

مجلة

كلية التراث الجامعة



رقم الايداع في دار الكتب والوثائق 719 لسنة 2011

مجلة كلية التراث الجامعة معترف بها من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بكتابها المرقم
(ب 3059/4) والمؤرخ في (2014/ 4/7)

الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي

أ.م.د. زينة قدرة لطيف

الجامعة العراقية

الملخص

بيننا في هذا البحث الإعلام الرقمي الذي جاء بديلاً عن الإعلام الورقي، حيث بيننا أنه يعتمد الإعلام الرقمي على الوسائط المختلفة التي تستخدم الأجهزة التكنولوجية، فيتم عرض المعلومات المختلفة ونشرها عبر هذه الأجهزة الإلكترونية، وهو يعتبر حالياً جزءاً أساسياً من ثقافتنا اليومية.

كما قام الإعلام الرقمي بتغيير طريقة حياة المجتمع وتغيير طريقة تعليمه ومجالات الترفيه لديه، وطريقة تفاعل الناس مع بعضهم البعض بشكل يومي ولحظي، وهذا أدى إلى قيام ثورة في عصر المعلومات. وقسمنا خطة البحث لدراسة ماهية الإعلام الرقمي، وبيان الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي. وإن الإشكالية الرئيسية لهذا البحث تتجلى في التساؤلات التالية: ما هي ماهية الإعلام الرقمي؟ وماهي الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي؟

أما أهداف البحث تتجلى في تحديد ماهية الإعلام الرقمي وتمييزه عن المفاهيم الأخرى، ومعرفة وكشف الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي لضبطه وعدم إساءة استخدامه.

ومنهج البحث هو المنهج الوصفي والتحليلي وذلك لعرض كل وجهات النظر وآراء الفقه في ماهية الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي.

وتوصلنا في هذا البحث إلى نتائج لعل من أهمها هي إن الإعلام الرقمي وأدواته وخصائصه المتزايدة النمو والاتساع في الفضاء الرقمي بات سيفا ذا حدين؛ إذ بقدر ما لهذا النجاح من آثار إيجابية على تقديم وإيصال المعارف دون حواجز ودون قيود، بقدر ما له العديد من الآثار السلبية على حياة المجتمعات المستهلكة التي لا تمتلك ثقافة علمية وتقنية راسخة للتعامل مع قيم وأدوات العلم والتقنية المعاصرة، وإن الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي تركز على أخلاقيات التعامل بعدالة وشفافية وتسعى لتحقيق المساءلة وسهولة الإيضاح توجيهاً تفصيلياً بشأن القضايا الحساسة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي- الاعتبارات- المهنية- الأخلاقية – توظيف- الذكاء الاصطناعي.

ABSTRACT

In this research, we showed the digital media, which came as a substitute for the paper media, as we showed that the digital media depends on the various media that use technological devices, so the different information is displayed and disseminated through these electronic devices, and it is currently considered an essential part of our daily culture.

Digital media has also changed the society's way of life, its education and entertainment, and the way people interact with each other on a daily and instantaneous basis, and this has led to a revolution in the information age.

We divided the research plan to study what digital media is, and to indicate professional and ethical considerations in employing artificial intelligence.

The main problem of this research is reflected in the following questions: What is the nature of digital media? What are the professional and ethical considerations in employing artificial intelligence?

As for the objectives of the research, it is evident in defining what digital media is and distinguishing it from other concepts, and knowing and revealing the professional and ethical considerations in employing artificial intelligence to control it and not misuse it.

The research methodology is descriptive and analytical in order to present all points of view and opinions of jurisprudence in the nature of digital media and professional and ethical considerations in the employment of artificial intelligence.

In this research, we reached results, perhaps the most important of which is that digital media, its tools and characteristics, which are increasingly growing and expanding in the digital space, have become a double-edged sword. As much as this success has positive effects on providing and communicating knowledge without barriers and without restrictions, as much as it has many negative effects on the lives of consuming societies that do not possess a well-established scientific and technical culture to deal with the values and tools of contemporary science and technology, and that ethical considerations for the use of artificial intelligence are based On the ethics of dealing with fairness and transparency, seeking accountability and ease of clarification, detailed guidance on sensitive issues.

Keywords: digital media - professional - ethical considerations - employment - artificial intelligence.

المقدمة:

لكل فعل وسلوك إنساني معيار وتقييم أخلاقي بوصفه خيراً مفضلاً أم شراً مردولاً وإذا كان سلوك الحيوانات محكوماً بالفطرة والغريزة منذ كينونتها الأولى، فإن الحالة تختلف في المملكة الإنسانية المتطورة والمتغيرة باستمرار، إذ لا توجد أعراف وتقاليد وقيم أخلاقية ثابتة تصلح لكل زمان ومكان تقوم حياة الناس الاجتماعية وتشكل الجماعات والمجتمعات البشرية وتنمو وتستمر وتستقر وتزدهر في سياق اجتماعي تاريخي ثقافي علائقي تفاعلي يتكون من أربعة انساق أساسية؛ فاعل، فاعل، فاعل، علاقة، بنية) وما ينجم عنها من مظاهر وظواهر وأشكال ورموز وقيم وتمثيلات يعاد صياغتها وبنائها باستمرار في خضم عملية ممارسة الفاعلون الاجتماعيون لحياتهم المتعينة، مادياً ومعنوياً واقعياً واقتراسياً بمختلف صيغ وصور وأنماط تظهراتها العلائقية؛ بين أنا أنت، ذات آخر نحن هم وغير ذلك من أشكال العلاقات الاجتماعية المتغيرة باستمرار والتي لا تدوم على حال من الأحوال وتجلياتها المختلفة والتي بدونها يصعب الحديث عن الظاهرة الاجتماعية بوصفها ظاهرة قابلة للرؤية والدراسة والفهم. وكلما تغيرت شروط الحياة الاجتماعية للناس تغيرت علاقاتهم وقيمهم ومعاييرهم القيمية. فكيف السبيل للعيش والتفاعل وقد تغير العالم بفضل ثورة الاتصالات والمعلومات وهيمنة الإعلام الرقمي الإعلامية. وقد أحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحولات كبيرة في نمط الحياة الحديثة وخلقت فرصاً هائلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة عن طريق تشكيل وسائل النقل، والصحة، والعلوم، وسوق المال¹.

