معهد الجزيرة للإعلام
زمالة الجزيرة – 2024
ورقة بحثية

معهد
الجزيرة للإعلام

تقييم الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار السياسية

أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية نموذجًا

كوثر صالح

مشرف البحث
د. أسماء ملكاوي

جميع الحقوق محفوظة @ معهد الجزيرة للإعلام 2024

برنامج زمالة الجزيرة:

برنامج أطلقه معهد الجزيرة للإعلام، ويهدف إلى تشجيع البحث الأكاديمي، وإتاحة الفرصة أمام الصحفيين والباحثين للاطلاع على تجارب عملية ودراستها بعمق، بشكل يسهم، مع جهود مؤسسات عربية وعالمية عديدة، في تحسين مهنة الصحافة والعبور بها إلى المستقبل.

كوثر صالح:

صحفية سورية مقيمة في تركيا، تخرجت من كلية الإعلام بجامعة إسطنبول، وتكمل دراستها العليا في العلاقات الدولية في جامعة إسطنبول بيلجي. وتتمركز اهتماماتها البحثية في مجال الإعلام والهجرة.

ملخص البحث

هذه الدراسة تركز على تقييم تجربة شبكة NewsGPT بوصفها نموذجا يعتمد على نوع جديد من الأخبار المنتجة بواسطة الذكاء الاصطناعي يمكن تسميته «أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية - AI Native News»، ويعني الأخبار التي تُنتج كاملة بواسطة الذكاء الاصطناعي، بدلا من استخدامه أداة مساعدة في عمليات إنتاج الأخبار كما كان الحال سابقا. يقيّم البحث إنتاج الأخبار السياسية تحديدا، متسائلا عن كيفية تغطيته لمناطق العالم المختلفة وعن مدى انحياز الأخبار المنتَجة.

توصل البحث إلى أن شبكة "NewsGPT" اعتمدت في مصادر أخبارها كليا على شبكات إخبارية غربية، ولم تستق أي خبر من شبكات تعود للجنوب العالمي، وذلك في العينة التي تمت دراستها. إضافة لذلك فإن نسب الانتحال الأدبي بلغت 100% في 8 مقالات من أصل 35، وكانت أعلى من 50% في 33 أي ما يقارب 94% من المقالات المدروسة

بناء على نتائج دراسة هذه العينة، تبين أن ادعاء أن بإمكان الذكاء الاصطناعي أن يأتي بالحقيقة غير الإنسانية وغير المنحازة غير صحيح تماما؛ فالمعلومات التي يتغذى بها، والمصادر التي يتعلم منها، تعود إلى شبكات إخبارية تقليدية تابعة للغرب في معظم الأحيان. وحتى هذه اللحظة لا يبدو أن نموذج اللغة المستخدم في "NewsGPT" والشبكة العصبية قادرة على معالجة الأخبار معالجة ترقى إلى مستوى الصحفي البشري الذي يعتمد في أخباره على مصادر متنوعة

الفهرس

المقدمة 7

الإطار النظري 10

الإطار المنهجي 17

النتائج 18

خلاصة واستنتاجات 24

خاتمة 25

المصادر والمراجع 26

المقدمة

خلفية الدراسة

لا بد أن تطور الذكاء الاصطناعي حمل في طياته للصحافة تغيّرًا كبيرًا، شبّهه الخبير والباحث ديفيد كاسويل بولادة الإنترنت وحتى بظهور الطابعة[1]، ولا يُعد استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة أمرًا حديثًا؛ فمنذ عام 2014 استخدمته نيويورك تايمز وأسوشيتيد بريس في مجالات الاقتصاد والرياضة، وقبل ذلك بكثير استُخدم في الطقس[2]. تعتمد هذه المجالات على قواعد بيانات عالية التنظيم تسمح باستخراج المعلومات الاصطناعية بكفاءة، وتتغلب في عملية إنتاج أخبارها أولوية السرعة على العمق في التحليل[3].

