العبارة (٢)
٧	> ٠.٠٠١	١٠٧.٥٠٩	٨٢.١٢	٠.٦٥	٢.٤٦	٨.٨	٢٩	٣٦.١	١١٩	٥٥.٢	١٨٢	العبارة (٣)
٣	> ٠.٠٠١	١٢٩.٦٧٣	٨٣.٤٣	٠.٦٠	٢.٥٠	٥.٥	١٨	٣٨.٨	١٢٨	٥٥.٨	١٨٤	العبارة (٤)
٨	> ٠.٠٠١	١١٩.٩٤٥	٨١.٨٢	٠.٥٩	٢.٤٥	٥.٢	١٧	٤٤.٢	١٤٦	٥٠.٦	١٦٧	العبارة (٥)
٥	> ٠.٠٠١	١٣٢.٧٨٢	٨٢.٥٣	٠.٥٧	٢.٤٨	٣.٦	١٢	٤٥.٢	١٤٩	٥١.٢	١٦٩	العبارة (٦)
١٠	> ٠.٠٠١	١٠٤.٤١٨	٨١.١١	٠.٦٣	٢.٤٣	٧.٣	٢٤	٤٢.١	١٣٩	٥٠.٦	١٦٧	العبارة (٧)
٤	> ٠.٠٠١	١٢٦.٣٨٢	٨٢.٧٣	٠.٥٩	٢.٤٨	٤.٨	١٦	٤٢.١	١٣٩	٥٣	١٧٥	العبارة (٨)
٩	> ٠.٠٠١	١٢١.٦٥٥	٨١.٧٢	٠.٥٩	٢.٤٥	٤.٨	١٦	٤٥.٢	١٤٩	٥٠	١٦٥	العبارة (٩)
٦	> ٠.٠٠١	١١٩.٨٣٦	٨٢.٤٢	٠.٦٠	٢.٤٧	٥.٨	١٩	٤١.٢	١٣٦	٥٣	١٧٥	العبارة (١٠)
٢	> ٠.٠٠١	١٤٢.٨٥٥	٨٣.٩٤	٠.٥٦	٢.٥٢	٣.٣	١١	٤١.٥	١٣٧	٥٥.٢	١٨٢	العبارة (١١)
الأول	> ٠.٠٠١	١٠٤.٥٤٥	٨٢.٩٨	٠.٢١	٢.٤٩	التحديات التقنية التي تواجهها القنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي						

تبين من جدول (١٠) لوصف إجابة عينة الدراسة للتحديات الأخلاقية التي تواجهها القنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي: وافقت عينة الدراسة على إجمالي التحديات الأخلاقية التي تواجهها القنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي مئوي (٧٢.٨٨%)، وكانت قيمة المتوسط الحسابي لإجمالي التحديات الأخلاقية التي تواجهها قنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي (٢.١٩) وإنحراف معياري (٠.٤١)، وكانت قيمة كا^٢ (٢٥٣.٨٧٣) وهي قيمة دالة معنوية عند مستوى أقل من (٠.٠١) مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة وكان ترتيب البعد الثاني بالنسبة لأبعاد التحديات التي تواجهها قنوات الفضائية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي.

من بيانات الجدول السابق، يبدو أن هناك اتفاقاً بين العينة المدروسة بشأن وجود هذه التحديات الأخلاقية وأهميتها، لأنها تؤثر على احترام خصوصية المشاهدين والمستخدمين، كذلك القدرة على إنتاج محتوى

مزيف يمكن أن يضلل المشاهدين ويؤثر في رؤيتهم واعتقاداتهم، ونشر الأفكار النمطية أو التحيزات العنصرية، وينبغي التعامل مع التحيز الخوارزمي لضمان التنوع والتمثيل العادل في المحتوى.

❖ الاستنتاجات:

بناءً على ما تم التوصل اليه من نتائج يمكننا استنباط جملة من الاستنتاجات ومنها:

١. هناك اتفاق بين أفراد العينة المدروسة، بشأن وجود التحديات الأخلاقية وأهميتها، لأنها تؤثر على احترام خصوصية المشاهدين والمستخدمين، كذلك القدرة على إنتاج محتوى مزيف يمكن أن يضلل المشاهدين ويؤثر في رؤيتهم واعتقاداتهم، ونشر الأفكار النمطية أو التحيزات العنصرية.
٢. تشير نتائج البحث الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث حول فئة انتهاك الخصوصية الشخصية وضمان حماية المعلومات، وهذا ناتج عن عدة عوامل محتملة، بما فيها تأثر بعض الأشخاص بالتطورات التكنولوجية وما يرافقها من التهديدات المتعلقة بالخصوصية، مما يؤدي الى قلق أكبر بشأن انتهاك الخصوصية.