إذ إن الإعلام الرقمي صار ركيزة من الركائز الأساسية للحياة المعاصرة في ظل المتغيرات المتسارعة في مختلف مناحي حياة المجتمع اليوم تجعل مفاهيم الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي موضع تساؤل: إذ كيف نُعلم طلابنا نظريات ومناهج وموضوعات قد عفا عليها الزمن قبل أن يتركوا مقاعد الدراسة في الكليات؟ لذا علينا مواكبة سرعة التغيرات الاجتماعية والثقافية والعلمية في العالم المعولم الذي يشهد انفجار الثورة العلمية والتقنية الرقمية على نحو لم يسبق له مثيل منذ آدم حتى الآن، أقصد إن المعارف العلمية والقيم التربوية في عصر العولمة وانكماش الزمكانية تعيش حالة من التغير والتبدل بوتيرة متسارعة في بضع ساعات فقط. ويذهب بدر مصطفى "وفقاً لبعض التقديرات، اعتباراً من عام 2019، هناك 3.84 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم؛ أي ما يقرب من ثلث سكان العالم. من بين هؤلاء، يمتلك 1.55 مليار شخص حسابات و/ أو يستخدمون الفيسبوك Facebook للتواصل الاجتماعي. كما يستخدم حوالي 800 مليون شخص برنامج فيسبوك ماسينجر Facebook Messenger للتواصل مع بعضهم بعضاً. وبالمثل، يستخدم 320 مليون شخص تويتر شهرياً للتواصل و/ أو للحصول على معلوماتهم اليومية، ويستخدم 900 مليون مستخدم حول العالم الواتساب WhatsApp. هذا الاستخدام الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي يجعلها فاعلاً مركزياً في الثقافة المعاصرة لا يمكن بأي حال تجاهل تأثيره على المستويين المعرفي والوجودي"، ذلك هو السؤال الذي تصدت له الدكتورة سهير عبد السلام في ندوة الجمعية الفلسفية المصرية المنعقدة في كلية التربية بجامعة عين شمس بعنوان (الإعلام الرقمي والمسؤولية الأخلاقية) فما هو الإعلام الرقمي؟ وكيف نفهم خصائصه ووظائفه وممكناته؟ وإليك خلاصة مداخلتي:

الإعلام الرقمي هو خلاصة الثورة المستمرة التي شهدناها ولازال عالماً الراهن؛ ثورة المعلومات وثورة الاتصالات وثورة الحاسبات الالكترونية والإنترنت الذي وحد كل تلك الإنجازات التقنية في إطار بات يطلق عليه اسم (الإعلام الرقمي) كما سوف نوضح. إذ يمكن تعريف الإعلام الرقمي بوصفه: مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من

¹ د. عمرو محمد محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصاديقه لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس والخمسون، ج5، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مصر، أكتوبر 2020م، ص2799.



إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل. بحيث تكون جميع الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي من صحافة وأخبار وغيرها من الأدوات ومصادر المعلومات هي بشكل رقمي ومخزنة على وسط الخزن الإلكتروني وظهور المرحلة التفاعلية وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها، أي ان الفرد يمكن أن يكون رئيساً لتحرير المجلة التي يختارونها، مثل الفيس بوك والمدونات بأنوعها والفيديوتيكس والتلفزيون الرقمي، أي أصبح الجمهور مشاركاً في وسائل الإعلام بدلاً من أن كونه متلقياً في الإعلام التقليدي.

لا شك أن وظائف الإعلام الجديد قد تنوعت واكتسبت أبعاداً جديدة، إذ يرصد بعض الباحثين أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الاتصال الجديدة وهي: "مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال النقود الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرساً ويساعد في جميع أنواع التعليم، وقد وُلد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة".

من نافل البيان إن خطاب الإعلام الجديد بما هو تعبير عن مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو، قد أحدث ثورة كاملة في عالم الناس الراهن بما يمتلكه من وسائل وأدوات وسائط وطرق جديدة كلية في مجال التواصل والاتصال فعلى صعيد البنية التقنية لمؤسسة الإعلام الجديد يمكن تمييز أربعة عناصر أساسية هي:

أولاً: شبكة الإنترنت أو ما يسمى بالشبكة العنكبوتية بمختلف تطبيقاتها بوصفها الملمح الثوري الأبرز في الإعلام الجديد، فضلاً عن كونها رمز التجديد والجدة ليس في مجال الميديا الجديدة فحسب بل وللحضارة الراهن، حضارة الموجة الثالثة كما ذهب الفين توفلر.

ثانياً: الأجهزة المحمولة، الجوالات بمختلف أنواعها وتطبيقاتها بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. ثالثاً: منصات الإعلام التقليدية بعد أن أعيد تجديدها وتطويرها وتأهيلها بما يتسق مع استراتيجيات الإعلام الجديد ووظائفه وأهدافه ومنها الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والقنوات الفضائية المتصلة بالأقمار الصناعية، إذ بات ربع عدد الأقمار الصناعية (13000) حول العالم في خدمة الإعلام الجديد، حيث بلغ عدد القنوات التلفزيونية الفضائية في العالم حوالي (31500).

رابعاً: الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها. وهكذا يمكن القول إن الإعلام الجديد وتأثيره اليوم قد بلغ كل مكان يقطنه الإنسان في كوكب الأرض عبر ومن خلال شبكة هائلة من الوسائط والطرق والأدوات والقنوات المتزايدة التطور والاضطراد بوتيرة متسارعة بما تنسم به من خصائص وسمات بالغة الجودة والحدثة منها:

1 – الحرية الإعلامية: بمعنى حق كل فرد إنساني وحرية في امتلاك القدرة الإعلامية واستخدامها بكل الوسائط الممكنة بدون رقيب أو حسيب، وبذلك سقطت نظرية (حارس البوابة) التي سادت مجال الإعلام التقليدي في العصور الحديثة، إذ بات بإمكان الأفراد التعبير عن ذواتهم وأصواتهم في الفضاء التواصلي العام بوصفهم فاعلين إيجابيين، وليس مجرد متلقين سلبيين.

2 – التفاعلية: بمعنى القدرة على الاستجابة أو المبادرة التي يقوم بها المستخدم مقارنة بما يقدمه المصدر، على عكس الإعلام التقليدي، حيث كان المستهدفون غير فاعلين بل مفعول بهم، كمتلقين سلبيين للرسائل الآتية من المرسل، مع الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي انتقل المستهدفون إلى فاعلين إعلاميين ومتفاعلين إيجابيين، في عملية حوارية تبادلية حية ومباشرة، كما هو الحال في عملية المحادثة المباشرة بين الأشخاص وجه لوجه.

3 – اللاتزامنية: بمعنى تحرر الفاعلين الإعلاميين من السياق الزمني المحدد سلفاً إذ بات بمستطاعهم التفاعل مع العملية الاتصالية في الأوقات المناسبة لهم وبحسب ما تقتضيه حاجاتهم وظروفهم، سواء كانوا مستقبلين أو مرسلين.

4 – المشاركة والانتشار: بمعنى ما ينطوي عليه الإعلام الجديد من إمكانات وآفاق واسعة للمشاركة والانتشار في بث ونشر وتبادل المنشورات على أوسع نطاق من المستهدفين الاجتماعيين لأي فرد يمتلك الوسائط والأدوات الإعلامية الجديدة، حتى وإن كانت بسيطة.

5 – الدينامية والمرونة: بمعنى القدرة على الحركة والسرعة والتحديث والتبديل والتحويل وادماج المواد المنشورة في أكثر من وسيلة وطريقة (النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد)



فضلا عن قدرة الأفراد على ممارسة فعل التواصل والاتصال من أي مكان كانوا وأثناء حركتهم عبر التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

6 – العالمية: بمعنى أن الإعلام الجديد يفعل في فضاء تواصل عالمي عابر للثقافات واللغات والمكان والزمان.
7 – الحفظ والتخزين: يتيح الإعلام الجديد للفاعلين الاجتماعيين القدرة على حفظ وتخزين منشوراتهم أو مستندات غيرهم واسترجاعها متى شاؤوا، في وسائط متنوعة وفعالة.