مع بروز الذكاء الاصطناعي التوليدي آخر عام 2022 وإتاحة Chatgpt للاستخدام العام، بدا أن نوعية الأخبار التي سيتعامل معها الذكاء الاصطناعي والمجالات التي سيقتحمها في عالم الصحافة ستتوسع. استخدَمَ "CNET" موقع التكنولوجيا الإخباري الذكاء الاصطناعي التوليدي في كتابة النصوص، ولكنه أوقف هذه التجربة بعد نحو شهرين، عندما اتضح أن أكثر من نصف القصص التي أُنتجت احتوت على أخطاء لغوية ومعلوماتية وعلى سرقات أدبية أيضًا[4]. كذلك توقفت دار نشر الصحف "Gannett" عن استخدام النصوص المولدة بالذكاء الاصطناعي في القصص الرياضية، تحت ضغط انتشار عبارات متكلفة وغريبة من موادها على مواقع التواصل الاجتماعي[5].

ولكن ذلك لم يوقف تجارب استخدام الذكاء الاصطناعي في توليد الصور والنصوص، ومن ضمن هذه التطورات كان انطلاق منصتين إخباريتين تعتمدان في مراحل صناعة الخبر جميعها -على حد زعمهما- على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهما: "NewsGPT" و"Channel 1".

الإشكالية البحثية

أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلي "AI Native News" أو (الأخبار التي يقوم على توليدها الذكاء الاصطناعي من الصفر) هو مصطلح أطلقته شبكة الأخبار "Channel 1" على المحتوى الذي ستنتجه[6]، ومن المزمع انطلاق الشبكة عام 2024. يمكن أن يعبر هذا المصطلح عن نوع جديد من الأخبار تطمح هذه الشركات الناشئة للعمل عليه، وهو مصطلح سيُستخدَم في الدراسة. خلافًا للتجارب الصحفية السابقة في مضمار الذكاء الاصطناعي، تغطي هاتان الشبكتان أنواع الأخبار السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، ولا يقتصر دور الذكاء الاصطناعي فيها على مجرد أدوات تساعد في إحدى مراحل إنتاج الخبر لأغراض مختلفة، بل هي تقترح على الصحافة نظامًا متكاملًا لإنتاج الأخبار بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي. قد يكون التحول الكامل في عملية إنتاج

[1] AI and journalism: What›s next? (2023). Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/ai-and-journalism-whats-next.

[2] Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. Communication & Society, 35(3), 105–121. https://doi.org/10.15581121-003.35.3.105/.

[3] Monti, Matteo. (2019). Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field. 1.

[4] https://www.theverge.com/202323571082/25/1//cnet-ai-written-stories-errors-corrections-red-ventures .

[5] https://www.washingtonpost.com/nation/202331/08//gannett-ai-written-stories-high-school-sports/ .

[6] AI Fast Cash. (2023, December 13). Channel 1›s AI news anchors. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ecHioH8fawE .

الأخبار الذي تطرحه هذه الشركات الناشئة بمنزلة التحول للصحف الإلكترونية الذي استغرق وقتًا طويلًا حتى تبنته مؤسسات الأخبار التقليدية؛ فرغم أن الصحيفة الإلكترونية الأولى صدرت عام 1980[7]، فإن BBC أصدرت صحيفتها الإلكترونية عام 1997، وهو ما يمكن أن يُعزى إلى تأخر انتشار الإنترنت لدى عامة القراء.