❖ التوصيات:

- ١- تعزيز وعي القائمين بالاتصال العاملين في القنوات الفضائي العربية، بأهمية الالتزام بالمبادئ الأخلاقية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويمكن تحقيق ذلك من خلال اقامة الدورات التأهيلية والتنقيفية في هذا المجال.
- ٢- التأكيد على ضرورة تفعيل التشريعات والقوانين التي تتضمن آليات لتطبيق المبادئ الأخلاقية والمهنية الاعلامية.

❖ المصادر والمراجع العربية:

١. احمد فايز احمد، "المنصات الشاملة للذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المكتبات- دراسة وصفية"، مجلة اعلم، العدد ٢٧، نوفمبر ٢٠٢٠م.
٢. اسماعيل موسى محمد الزعنون، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاساته على المصداقية المهنية – دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠٢١م.
٣. امل محمد خطاب، "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار- دراسة لاتجاهات التطوير واشكاليات التحول في اطار التغيرات التكنولوجية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢٢، الجزء الاول، ديسمبر ٢٠٢١م.

٤. اياد خليل العبادي، التوظيف الاخباري للازمة السورية في الفضائيات الدولية، (تركيا: دار نشر ريمار أكاديمي، ٢٠٢٠م).
٥. أيمن محمد إبراهيم بريك، "اتجاهات القائمين بالإتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية"، مجلة البحوث الاعلامية، العدد الثالث والخمسون، الجزء الثاني، يناير ٢٠٢٠م.
٦. بسنت محمد عطية، مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام - دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بالاتصال في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد ٢٠١٩، العدد ٦٦، يناير ٢٠١٩م.
٧. حسنين شفيق، إعلام الذكاء الاصطناعي ومستقبل صناعة وإنتاج الأخبار، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
٨. خالد لمرارة، منى مایسة نذیر، "مستقبل مهنة الاعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي- هل ستستغني المؤسسات الاعلامية عن صحافييها؟"، مجلة رقمنة الدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد الثالث، العدد الثاني، حزيران ٢٠٢٣م.
٩. زيد منير عبوي، أساليب الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والرقمية الحديثة، (عمان: دار المعترف للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م).
١٠. سعاد بوبوكة، "الذكاء الاصطناعي تطبيقات وانعكاسات"، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد السادس، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠٢٢م.
١١. سعد غالب ياسين، اساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
١٢. عبد الهادي السيد عبدة، علم النفس المعرفي الأسس والمحاور، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٢١م).
١٣. عبير اسعد، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في حياتنا اليومية، (عمان: دار الكندي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
١٤. غيث مصطفى، توظيف الذكاء الاصطناعي في النظم الاعلامية- دراسة كيفية، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، قسم الاعلام، ٢٠٢٠م.
١٥. ماجد بن محمد الجهني وسيف يوسف السويدي، نموذج الذكاء الاصطناعي ChatGPT- حوار افتراضي حول البناء الشخصي وتطوير الذات، (اسطنبول: دار الأصالة للنشر والتوزيع والترجمة، ٢٠٢٣م).

١٦. ماهر الشمائلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، (عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
١٧. مجدي الداغر، "اتجاهات النخبة نحو توظيف الاعلام الامني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الالكترونية وانعكاساتها على دعم وتعزيز الامن السيبراني في مصر"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد ٣٣، ابريل ٢٠٢١م.
١٨. محمد جمال بدوي، "آليات تطبيق وإنتاج صحافة روبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٧٥، أبريل ٢٠٢١م.
١٩. محمد عبد الظاهر، اعلام المينافيرس- صناعة الاعلام مع تقنيات الثورة الصناعية الخامسة والويب، (القاهرة: دار بدائل للطبع والنشر والتوزيع، ٢٠٢٢م).
٢٠. محمد عبد الظاهر، العولمة 4.0 ومستقبل الإعلام في حقبة صحافة الجيل السابع نموذج العلاقات العامة التفاعلية الأكثر ذكاءً، (القاهرة: دار بدائل للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م).
٢١. محمود علم الدين، "الذكاء الاصطناعي- منحة خطيرة ام فرصة ثمينة"، صحيفة الاهرام اليومي، العدد ٤٨٦٦٠، ٢٧ فبراير ٢٠٢٠م.
٢٢. منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).
٢٣. هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م).

❖ Sources and references:

- 1) Abdel Hadi Al-Sayyid Abdo, Cognitive Psychology, Foundations and Axes, (Cairo: Anglo-Egyptian Library, 2021).
- 2) Abeer Asaad, Artificial Intelligence and its Applications in Our Daily Lives, (Amman: Dar Al-Kindi for Publishing and Distribution, 2020).
- 3) Ahmed Fayez Ahmed, "Comprehensive platforms for artificial intelligence and its applications in libraries - a descriptive study," Alam Magazine, Issue 27, November 2020.
- 4) Amal Muhammad Khattab, "Using Artificial Intelligence Technologies in Newsrooms - A Study of Development Trends and Transformation Problems in the Framework of Technological Changes," Scientific Journal of Journalism Research, Issue 22, Part One, December 2021.