8 – التربية والتعليم: إذ أتاحت وسائط الإعلام الجديد لكل المستهدفين من مختلف الشرائح الاجتماعية والفئات العمرية إمكانية التعلم والتعليم والتدريب والتثقيف الذاتي عبر ومن خلال البرامج والمنشورة التي تضخها على مدار الساعة، وهذا ما يسميه أولفين توفلر بـ(تحول السلطة). وهناك عدد واسع من الأبعاد والممكنات التي ينطوي عليها الإعلام الجديد لا يتسع المجال لحصرها، بل نكتفي بالاتفاق مع فرانك كيلش، إن ثورة الانفوميديا قد غيرت العالم وغيّرت حياتنا معه.

إذ إن التغيرات المتسارعة في مختلف مناحي حياتنا الراهنة قد جعلت كثيرا من اعتقاداتنا ومفاهيمنا عن الحياة والتاريخ والعلم والحضارة وعن التربية والتعليم التقليدية موضع تساؤل: إذ كيف نعلم التلاميذ بينما هناك نظريات ومناهج وموضوعات يكون قد عفا عليها الزمن قبل أن يترك التلاميذ مقاعدتهم في المدرسة؟! وفي هذا يرى أحد علماء التربية الأمريكيان: “أننا نعيش لحظة تاريخية فارقة تجعل التغييرات في نفوس وأذهان الأشخاص عاجزة عن ملاحقة سرعة التغيرات الاجتماعية والثقافية والعلمية والاقتصادية والإعلامية المتسارعة في العالم المعولم الذي يشهد انفجار الثورة العلمية والتقنية الرقمية على نحو لم يسبق له مثيل من آدم حتى الآن”، بمعنى أن العلاقات والأفعال والممارسات والأشياء والمعارف العلمية والقيم التربوية في عصر انكماش الزمان والمكان عصر العلم والميديا الجديدة تعيش حالة من التغيير والتبدل بوتيرة متسارعة في بضع ساعات فقط، ومن بين كل مجالات الحياة التي تشهد متغيرات عاصفة يأتي الإعلام والإعلام الجديد في المقدمة. وأن العالم بوجود الإعلام الجديد لم يعد يدار بالأسلحة أو الطاقة أو المال، بل إنه صار يدار بالأرقام والرموز الصغيرة... وأن هناك حربا تحدث الآن... إنها ليست من يملك رصاصاً أكثر أو أسلحة فتاكة، إنها حول من يسيطر على المعرفة بمعناها الواسع، علم ونظريات ومناهج ومعلومات وثقافة وإعلان وأخبار: ماذا نسمع أو نرى، كيف نقوم بعملنا؟ وكيف نفكر؟ فماذا يمكننا قوله للعالم؟ وماذا نمتلك من طاقة معرفية علمية مفيدة قادرة على المنافسة؟²

استحدث حديثاً تخصص جامعي جديد يدعى تخصص الإعلام الرقمي، وهو موجود في عدة جامعات عالمية في دول أوروبا وأمريكا، وجامعات عربية عديدة، وقد تم استحداث هذا التخصص لحاجة المجتمع إليه في المجال الإعلامي الإلكتروني فقد أصبح العالم كله تحت سيطرة السوق الإعلامي الرقمي.³

وسنبحث في هذا البحث ماهية الإعلام الرقمي في المطلب الأول والذي سندرس فيه في الفرع الأول تعريف الإعلام الرقمي، ومن ثم في الفرع الثاني خصائص الإعلام الرقمي، وأخيراً في الفرع الثالث أنواع الإعلام الرقمي، ومن ثم سنبحث الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي في المطلب الثاني، والذي سندرس فيه في الفرع الأول الاعتبارات المهنية في توظيف الذكاء الاصطناعي، ومن ثم فرع الثاني الاعتبارات الأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي.

أولاً: إشكالات البحث:

إن الإشكالية الرئيسية لهذا البحث تتجلى في التساؤلات التالية:

- 1- ما هي ماهية الإعلام الرقمي؟
- 2- ماهي الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي؟

ثانياً: أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث هذا البحث من أهمية الإشكالات التي سنحاول الإجابة عليها في هذا البحث، لاسيما في التعرف على ماهية الإعلام الرقمي ومعرفة الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي.

ثالثاً: أهداف البحث:

تتجلى أهداف البحث في مايلي:

- 1- تحديد ماهية الإعلام الرقمي وتمييزه عن المفاهيم الأخرى.
- 2- معرفة وكشف الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي لضبطه وعدم إساءة استخدامه.

² قاسم المحبشي، الإعلام الرقمي: الخصائص، التحديات، الفرص، جامعة عدن، اليمن، بحث منشور على الموقع التالي:

<https://hadfnews.ps/post/107265/> تاريخ الدخول في 10 / 6 / 2023م.

³ "Digital Media Majors: Salary and Career Facts", learn, Retrieved 18-7-2022.



رابعاً: منهج البحث:

إن دراسة بحث الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي، تقتضي منا الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي لعرض كل وجهات النظر وآراء الفقه في ماهية الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي.

خامساً: خطة البحث:

من أجل بحث الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي، سنقسم البحث وفق خطة البحث التالية:

المطلب الأول: ماهية الإعلام الرقمي.

المطلب الثاني: الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي.

المطلب الأول

ماهية الإعلام الرقمي

يعتبر الإعلام الرقمي ثورة في عالم التكنولوجيا ومن مفرزات العولمة والتطور الذي أصاب العالم أجمع فحواله إلى قرية صغيرة⁴.