تجدر الإشارة إلى أن الشبكتين تتشاركان في أسلوب إنتاج الخبر الصحفي باعتمادهما الكلي على الذكاء الاصطناعي، ولكنهما تختلفان في الأهداف المعلنة. تحمل شبكة "Channel 1" شعار الأخبار المخصصة، إشارة إلى هدفها تقديم أخبار مخصصة بناء على تفضيلات كل قارئ على حدة، وهذا قد لا يعد هدفًا جديدًا في عالم الصحافة؛ فمؤسسات تقليدية عدة تتبناه على مواقعها. أما شبكة "NewsGPT" فتحمل شعار الحقيقة غير الإنسانية، إشارة إلى خلو عملية إنتاج الخبر من التدخل البشري ومن ثَمّ من التحيزات البشرية، وفقًا لما جاء في الوثائقي الخاص بالشبكة[8].

يطرح صعود شبكتَيْ "NewsGPT" و"Chan-nel 1" فرصة للصحفيين لفحص كفاءة إنتاج الذكاء الاصطناعي للمواد الإخبارية المتعددة، وتقييم التطور الذي بلغه حتى اللحظة، جنبًا إلى جنب مع تجاربهم الشخصية في هذا المضمار. من الجدير بالذكر أن مؤسسَيْ منصة "Channel 1" ليسا من خلفية صحفية؛ فآدم موسام "Adam Mo-sam" هو رائد أعمال، وسكوت زابيلسكي "Scott Zabielski" يعمل منتجًا سينمائيًّا، أما مؤسس "NewsGPT" آلان ليفي "Alan Levy" فهو رائد أعمال أيضًا، وذلك قد لا ينفي الصبغة الصحفية عن المنصتين وإنما يبين أن كلتا المبادرتين قادمتان من خارج مجال الصحافة. وعمومًا، فإن الصحفيين يعبرون عن قلقهم من قيادة شركات التقنية -بطبيعتها الساعية إلى الربح- دفة الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي في عالم الصحافة، لما قد يحمله ذلك من تأثير على القيم الصحفية[9]، أو كما يعبر عن ذلك الباحثان أندرسون وويك بالصراع بين القيم التحريرية والتجارية أو الصراع بين الروح الصحفية والروح التجارية[10]. وعلى أي حال، تعد عملية دخول الذكاء الاصطناعي إلى المجالات المختلفة، بما فيها وسائل الإعلام، عملية مطبقة من أعلى إلى أسفل، أي إنها عملية تقودها منصات التكنولوجيا الكبيرة بهدف تطوير نماذج أعمال جديدة وتحسين النماذج الحالية، وذلك دائمًا ما يتسبب في توجيه النقاشات على نحو أكبر بشأن قدرات الذكاء الاصطناعي بدلًا من التركيز على عواقب تكيفه مع المجالات التي يدخل إليها[11].

لذلك، تعمل هذه الورقة على تقييم تجربة الشبكات التي ستعتمد على أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية في عملها، من خلال نموذج شبكة "NewsGPT" وفق المعلومات التي نشرتها والمحتوى الذي تنتجه. أما بالنسبة للشبكة الأخرى "Channel 1" فإنه نظرًا لعدم انطلاقها حتى وقت إجراء الدراسة، فلم يكن من الممكن شملها في التحليل.

كيف يعمل موقع شبكة "NewsGPT"؟

في شهر مارس من عام 2023، أعلن آلان ليفي تأسيسه موقع "NewsGPT" بوصفه "شبكة إخبارية تبث على مدار الساعة وتعتمد في مراحل إنتاجها كلها للخبر على الذكاء الاصطناعي". وفي مقابلة

---

[7] 1. David Shedden, "New Media Timeline (1980)," Poynter, May 2, 2013, https://www.poynter.org/archive/2004/new-media-timeline-1980/.

[8] Do You Trust The News. (n.d.). NewsGPT.ai. https://newsgpt.ai/newsgpt-documentary/.

[9] Buckett, C. Yaseen. M. (July 2023) Generating Change A global survey of what news organisations are doing with AI, Journalism AI https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change.

[10] Andersson, Ulrika, and Jenny Wiik. 2013. "Journalism Meets Management: Changing Leadership in Swedish News Organizations." Journalism Practice 7 (6): 705–19. doi:10.108017512786.2013.790612/.