- 5) Ayman Muhammad Ibrahim Barik, "Attitudes of Communicators towards the Use of Artificial Intelligence Technologies in Egyptian and Saudi Press Institutions," *Journal of Media Research*, Issue Fifty-Three, Part Two, January 2020.
- 6) Basant Muhammad Attia, The extent to which media professionals accept the use of artificial intelligence applications in the field of media - an exploratory study on a sample of communicators within the framework of the technology acceptance model, *Egyptian Journal of Media Research*, Volume 2019, Issue 66, January 2019.
- 7) Ghaith Mustafa, Employing Artificial Intelligence in Media Systems - A Qualitative Study, Master's Thesis, University of Damascus, Department of Media, 2020.
- 8) Hanaa Al-Sayyid, Satellite Channels and Opinion Leaders, (Cairo: Dar Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2005).
- 9) Hassanein Shafiq, Artificial Intelligence Media and the Future of News Industry and Production, (Cairo: Dar Fikr and Fan for Printing, Publishing and Distribution, 2020).
- 10) Ismail Musa Muhammad Al-Za'noun, the attitudes of communicators in Arab media institutions towards employing artificial intelligence in journalistic work and its implications for professional credibility - a field study, Master's thesis, Islamic University of Gaza, College of Arts, Department of Journalism, 2021.
- 11) Iyad Khalil Al-Abadi, News employment of the Syrian crisis on international satellite channels, (Turkey: Remar Akademi Publishing House, 2020).
- 12) Keng Siau & Weiyu Wang, Artificial Intelligence (AI) Ethics - Ethics of AI and Ethical AI, *Journal of Database Management*, 31(2), 2020.
- 13) Keng Siau & Weiyu Wang, Artificial Intelligence (AI) Ethics - Ethics of AI and Ethical AI, *Journal of Database Management*, 31(2), 2020.
- 14) Khaled Larrara, Mona Maysa Nazir, "The Future of the Media Profession in Light of the Emergence of Artificial Intelligence - Will Media Institutions Dispense with Their Journalists?" *Journal of the Digitization of Media and Communication Studies*, Volume Three, Issue Two, June 2023.

- 15) Konstantin Nicholas Dörr & Katharina Hollnbuchner, Ethical challenges of algorithmic journalism *Digital Journalism*, Francis Magazine, 5(4), 2017.
- 16) Konstantin Nicholas Dörr & Katharina Hollnbuchner, Ethical challenges of algorithmic journalism *Digital Journalism*, Francis Magazine, 5(4), 2017.
- 17) Leo Leppänen & Myriam Munezero & et al, *Data Driven News Generation for Automated Journalism*, (Madrid: Association for Computational Linguistics for publication, 2017).
- 18) Leo Leppänen & Myriam Munezero & et al, *Data Driven News Generation for Automated Journalism*, (Madrid: Association for Computational Linguistics for publication, 2017) .
- 19) Magdy Al-Dagher, “The elite’s trends towards the security media’s use of artificial intelligence applications in combating cybercrime and its implications for supporting and enhancing cybersecurity in Egypt,” *Arab Journal of Media and Communication Research*, No. 33, April 2021.
- 20) Maher Al-Shamayleh and others, *Media Profession Ethics*, (Amman: Dar Al-Assar Al-Alami for Publishing and Distribution, 2015).
- 21) Mahmoud Alam El-Din, “Artificial Intelligence - A Dangerous Gift or a Valuable Opportunity,” *Al-Ahram Daily Newspaper*, Issue 48660, February 27, 2020.
- 22) Majid bin Muhammad Al-Juhani and Saif Youssef Al-Suwaidi, *Artificial Intelligence Model ChatGPT - A Virtual Dialogue on Personal Building and Self-Development*, (Istanbul: Dar Al-Asala for Publishing, Distribution and Translation, 2023).
- 23) Manal Hilal Mazahra, *Communication Theories*, (Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution, 2012).
- 24) Mohamed Abdel Zaher, *Metaverse Media - The Media Industry with the Technologies of the Fifth Industrial Revolution and the Web*, (Cairo: Dar Badael for Printing, Publishing and Distribution, 2022).

25) Muhammad Abdel Zaher, Globalization 4.0 and the Future of Media in the Era of Seventh Generation Journalism, the Smartest Interactive Public Relations Model, (Cairo: Dar Badael for Publishing and Distribution, 2021).

26) Muhammad Gamal Badawi, "Mechanisms for implementing and producing robot journalism in Egypt in light of the use of artificial intelligence tools," Egyptian Journal of Media Research, Cairo University, Issue 75, April 2021.

27) Saad Ghaleb Yassin, Basics of Management Information Systems and Information Technology, (Amman: Dar Al-Manhaj for Publishing and Distribution, 2017).

28) Souad Boubha, "Artificial Intelligence Applications and Implications," Journal of Economics and Business, Volume Six, Issue Four, December 2022.

29) Zaid Munir Abawi, Methods of Benefiting from Modern Information and Digital Technology, (Amman: Dar Al-Mu'taz for Publishing and Distribution, 2021).