وتعمل الحياة الرقمية على زيادة القدرات البشرية، وتعطيل بعضاً من الأنشطة البشرية القديمة، فقد انتشرت أنظمة المعلومات، والاتصال التي يحركها الكود الرقمي إلى أكثر من نصف سكان العالم، مما يوفر فرصاً لم يتم تصورها من قبل، وكذلك تحديات غير مسبوقة مع استمرار انتشار الذكاء الاصطناعي القائم على الخوارزميات الذي يثير مخاوف البشر، إذ يرى البعض إن تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي سيجعل حياة معظم الناس أفضل حالاً خلال العقد القادم، بينما يشعر البعض الآخر بمخاوف حول التأثيرات المحتملة للذكاء الاصطناعي. يتوقع الخبراء أن الذكاء الاصطناعي المتصل بالشبكة سيزيد من فعالية الإنسان، لكنه يهدد أيضاً استقلاله وقدراته. قد تتطابق أجهزة الكمبيوتر مع الذكاء البشري، وقدراته أو تتجاوزها في مهام مثل؛ اتخاذ القرارات المعقدة، والاستدلال، والتعلم والتحليلات المتطورة، فالأنظمة الذكية في المجتمعات، والمركبات، والمباني، والمرافق، والمزارع، والعمليات التجارية ستوفر الوقت، والمال والجهد، وتوفر فرصاً للأفراد للاستمتاع بمستقبل أكثر تخصصاً ورفاهية. ومن المخاوف، والتحديات التي تواجه المجتمعات في ظل نظام هائل، ومعقد بشكل متزايد، ونسيج معلوماتي يمتد على مستوى العالم من البرامج، والأجهزة المستندة إلى الذكاء الاصطناعي، والقابلة للاختراق، وقواعد البيانات المتصلة، وأجهزة الاستشعار، والكاميرات، وغيرها، وهذا كله له تداعيات متزايدة التأثير على حرية التعبير، والملكية، والخصوصية، والوجود، والهوية، والأمن، والثقة، والتنمية الاقتصادية، والتنمية البشرية، والعلاقات الإنسانية، وحقوق الإنسان، تزايد هذه التحديات في الوقت الذي تتسارع فيه خطوات التحول، والتغيير الناشئة عن توظيف الذكاء الاصطناعي في مختلف مجالات الحياة. شهد العقدين الماضيين تطوراً متسارعاً جداً في مجال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بمختلف المجالات، ومنها استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الرقمي بهدف تحسين جودة الأداء، وتسريع وتأثيره وتنوع محتواه كما، ونوعاً مع تطوير وظائف استخدام الإنترنت في العمل الصحفي، وأصبح هناك ثلاث مجموعات مترابطة من التقنيات الرقمية مهياً بشكل خاص لممارسة تأثير تحولي على طبيعة، وجودة الصحافة الرقمية في القرن الحادي والعشرين هي؛ الخوارزميات، والذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة المعتمدة بإنشاء غرف أخبار رقمية جديدة تعتمد على البيانات. هناك تسونامي رقمي يلوح في الأفق الصحفي، ويقترب بسرعة يُعرف باسم الذكاء الاصطناعي، وستشهد المرحلة المقبلة تزايد استخدام التكنولوجيا الذكية في العمل الصحفي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي للتفاعل بطريقة أكثر ذكاءً مع الأشخاص، والمناطق المحيطة، ستعمل هذه التكنولوجيا بشكل شبه مستقل، أو مستقل كلياً في بيئة غير خاضعة للإشراف المباشر لغرض اكمال مهمة معينة، ومع تكاثر تكنولوجيا الأشياء الذكية، يتوقع حدوث تحول في الأشياء الذكية القائمة بذاتها إلى سرب من الأشياء الذكية التعاونية، وفق هذا النموذج، ستعمل أجهزة متعددة معاً، إما بشكل مستقل، أو بإدخال بشري، وستتغلغل الذكاء الاصطناعي في كل تقنية تقريباً، وبتركيز محدد، جيد النطاق يمكن أن يسمح بأنظمة أكثر ديناميكية ومرونة مثل؛ الصحافة الآلية، وأجهزة التصوير، والمراسل الآلي، وغيرها. تمثل هذه التطورات كما يرى بعض الباحثين تهديداً للصحافة والإعلام الرقمي، لأن استخدام تكنولوجيا الكتابة، والتقارير الآلية، من المحتمل أن تؤدي إلى تراجع إضافي لدور الإنسان الصحفي في ظل سياسات جديدة للمؤسسات الإعلامية الساعية إلى مزيد من تدابير خفض التكاليف، لكن الاتجاه الإيجابي السائد يرى أن تطورات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي ستوفر للصحفيين المبدعين، وقادة الصحافة والإعلام الرقمي فرصة لإعادة تنظيم ممارسة العمل الصحفي باستخدام هذه التقنيات الناشئة التي ستضفي كفاءات أكبر في غرف الأخبار، وتحسن مهارة، وكفاءة، وجودة إنتاجية الصحفي، والمؤسسة الإعلامية. لقد انعكس استخدام البيانات الضخمة، وتحليلها على إعداد تقارير إخبارية مختلفة نوعياً، فقد مكنت الخوارزميات وسائل الإعلام

4. د. عبد الكريم علي الديبسي، الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، الطبعة الأولى، مطبعة المسيرة، 2020م، ص166.



الإخبارية من وضع التطورات، والاتجاهات الحالية في سياق أوسع. استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام سيشكل أيضاً تحدياً كبيراً لكليات وأقسام الصحافة والإعلام الرقمي، إذ يتطلب إعادة هيكلة مناهجها الدراسية لتزويد الطلبة بمجموعة المهارات الفكرية الجديدة اللازمة للنجاح في عصر جديد يحركه الذكاء الاصطناعي⁵. وإن البحث في ماهية الإعلام الرقمي، يقتضي التعرض لتعريف الإعلام الرقمي، ومن ثم خصائص الإعلام الرقمي، وأخيراً أنواع الإعلام الرقمي، وذلك في المطالب التالية:

المطلب الأول: تعريف الإعلام الرقمي.

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الرقمي.

المطلب الثالث: أنواع الإعلام الرقمي.

الفرع الأول تعريف الإعلام الرقمي

عرف "محمد خضر" الإعلام بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الاخبار والانباء المختلفة الانواع والتعليم والترفيه وإشباعا لرغبتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر". وهو كذلك، "العلم الذي يدرس إتصال الانسان إتصالا واسعا بأبناء جنسه: إتصال وهي وإدراك وما يترتب على عملية الإتصال هذه من أثر ردود فعل، وما يرتبط بهذا الإتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك"⁶.

وجاء الإعلام الرقمي⁷ أو الإعلام الإلكتروني بديلاً عن الإعلام الورقي، حيث يعتمد الإعلام الرقمي على الوسائط المختلفة التي تستخدم الأجهزة التكنولوجية، فيتم عرض المعلومات المختلفة ونشرها عبر هذه الأجهزة الإلكترونية، وهو يعتبر حالياً جزءاً أساسياً من ثقافتنا اليومية⁸.

فالإعلام الرقمي يمكننا البدء بتحليل معنى كل كلمة على حدى، فبينما يشير مصطلح "الإعلام" إلى طريقة إذاعة المعلومات أو إيصالها، نجد أن "الرقميات" تُعرّف على أنها أي بيانات ممثلة بسلسلة من الأرقام (1 و 0). لذلك بالنسبة لأي شخص عادي يشير تعريف الإعلام الرقمي إلى أي نوع من المعلومات يتم بثها من خلال الشاشات (الكمبيوتر – الحاسوب اللوحي – الهاتف – ...)، ويمكن العثور عليها عبر مواقع الويب أو التطبيقات والبرامج وألعاب الفيديو وغيرها.

ونحن نرى أنه مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام الرقمي إلا أنها تلتقي في نقطة واحدة وهي أنه لا يمكن تحديد مفهوم دقيق للإعلام الرقمي دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وأن هذا يجعل من مفهوم الإعلام الرقمي مصطلحاً واسعاً للغاية، وأنت بالفعل محق في ذلك فمن الناحية العملية يمكننا القول أن مواد الإعلام الرقمي هي أي شيء نصل إليه من خلال الأجهزة الرقمية، ومع ذلك سنقدم أدناه بعض الأمثلة الأكثر تحديداً لجعل المفهوم أكثر واقعية.