[11] Peña-Fernández, Simón; Meso-Ayerdi, Koldobika; Larrondo-Ureta, Ainara; Díaz-Noci, Javier (2023). "Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media". Profesional de la información, v. 32, n. 2, e320227. https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27.

بودكاست معه[12]، صرح آلان ليفي بأن آلية عمل الموقع لا تتضمن تدخلًا بشريًّا بتاتًا؛ فنظام الذكاء الاصطناعي هو المسؤول عن البحث عن القصص الإخبارية، ثم اختيارها وصياغتها ونشرها على موقع الأخبار من دون مراجعة بشرية. وأضاف آلان ليفي: "نشاهد نحن والقراء القصص الإخبارية للمرة الأولى عندما تنشر". يولد الذكاء الاصطناعي أيضًا صورة لكل قصة خبرية بناء على تحليله لمحتواها.

آلان ليفي هو رائد أعمال وخريج كلية الاقتصاد من جنوب إفريقيا، اختار فريق عمل "NewsGPT" من التقنيين والمهندسين، ويقول عن فريقه: "لدينا خبير في نماذج تعلم اللغات من كامبريدج، وإحصائيون من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا(MIT)؛ لذلك فريقنا هو فريق من المهندسين. إنه ليس فريقًا من الصحفيين، وهم حقًّا شخصيات رائعة ولامعة".

بوصفه موقعًا يعتمد في عمله على الذكاء الاصطناعي، يطور نموذج اللغة نفسه بنفسه مع مرور الوقت، ومع تفاعل القراء معه. لا تستخدم الشبكة نموذج اللغة الخاص بشركة OpenAI وإنما تمتلك نموذجًا خاصًّا بها تسميه "Sheldon". يتيح "NewsGPT" للقراء التصويت على الأخبار إن كانت حقيقية أم مفبركة، ويعتمد الموقع على البحث في شبكة الإنترنت لتصفح القصص الخبرية، في أسلوب "غير مركزي" تسهم فيه الشبكات الإخبارية المعروفة، والمنصات الإخبارية المستقلة، وحتى منشورات مواقع التواصل الاجتماعي.

يمكن تفسير طموح آلان ليفي بنموذج عمل "NewsGPT" باستبعاده دور المحرر البشري من خلال دراسة الباحث وايت لهذا الدور الذي سمّاه "حارس البوابة gate keeper" في الشبكات الإخبارية، وهو مصطلح أطلقه عام 1950 على المحرر الذي يحدد الأخبار التي ستنشر. يصف وايت في دراسته أن عدة عوامل تؤثر على المحرر في هذه العملية، منها خبرته وعقليته، وتقييمه لأهمية الخبر وتقديره لاهتمامات الجمهور، وهي بذلك عملية ذاتية غير موضوعية تلعب فيها العوامل السيكولوجية والمعتقدات الشخصية للمحرر دورًا كبيرًا[13]، بينما يقول آلان ليفي في مقابلته إن نموذج الذكاء الاصطناعي هو من يتولى هذه المهمة كليًّا وإنه وفريق عمله يقرؤون الأخبار للمرة الأولى بعد نشرها[14].

حتى في أثناء عمل البحث واختيار عينة الدراسة، كان قد مضى على إنشاء موقع "NewsGPT" نحو سنة وشهرين؛ أي إن البحث يهدف إلى تقييم هذه التجربة في السنة الثانية من عمرها، وهي مرحلة مبكرة من عمر الشبكات الإخبارية. ولا تزال عدة أقسام من الموقع لم تفعل كليًّا حتى وقت إنجاز هذه الدراسة، وهي:

التغطية الإخبارية على مدار الساعة: وتُبثّ على موقع "Rumble" بدلًا من اليوتيوب الذي ألغى صفحته لانتهاكه قوانين النشر. يمكن تقييم هذا القسم بأنه لا يزال في المرحلة الأولى من التطبيق؛ إذ يعتمد على مقطع خبري تتراوح مدته بين عشر دقائق إلى خمس عشرة دقيقة، ويُبَث بانتظام على مدار اليوم. من الجدير بالذكر أن الأخبار في المقطع المباشر تختلف عن الأخبار المنشورة على موقع الإنترنت، وذلك لم يُدرس في هذه الورقة.

"Tomorrows News Today" أخبار الغد: ترى شبكة "NewsGPT" أن الذكاء الاصطناعي سيكون قادرًا على كتابة توقعات الأخبار تمامًا كتوقعات الطقس، وهي تقنية طُوِّرت من قبل خبراء الإحصاء في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، كما يذكر ذلك في الموقع. ويشير الفيديو التعريفي لهذه الخدمة على الموقع إلى أنها ستنطلق في الثاني من ديسمبر من عام 2023، إلا أنها لم تصدر حتى تاريخ إنجاز هذا البحث.

---

[12] AI in Journalism: A Deep Dive into News GPT. (2024, April 23). News, research and skills development for insurance. https://www.cover.co.za/podcasts/ai-in-journalism-a-deep-dive-into-news-gpt.

[13] White, D. M. (1950). The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News. Journalism Quarterly, 27(4), 383390-. https://doi.org/10.1177/107769905002700403.

[14] AI in Journalism: A Deep Dive into News GPT. (2024, April 23). News, research and skills development for insurance. https://www.cover.co.za/podcasts/ai-in-journalism-a-deep-dive-into-news-gpt.

الفيلم الوثائقي: في صفحة الفيلم الوثائقي فيديو لعرض الفيلم الوثائقي المتكون من 7 دقائق، أعلاه كتبت جملة "هل تثق بالأخبار؟ 90% من الناس قالوا لا! هل يمكن للذكاء الاصطناعي تغيير ذلك؟". يناقش الفيلم الأخبار الملفقة والمعلومات المضللة، وأقتبس هذه الجملة منه: "ولكن هل نحن مجبرون على قبول الأخبار الملفقة أم بالإمكان إيجاد خيار أفضل؟ كيف نعبر بحر المعلومات المضللة والانحيازات؟ تكمن الإجابة في الذكاء الاصطناعي". شكّل الوثائقي مصدر معلومات مهمًّا في هذه الورقة البحثية بشأن كيفية عمل الشبكة.

أخبار الذكاء الاصطناعي "AI News": وهو القسم الذي يظهر في الصفحة الرئيسية في الموقع، حيث المواد الخبرية المكتوبة.

مواقع التواصل الاجتماعي: لشبكة "NewsGPT" حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وإكس، وإنستجرام، وتيكتوك، ولينكد إن، علاوة على خدمة الرسائل البريدية اليومية، وليس للشبكة حساب على اليوتيوب كما ذُكر آنفًا؛ لمخالفته قوانين النشر على جوجل. يتكون المحتوى المنشور على هذه المنصات من مقاطع فيديو مأخوذة من البث المباشر اليومي، أما محتوى النشرات البريدية فهو ملخص أخبار اليوم المنشورة على الموقع.

أهداف البحث

• استكشاف كفاءة إنتاج الذكاء الاصطناعي للمواد الإخبارية السياسية وتقييمها عبر دراسة تجربة موقع "NewsGPT" في بواكيرها، وفق المعلومات التي نُشِرت عنه، والمحتوى المنشور عليه.

• تقصّي كيفية اختيار نموذج الذكاء الاصطناعي المستخدم في موقع "NewsGPT" للأخبار، وكيفية صياغتها وأخذ القرار بنشرها.