المطلب الثاني خصائص الإعلام الرقمي

يتمتع الإعلام الرقمي بالخصائص التالية:

أولاً: التفاعلية:

حيث يكون الإتصال ثنائي الاتجاه ويتفاعل كل طرف مع الآخر بمختلف وسائل الإتصال.

ثانياً: اللاتزامنية:

التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت الذي يناسب الفرد سواء أكان هو المستقبل أم المرسل. ثالثاً: الانتشار والمشاركة: يمكن أن يكون أي شخص هو الناشر في وسائل الإتصال الرقمي جميعها ويرسل ما يريد.

رابعاً: الحركة والمرونة:

⁵ د.عبدالكريم علي الديبسي، المرجع السابق، ص166-167.

⁶ محمد خضر، خصائص الإعلام الإلكتروني، بحث منشور على الموقع التالي:

<https://www.annajah.net/> تاريخ الدخول في 6/6/2023م.

⁷ إن مسميات الإعلام الرقمي هي: 1- الإعلام التفاعلي، 2- إعلام الوسائط المتعددة، 3- الإعلام الشبكي الحي، Online Media ، 4-الإعلام

السيبراني Cyber Media ، 5-الإعلام الشعبيHyper Media

⁸ تسنيم الكفاوي، تعريف الإعلام الرقمي، 2022م، ص1.



يمكنك أخذ أجهزة الإعلام الرقمي إلى أي مكان تكون فيه بكل سهولة مثل الهاتف النقال وشبكات الإنترنت. خامساً: العالمية: توفر لك بيئة اتصال عالمية دون حاجز زمني أو مكاني. سادساً: تعدد الوسائط: مثل الصوت والصورة والنص والصور المتحركة والرسوم البيانية والصور ثلاثية الأبعاد. سابعاً: الانتباه والتركيز: تحوي وسائل الإعلام الرقمي مواد تفاعلية وتحتاج إلى درجة عالية من الانتباه والتركيز. ثامناً: التخزين والحفظ: يمكن حفظ الرسائل المختلفة واسترجاعها وقتما تشاء⁹.

المطلب الثالث

أنواع الإعلام الرقمي

يمكننا تصنيف مواد الإعلام الرقمي وفقاً لتقسيمات وتصنيفات مختلفة، مثلاً تبعاً لتنسيقها أو شكلها، أو الغرض منها، أو الجهاز المستخدم في الوصول إليها، أو حواسنها التي نستخدمها لإدراكها، استمر معنا في القراءة لتستوعب حقيقة الإعلام الرقمي.

أولاً: الصوتيات:

تشير الصوتيات إلى مواد الإعلام الرقمي التي ندرکها عبر السمع، فيمكننا الاستماع إلى صوت ما عبر تشغيله عبر الإنترنت، أو الاستماع إلى ملفات mp3 أو mp4. وغيرها دون الاتصال بالإنترنت. تتضمن بعض أمثلة الصوتيات الرقمية ما يلي:

- الأغاني المنتجة لمواقع بث الفيديو (على سبيل المثال يوتيوب)
- المدونات الصوتية (Podcasts) والكتب الصوتية (Audiobooks)
- الأغاني التي يتم بيعها رقمياً (عبر الأسواق مثل iTunes و Google Play)
- الموسيقى التصويرية لألعاب الفيديو أو الكمبيوتر.
- خدمة الصوت عبر الإنترنت (VoIP – Voice over IP) مثل سكايب.

ثانياً: الفيديوها:

الفيديوها مرئية وسمعية تماماً مثل الصوتيات، يمكن الوصول إليها عبر الإنترنت وبدونه، وفيما يلي بعض الأمثلة على مواد الفيديو الرقمية:

- مقاطع الفيديو المنتجة لمواقع بث الفيديو.
- أفلام يمكن تشغيلها أو تنزيلها من الإنترنت.
- الفيديوها المباشرة (على سبيل المثال محادثات بالصوت والصورة أو المؤتمرات عبر الإنترنت).

ثالثاً: الصور/الرسوم التوضيحية:

يمكن العثور على الصور والرسوم التوضيحية في كل مكان على الأجهزة الرقمية، حيث يعد هذا النوع من الوسائط جزءاً أساسياً من واجهات المستخدم لأجهزة الكمبيوتر والهواتف والأجهزة اللوحية، فما علينا سوى إلقاء نظرة على سطح مكتب جهاز الكمبيوتر الخاص بنا لتجد أن كل رمز من الرموز هناك هو رسم توضيحي صغير (أيقونة). يتم أيضاً مشاركة الصور والرسوم التوضيحية عبر الإنترنت، وتستخدم هذه الصور لتوضيح منشورات ومقالات المدونة، أو تباع كأعمال فنية رقمية، أو تُستخدم كجزء من تصميمات مواقع الويب وواجهات البرامج.

رابعاً: النصوص:

تتضمن معظم مواد الإعلام الرقمي نوعاً من النصوص، وتتيح هذه النصوص التنقل عبر واجهات المستخدم في الأجهزة الرقمية وحزم البرامج، كما تستخدمها محركات البحث لمساعدتك في تحديد مواقع صفحات الويب، وذلك من خلال البحث بشكل رئيسي على جوجل عن طويق النصوص وتأسيساً ماتقدم يعمل النص الرقمي على :

1. مساعدة المستخدمين على التنقل في مواقع شبكة الإنترنت.

⁹ "What Is Digital Media? All You Need to Know About This Booming Industry", maryville, Retrieved 2/2/2022.

2. تزويد المستخدمين بالمعلومات أو تسليتهم (نصوص المنشورات أو مقالات المدونات).
 3. ناهيك عن كيفية استخدام البرامج¹⁰.
- المبحث الثاني

الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي هو الحدود الجديدة للإنسانية. بمجرد عبور هذه الحدود، سيؤدي الذكاء الاصطناعي إلى شكل جديد من الحضارة الإنسانية. فالمبدأ التوجيهي للذكاء الاصطناعي ليس أن يصبح مستقلاً أو يحل محل الذكاء البشري. ولكن يجب علينا أن نتأكد من تطويره من خلال نهج إنساني قائم على القيم وحقوق الإنسان. نحن نواجه سؤالاً حاسماً: ما نوع المجتمع الذي نريده غداً؟ تفتح ثورة الذكاء الاصطناعي أفقاً جديدة ومثيرة، لكن الاضطراب الأنثروبولوجي والاجتماعي الذي يجلبه في أعقابها يتطلب دراسة متأنية.