• استكشاف القيمة المضافة للذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

تساؤلات البحث

سينطلق البحث من مجموعة من التساؤلات، وهي:

• هل يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تنتج أخبارًا غير متحيزة؟

• كيف تُنشأ أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية في شبكة "NewsGPT"؟

• هل يغطي الذكاء الاصطناعي أخبار مناطق العالم بالمختلفة بدرجة متساوية؟

• ما القيمة التي تضيفها أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية إلى عالم الصحافة في عصر ما بعد الحقيقة؟

الإطار النظري

المراجعة الأدبية

في السنوات الأخيرة، ظهرت عدة دراسات وتقارير عن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة وانتشاره فيها. تناقش بعض هذه الأبحاث الجوانب الاجتماعية للذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة من عدة زوايا. على سبيل المثال، أُجريت دراسة عام 2020 تناولت العوامل التي تؤثر على مصداقية الأخبار التي يُنتجها الذكاء الاصطناعي في سياقات اجتماعية، وخلصت إلى أن زيادة الثقة بين الأفراد وتفاعلهم مع وسائل الإعلام تؤدي إلى زيادة ثقتهم في مصداقية أخبار الذكاء الاصطناعي. وأشارت الدراسة إلى أن هناك عوامل غير مرتبطة مباشرة بالذكاء الاصطناعي ولكنها تؤثر

على طريقة استقبال الجمهور لهذه الأخبار[15]. دراسة أخرى تناولت الموضوع نفسه[16]، وأُجريت في عشر دول أوروبية، وخلصت إلى أن ثقة الأفراد بالمؤسسات وتوجهاتهم السياسية تؤثر على آرائهم تجاه الذكاء الاصطناعي؛ فكلما زادت الثقة وكان الأفراد يميلون إلى التوجهات اليمينية، زاد تفاعلهم الإيجابي مع الذكاء الاصطناعي. إلا أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسة السابقة في أنها وجدت علاقة بين ارتفاع ثقة الأفراد بوسائل الإعلام وانخفاض تقييمهم لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الأخبار، وهو ما يستدعي الانتباه إلى هذا التناقض.

دراسة أخرى أعدها مجموعة من الباحثين باسم "لا صحافة من دون صحفيين"[17] درست التحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي على الصحافة بوصفها مجالًا ذا طبيعة إنسانية واجتماعية. وأوضحت الدراسة كيف يؤدي ذلك إلى إنشاء علاقة وجودية بين البشر والتكنولوجيا نظرًا لدور الصحافة في التأثير الاجتماعي الفعال. كذلك أشارت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة تقنية، بل له أبعاد ثقافية؛ إذ إن الخوارزميات تحمل انحيازاتها الخاصة، واستخدامها يمكن أن يكون ذا طابع سياسي لأنها تعكس القيم التي وضعها المصممون فيها.

علاوة على ذلك، ركز بعض الباحثين مثل "Yan-fang Wu" و"Benjamin Toff" و"Felix M. Si-mon" على نسبة مصداقية الصحافة وموثوقيتها في عصر الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الجمهور. وتوصلت دراستان مهمتان إلى نتائج متناقضة بشأن هذا الموضوع: الأولى، التي نُشرت عام 2019، درست تقييم القراء للأخبار المكتوبة تلقائيًّا باستخدام الذكاء الاصطناعي مقارنةً بتلك التي يكتبها الصحفيون، وخلصت إلى أن القراء رأوا أن القصص المكتوبة تلقائيًّا أكثر موضوعية وموثوقية[18]، أما الدراسة الثانية، التي نُشرت في نهاية عام 2023، فقد تناولت انطباعات الجمهور تجاه المواد التي ينتجها الذكاء الاصطناعي، ووجدت أن الجمهور يعتقد بضرورة توضيح استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المواد، ورغم ذلك فإنهم ينظرون إلى المواد المكتوبة بواسطة الذكاء الاصطناعي على أنها أقل ثقة[19]. قد يُعزى اختلاف النتائج بين الدراستين إلى الفترة الزمنية بينهما؛ إذ أُتيحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي للاستخدام العام في أواخر 2021، وهي نقطة تستحق مزيدًا من البحث والتحليل.

وليست دراسة الباحث ميتوفا "Mitova" ببعيدة عن هذه الدراسات؛ إذ درَسَ انطباعات الناس عن استخدام الخوارزميات في الأخبار[20]، وربط دراسته بمصطلح "الاستدلال الآلي" أو "Machine Heuristic"[21] الذي يصف الاعتقاد السائد لدى الكثيرين بأنه يمكن الوثوق بالتكنولوجيا أكثر من البشر لما توصف به من حياد وعدالة وغياب في المشاعر والدوافع.

---

[15] Sangwon Lee , Seungahn Nah , Deborah S. Chung & Junghwan Kim (2020).
Predicting AI News Credibility: Communicative or Social Capital or Both?, Communication Studies, DOI: 10.108010510974.2020.1779769/.

[16] Araujo, Theo, et al. «Humans vs. AI: The Role of Trust, Political Attitudes, and Individual Characteristics on Perceptions About Automated Decision Making Across Europe.» International Journal of Communication 17 (2023): 28.

[17] Peña-Fernández, Simón; Meso-Ayerdi, Koldobika; Larrondo-Ureta, Ainara; Díaz-Noci, Javier (2023). "Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media". Profesional de la información, v. 32, n. 2, e320227. https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27.

[18] Yanfang Wu (2019): Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories, Journalism Practice, DOI: 10.108017512786.2019.1682940/ .

[19] Toff, B, and FM Simon. 2023. "'Or They Could Just Not Use It?': the Paradox of AI Disclosure for Audience Trust in News." SocArXiv.

[20] Mitova, Eliza, Sina Blassnig, Edina Strikovic, Aleksandra Urman, Aniko Hannak, Claes H. de Vreese, and Frank Esser. 2022. "News Recommender Systems: A Programmatic Research Review." Annals of the International Communication Association 47 (1): 84–113. doi:10.108 023808985.2022.2142149/.

[21] Sundar, S. Shyam & Kim, Jinyoung. (2019). Machine Heuristic: When We Trust Computers More than Humans with Our Personal Information. 13290605.3300768/10.1145 .9-.

ركزت بعض الدراسات على التغييرات التي شهدها المشهد الصحفي والتي يُتوقَّع أن تظهر في إثر دخول الذكاء الاصطناعي، كالدراسة التي أجريت عام 2020 عن التحول الذي يتوقعه الصحفيون والباحثون في عالم الصحافة نتيجةَ استخدام الذكاء الاصطناعي، وعبّر فيها بعضهم عن أهم التغيرات.

من جانب آخر، اسكتشفت عدة دراسات الفرص والمخاطر المرافقة لدمج الذكاء الاصطناعي في عمل الصحافة؛ إذ عبر بعض الصحفيين عن عدة فرص مهمة، كتخصيص المحتوى، وتوليده، وتولي الذكاء الاصطناعي المهمات الروتينية على نحو يتيح للصحفيين العودة إلى جوهر الصحافة[22] الذي يتعلق بطرح الأسئلة الصحيحة بدلًا من مجرد الإجابة عليها[23]. مع ذلك، لم يصل التفاؤل بقدرات الذكاء الاصطناعي إلى درجة الثقة المطلقة به؛ ففي تقرير أجري مع 5 خبراء في الذكاء الاصطناعي، أُشير إلى أن الذكاء الاصطناعي لا يزال محتاجًا إلى إشراف الصحفيين، ولا يمتلك بعد المهارات التحليلية المتقدمة[24]. كذلك تطرقت دراسة أخرى إلى الاعتبارات الأخلاقية المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي، مثل ضرورة الشفافية في كيفية جمع البيانات واختيارها، وتجنب الانحيازات المحتملة[25].