والتحولات الناشئة عن الثورة التكنولوجية، وخاصة من التطورات في الذكاء الاصطناعي، لها صلة بكل جانب من جوانب ولاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو). يجري بالفعل النهوض بالتعليم بعمق من قبل الذكاء الاصطناعي. لن تكون أدوات التعليم—الطريقة التي نتعلم بها ونحصل بها على المعرفة وندرب بها المعلمين—هي نفسها قريباً. من الآن فصاعداً، يقف اكتساب المهارات الرقمية في صميم جميع برامجنا التعليمية. علاوة على ذلك، يجب أن "نتعلم كيف نتعلم" لأن سرعة الابتكار تعمل على تغيير سوق العمل بسرعة. ، تعتبر العلوم الإنسانية مثل التاريخ والفلسفة والأدب اليوم، أكثر من أي وقت مضى حاسمة لقدرتنا على العمل في عالمنا سريع التغير. يتم بالفعل استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الثقافة على نطاق واسع. على سبيل المثال، في الصور المستخدمة لإعادة بناء التراث. يتم استخدامه في العلوم أيضاً، لا سيما في برامجنا البيئية والبحث تحت الماء. تعتمد الاتصالات والمعلومات أيضاً بشكل مباشر على التقدم المحرز في الذكاء الاصطناعي، خاصة فيما يتعلق بحرية التعبير والوصول إلى المعلومات.

يمكن للذكاء الاصطناعي أن يفتح فرصاً هائلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة (SDGs) التي حددتها الأمم المتحدة في خطة التنمية المستدامة لعام 2030. حيث تتيح تطبيقاته حلولاً مبتكرة وتقييماً محسناً للمخاطر وتخطيطاً أفضل ومشاركة أسرع للمعرفة.

في حين أن الذكاء الاصطناعي يمثل أصلاً مذهباً للتنمية المسؤولة في مجتمعاتنا، إلا أنه يثير قضايا أخلاقية كبرى. كيف يمكننا التأكد من أن الخوارزميات لا تنتهك حقوق الإنسان الأساسية من الخصوصية وسرية البيانات إلى حرية الاختيار وحرية الضمير؟ هل يمكن ضمان حرية التصرف عندما تكون رغباتنا متوقعة وموجهة؟ كيف يمكننا ضمان عدم تكرار الصور النمطية الاجتماعية والثقافية في برامج الذكاء الاصطناعي، لا سيما عندما يتعلق الأمر بالتمييز بين الجنسين؟ هل يمكن تكرار هذه الدوائر؟ هل يمكن برمجة القيم، وبواسطة من؟ كيف يمكننا ضمان المساءلة عندما تكون القرارات والإجراءات مؤتمتة بالكامل؟ كيف نتأكد من عدم حرمان أي شخص، أينما كان في العالم، من فوائد هذه التقنيات؟ كيف يمكننا ضمان تطوير الذكاء الاصطناعي بطريقة شفافة بحيث يكون للمواطنين العالميين الذين تتأثر حياتهم به رأي في تطويره؟ للإجابة على هذه الأسئلة، يجب أن نميز بين الآثار المباشرة للذكاء الاصطناعي على مجتمعاتنا، عواقبه التي نشعر بها بالفعل، وتداعياته على المدى الطويل. وهذا يتطلب من تشكيل رؤية وخطة عمل استراتيجية¹¹.

وإن البحث في الاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي، يقتضي تقسيم هذا المطلب إلى مطلبين التاليين: المطلب الأول: الاعتبارات المهنية في توظيف الذكاء الاصطناعي.

المطلب الأول

الاعتبارات المهنية في توظيف الذكاء الاصطناعي

إن الاعتبارات المهنية في توظيف الذكاء الاصطناعي هي:

أولاً: تسخير قوتي الذكاء الاصطناعي بأمان وسرعة:

تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي تتطور بسرعة مذهلة مع فوائد محتملة للاقتصاديات، المجتمعات، والأفراد. إدراك إمكانيات الذكاء الاصطناعي يتطلب تحقيق هذه الفوائد على أوسع نطاق ممكن، وبأسرع وقت، ومع الانتقال السلس بقدر الإمكان.

¹⁰ الإعلام الرقمي: مفهومه وأهميته وأنواعه، بحث منشور على الموقع التالي:

<https://www.annajah.net/> تاريخ الدخول في 6/7/2023م.

¹¹ أودري أزولاي، نحو أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، وقائع الأمم المتحدة، منشور على الموقع التالي:

<https://www.un.org/ar/44267> تاريخ الدخول في 6/10/2023م.



عبر القطاعات المختلفة تتقدم تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي وتوعد في نشر الإنتاجية وإبتكار منتجات وخدمات جديدة. هذه التكنولوجيات طبقت بالفعل في كثير من القطاعات كما في تجارة التجزئة، التصنيع، الرعاية الصحية، والترفيه وغيرها. كما يوجد أيضا إمكانية واضحة وجليّة لمزيد من الاستيعاب والاستخدام كما في التعليم، النقل، والأدوية وغير ذلك. ثانياً: مناقشات سياسة الآلية ومستقبل العمل:

بينما إمكانية الآلية تطرح أسئلة عن تأثير تكنولوجيات الذكاء الاصطناعي علي العمل ومعيشة العمالة، تجددت النقاشات العامة والسياسة عن الآلية ومستقبل العمل. وتوجد دواعي الاستعمال بالفعل، مع الاهتمام الواضح بهذا الموضوع، حيث أنه من المرجح ان كثيرا من الوظائف التي تؤدي حاليا بواسطة البشر سوف تؤدي بواسطة الآلات أو برامج الحاسبات للشركات في السنوات القادمة.

وبالنظر إلى إمكانية تأثير الذكاء الاصطناعي علي العمل، توجد مجموعة من الدراسات والمؤلفين الذين تنبؤوا أو توقعوا طرقا قد تؤدي لتأثير الذكاء الاصطناعي علي كمية، أسلوب، وتوزيع العمل. بينما يوجد إجماع قوي بين الباحثين علي أنماط وتوقعات مستقبل تباين التأثيرات الكمية بشكل خاص كتلك التي تقدر عدد فقدان الوظائف. مثل هذه الدراسات توضح أن هناك مسارات مستقبل معقولة التي يطورها الذكاء الاصطناعي. وعلي الرغم من عدم اليقين الكبير المحيط بمستقبل العمل، هناك أدلة من الثورة الصناعية السابقة وقدم الحوسبة التي يمكن أن تقدم أدلة وروئي لإعلام نقاشات السياسة حاليا. كما أنه في نفس الوقت وضحت كثير من الدراسات التي أنجزت عبر مجالات البحث والتقسي من الاقتصاديات إلى الروبوتات، وإلي الأنثروبولوجيا في إمكانية تحفيز التفكير عن دور القوي، الأطراف، والمؤسسات المختلفة في تشكيل دور التكنولوجيا في المجتمع.

وخلال كثير من الجدل العام عن الذكاء الاصطناعي والعمل الذي يميل نحو التآرجح بين مخاوف نهاية العمل والتطمينات التي توضح أن القليل سوف يتغير من حيث العمالة الإجمالية، تقترح أعمال البحوث أن أيا من هذين التوجهين المتطرفين غير محتمل الحدوث. وبدلا من ذلك، هناك وعي في الأدبيات الأكاديمية في أن الذكاء الاصطناعي سوف يؤدي لتأثيرات تخريرية علي العمل الحالي، مع فقد بعض الوظائف، وإنشاء وظائف أخرى، أو تغيير بعض الوظائف. وفي هذا السياق سوف يظهر نوعين من الأولويات المرتبطة بالسياسة هما:

- (1) تأكيد التغيير الممكن من التكنولوجيا الذي يقود إلي الإنتاجية المحسنة
- (2) تأكيد أن فوائد مثل هذا التغيير موزعة خلال المجتمع ككل¹².

المطلب الثاني

الاعتبارات الأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي

عند النظر إلى العلاقة بين الإعلام الرقمي أو صحافة الروبوت والمعايير الأخلاقية لا يمكن تجاهل التطور الذي أوجدته البيئة الاتصالية الجديدة¹³.

ويجب على العالم أن يضمن استخدام التكنولوجيات الجديدة، خاصة تلك القائمة على الذكاء الاصطناعي، لصالح مجتمعاتنا وتنميتها المستدامة وهنا يجب أن تنظم تطورات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بحيث تتوافق مع الحقوق الأساسية التي تشكل أفقا الديمقراطية.

تدعو العديد من الجهات الفاعلة مثل الشركات ومراكز البحوث وأكاديميات العلوم والدول الأعضاء في الأمم المتحدة والمنظمات الدولية وجمعيات المجتمع المدني إلى إطار أخلاقي لتطوير الذكاء الاصطناعي. بينما يتزايد الفهم للقضايا، فإن المبادرات ذات الصلة تحتاج إلى تنسيق أكثر قوة. هذه المشكلة عالمية، ويجب أن يتم التفكير فيها على المستوى العالمي لتجنب اتباع نهج "الانتقاء والاختيار" في الأخلاقيات. علاوة على ذلك، يلزم اتباع نهج شامل وعالمي، بمشاركة صناديق الأمم المتحدة ووكالاتها وبرامجها، إذا أردنا إيجاد طرق لتسخير الذكاء الاصطناعي من أجل التنمية المستدامة.

ستكون اليونيسكو مشاركا كاملاً ونشطاً في هذه المحادثة العالمية. تتمتع منظمنا بسنوات عديدة من الخبرة في أخلاقيات العلوم والتكنولوجيا. لقد أصدرت هيئاتنا الاستشارية بالفعل العديد من التقارير والإعلانات، بما في ذلك حول الروبوتات، مثل تقرير اللجنة العالمية لأخلاقيات المعرفة العلمية والتكنولوجيا حول أخلاقيات الروبوتات في عام 2017. تتمتع الهيئات الاستشارية

¹² محمد الهادي، تأثير الذكاء الاصطناعي وأثره علي العمل والوظائف، مجلة الجمعية المصرية لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات، المجلد 24، الرقم المسلسل للعدد 24 إبريل 2021، 15-16.

¹³ د. هيثم جوده مؤيد، التحديات المهنية والأخلاقية والوظيفية المرتبطة بتوظيف صحافة الروبوت، دراسة تنبؤية للأدوار الوظيفية والمهنية المتوقعة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مصر، ص 680.



أيضاً بخبرة في تطوير الأدوات المعيارية، بما في ذلك الإعلان العالمي بشأن الجينوم البشري وحقوق الإنسان في عام 1997 والإعلان العالمي لأخلاقيات البيولوجيا وحقوق الإنسان في عام 2005¹⁴.

يجب أن توجه أولويات اليونسكو أيضاً عملها الدولي في هذا المجال. فمن الضروري التأكد من أن أفريقيا تشارك مشاركة كاملة في التحولات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، ليس فقط كمستفيد ولكن أيضاً كمشارك من المنبع، والمساهمة بشكل مباشر في تنميتها. فيما يتعلق بالمساواة بين الجنسين، يجب أن نحارب التحيزات في مجتمعاتنا لضمان عدم تكرارها في تطبيقات الذكاء الاصطناعي. أخيراً، يجب علينا تمكين الشباب من خلال تزويدهم بالمهارات التي يحتاجونها للحياة في القرن الحادي والعشرين للاندماج في سوق العمل المتغير.

تلعب اليونسكو أيضاً دور رئيسي في سد الفجوات القائمة والتي من المحتمل أن يعمقها الذكاء الاصطناعي. إن القضاء على التشرذم بين البلدان والأجناس، وكذلك من حيث الموارد والمعرفة، أن يمكن المزيد من الناس من المساهمة في التحول الرقمي الجاري.

تعد اليونسكو، برسالتها الإنسانية وبُعدها الدولي، والتي تضم الباحثين والفلاسفة والمبرمجين وواضعي السياسات وممثلي القطاع الخاص والمجتمع المدني، المكان الطبيعي للنقاش حول هذه القضايا الأخلاقية. ستتظم اليونسكو مناقشات حول الذكاء الاصطناعي في العديد من مناطق العالم ابتداءً من وقت متأخر هذا العام، تضم خبراء من مجموعة واسعة من الخلفيات والخبرات. ركز النقاش الأول، الذي دار في مراكش بالمغرب، في 12 كانون الأول/ديسمبر من عام 2018، على الذكاء الاصطناعي وأفريقيا. أما المؤتمر الدولي الثاني انعقد في باريس خلال النصف الأول من عام 2019. يمكن أن يؤدي هذا الحوار في النهاية، بموافقة الدول الأعضاء، إلى تحديد المبادئ الأخلاقية الرئيسية لمراقبة التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي.

إن اليونسكو، باعتبارها منتدى عالمي يسمع فيه صوت كل شخص ويحظى بالاحترام، تؤدي دورها على أكمل وجه، حيث تقوم بتنوير النقاش العالمي حول التحولات الرئيسية في عصرنا مع وضع مبادئ لضمان استخدام التقدم التكنولوجي في خدمة الصالح العام. إن وعد الذكاء الاصطناعي والقضايا الأخلاقية الكامنة فيه هو أمر رائع، وستؤدي استجاباتنا لهذه التحديات إلى تغيير الصورة التي نعرفها للعالم.

يجب أن نجد معاً أفضل الحلول لضمان أن تكون تنمية الذكاء الاصطناعي فرصة للبشرية، حيث يقع على عاتق جيلنا مسؤولية الانتقال إلى مجتمع أكثر عدلاً وسلاماً وازدهاراً.

وإن الاعتبارات الأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي والتي ستحقق الاستخدام العادل لأنظمة الذكاء الاصطناعي هي: أولاً: يجب مراعاة أن تكون البيانات التي يتم تغذية الأنظمة بها والواردة إليها تعكس واقع الفئة المتأثرة.

ثانياً: يجب التحقق من مدى وجود أي انحياز في عمليات اتخاذ القرارات.

ثالثاً: يجب توفر العدالة في أية قرارات هامة يتم اتخاذها بناءً على الذكاء الاصطناعي.

رابعاً: يجب أن تراعي مؤسسات تشغيل الذكاء الاصطناعي مدى إتاحة أنظمتها إمكانية الوصول والاستخدام بطريقة عادلة لمختلف مجموعات المستخدمين¹⁵.

ونرى أنه تمثل الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي والتي تركز على أخلاقيات التعامل بعدالة وشفافية وتسعى لتحقيق المساواة وسهولة الإيضاح توجيهاً تفصيلياً بشأن القضايا الحساسة: العدالة والمساءلة والشفافية والقابلية للتفسير، المتعلقة بالخوارزميات التي تشكل جوهر أنظمة الذكاء الاصطناعي.

الخلاصة:

وفي نهاية بحث، نتوصل للاستنتاجات والتوصيات التالية:

أولاً: الاستنتاجات:

1. إن الإعلام الرقمي وأدواته وخصائصه المتزايدة والنمو والانتشار في الفضاء الرقمي بات سيفاً ذا حدين؛ إذ بقدر ما لهذا النجاح من آثار إيجابية على تقديم وإيصال المعارف دون حواجز ودون قيود، بقدر ما له العديد من الآثار السلبية على حياة المجتمعات المستهلكة التي لا تمتلك ثقافة علمية وتقنية راسخة للتعامل مع قيم وأدوات العلم والتقنية المعاصرة.

¹⁴ تقرير اللجنة العالمية لأخلاقيات المعرفة العلمية والتكنولوجيا حول أخلاقيات الروبوتات في عام 2017.

الإعلان العالمي بشأن الجينوم البشري وحقوق الإنسان في عام 1997 .

الإعلان العالمي لأخلاقيات البيولوجيا وحقوق الإنسان في عام 2005.

¹⁵ إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور على الموقع التالي:

<https://www.digitaldubai.ae/ar/initiatives/ai-ethics> تاريخ الدخول في 10 / 6 / 2023م.



2. -لما كان الإعلام الرقمي هو جزء أساسي من تطور الحضارة الإنسانية المعاصرة في عصر العولمة وما بعد الحداثة فمن المؤكد أن تطوره وازدهاره سيستمر في تصاعد متزايد ولا بديل لذلك وبغض النظر عن كل السلبيات والأخطار المصاحبة لهذا التطور، إذ من الصعب أفناع العالم الكف عن استخدام الإعلام الرقمي في تدبير شؤون حياته الراهنة بعد أن باتت شديدة الاعتماد عليه في مختلف مناحي الحياة، فلا مندوحة لجميع سكان هذا العالم (دولا وشعوبا ومؤسسات وأفراد) من التفكير والبحث الجاد عن خيارات بديلة لجعل العالم أكثر أمنا وأمان وذلك باتباع استراتيجيات إعلامية رشيدة.
 3. من المهم أن نعلم أن الإعلام الرقمي عالم ممتد بشكل متسارع. لذا ستستمر التكنولوجيا الرقمية في تعزيز مكانتها في المجتمع. وفي المستقبل القريب من المرجح أن تنتشر أجهزة الواقع المعزز ونرى تلاشي وسائل الإعلام التقليدية تدريجياً.
 4. يمكن للذكاء الاصطناعي أن يفتح فرصاً هائلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة (SDGs) التي حددتها الأمم المتحدة في خطة التنمية المستدامة لعام 2030. حيث تتيح تطبيقاته حلولاً مبتكرة وتقييماً محسناً للمخاطر وتخطيطاً أفضل ومشاركة أسرع للمعرفة.
 5. إن الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي تركز على أخلاقيات التعامل بعدالة وشفافية وتسعى لتحقيق المساءلة وسهولة الإيضاح توجيهاً تفصيلياً بشأن القضايا الحساسة.
- ثانياً: المقترحات:

1. -نقترح جعل الإعلام الرقمي ان يساعد في جعل الثقافة بيئة آمنة وقادرة على تنمية وتخصيب قيم وشروط التعايش الاجتماعي الإنساني بين الناس، إذ ان الثقافة في جوهرها الإنساني التاريخي الإبداعي بوصفها ذلك الكل المركب الذي يشكل تفكيرنا وخيالنا وسلوكنا وقيمنا وعاداتنا وتقاليدنا وهي فضلاً عن ذلك أداة لنقل السلوك ومصدر دينامي للتغيير والإبداع والحرية وتهئية فرص الابتكار والمنافسات والمبادرات الفردية، وهي مصدر للطاقة والإلهام والتنوع والاختلاف والشعور بالهوية والانتماء. فالثقافة هي ما يبقى بعد نسيان كل شيء.
2. نقترح بالالتزام بأدوات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي لتحفيز سلوكيات الذكاء الاصطناعي المستقبلية بشكل مسؤول ونشرها. وفي الواقع، يُعد التعاون من جميع أصحاب المصلحة في غاية الأهمية لضمان استدامة هذه الأدوات وتحقيق النفع المرجو منها.

المراجع:

أولاً: الكتب

- 1- د. عبد الكريم علي الديبسي، الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، الطبعة الأولى، مطبعة المسيرة، 2020م.
- 2- د. هيثم جوده مؤيد، التحديات المهنية والأخلاقية المرتبطة بتوظيف صحافة الروبوت، دراسة تنبؤية للأدوار الوظيفية والمهنية المتوقعة من وجهة نظر القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، مصر.
- 3- محمد الهادي، تأثير الذكاء الاصطناعي وآثاره علي العمل والوظائف، مجلة الجمعية المصرية لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات، المجلد 24، العدد 24 إبريل 2021.
- 4- د. عمرو محمد محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الخامس والخمسون، ج5، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مصر، أكتوبر 2020م.

ثانياً: التقارير والإعلانات العالمية:

- 1- تقرير اللجنة العالمية لأخلاقيات المعرفة العلمية والتكنولوجيا حول أخلاقيات الروبوتات في عام 2017.
 - 2- الإعلان العالمي بشأن الجينوم البشري وحقوق الإنسان في عام 1997 .
 - 3- الإعلان العالمي لأخلاقيات البيولوجيا وحقوق الإنسان في عام 2005.
- ثالثاً: مواقع الإنترنت:
- 1- قاسم المحبشي، الإعلام الرقمي: الخصائص، التحديات، الفرص، جامعة عدن، اليمن، بحث منشور على الموقع التالي: <https://hadfnews.ps/post/107265/> تاريخ الدخول في 10 / 6 / 2023م.
 2. "Digital Media Majors: Salary and Career Facts", learn, Retrieved 18-7-2022.
 3. محمد خضر، خصائص الإعلام الإلكتروني، بحث منشور على الموقع التالي: <https://www.annajah.net/> تاريخ الدخول في 6 / 6 / 2023م.
 4. تسنيم الكفاوي، تعريف الإعلام الرقمي، 2022م.
 5. "What Is Digital Media? All You Need to Know About This Booming Industry", maryville, Retrieved 2/2/2022.
 6. الإعلام الرقمي: مفهومه وأهميته وأنواعه، بحث منشور على الموقع التالي: <https://www.annajah.net/> تاريخ الدخول في 7 / 6 / 2023م.
 7. أودري أزولاي، نحو أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، وقائع الأمم المتحدة، منشور على الموقع التالي: <https://www.un.org/ar/44267> تاريخ الدخول في 10 / 6 / 2023م.
 8. إرشادات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور على الموقع التالي: <https://www.digitaldubai.ae/ar/initiatives/ai-ethics> تاريخ الدخول في 10 / 6 / 2023م.