ركزت بعض الأبحاث على نوعية الأخبار التي يتعامل معها الذكاء الاصطناعي، وكان من المثير للاهتمام أن أول استخدام له بدأ في الستينيات من القرن الماضي في نشرات الطقس، ثم توسّع لاحقًا ليشمل مجالات مثل الرياضة والاقتصاد. يصف الباحث ماتيو "Matteo" المجال الذي يبرع فيه الذكاء الاصطناعي في الصحافة بأنه مجال "تسجيل الأحداث" أو"Chronicle"، مشيرًا إلى أن الذكاء الاصطناعي يتميز بعدم الانحياز، وهو ما يمنحه التفوق على الصحفيين في هذا الجانب. كذلك أشار في بحثه إلى أن المتابعين يثقون بالأخبار التي يكتبها الذكاء الاصطناعي في هذه المجالات. ومع ذلك، يستبعد "ماتيو" أن يتمكن الذكاء الاصطناعي في الوقت القريب من تقديم الانتقاد أو التعليق على الأحداث[26].

كثير من هذه الدراسات يتقاطع بعضها مع بعض في محاولة استشراف المستقبل عبر تحليل المجريات ومقارنة تطور الذكاء الاصطناعي بتطور الإنترنت؛ وذلك هدف طبيعي نظرًا لجدّة هذا المجال والضجة التي تحوم حوله، وهي ضجة رأى كثير من الباحثين أنها أكبر من حجمها[27].

من المنطلق ذاته، واستكمالًا لجهود الباحثين ومحاولة للإضافة عليها، تعمل هذه الورقة عبر اتخاذ شبكة "NewsGPT" عينةً بحثية لتحقيق أهداف البحث المتمثلة في تقييم إنتاج الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي كليًّا. يمكن أن تُعَدّ هذه الشبكة مثالًا على الاستدلال الآلي "Machine Heuristic"؛ إذ يثق مطورو الذكاء الاصطناعي في قدرته على إنتاج الأخبار بناءً على اعتبارات تتعلق بالنزاهة وتقليل الانحياز. ويهدف البحث إلى اختبار هذا الادعاء من خلال تحليل عمل هذه الشبكة وتقصي طريقة عملها وتقييم مدى تفوقه المحتمل على الصحفيين البشريين في هذا المجال. تركز الدراسة على الأخبار السياسية التي تُنتَج بواسطة هذه الشبكة، وهي نوع من الأخبار لم يتُعامَلْ معه على نحو واسع من قبل الذكاء الاصطناعي في السابق. ووفقًا لاستبيانات أجريت في عدد من الدراسات السابقة، يرى القراء أن الأخبار السياسية المنتجة بالذكاء الاصطناعي تميل إلى أن تكون أكثر انحيازًا مقارنةً بأنواع الأخبار الأخرى[28]، الأمر الذي يجعلها التحدي الأكبر أمام الذكاء الاصطناعي للتفوق فيه.

---

[22] Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. (2019). International Journal of Media, Journalism and Mass Communications, 5(1). https://doi.org/10.204319479.0501004-2454/ .

[23] Opdahl, Andreas & Tessem, Bjørnar & Dang Nguyen, Duc Tien & Motta, Enrico & Setty, Vinay & Throndsen, Eivind & Tverberg, Are & Trattner, Christoph. (2023). Trustworthy journalism through AI. Data & Knowledge Engineering. 146. 102182. 10.1016/j.datak.2023.102182.

[24] Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five AI experts weigh in. (2023, March 23). Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/chatgpt-threat-or-opportunity-journalism-five-ai-experts-weigh.

[25] Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. (2019). International Journal of Media, Journalism and Mass Communications, 5(1). https://doi.org/10.204319479.0501004-2454/ .

[26] Monti, Matteo. (2019). Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field. 1.

[27] Marko Milosavljević & Igor Vobič (2019): Human Still in the Loop, Digital Journalism, DOI:10.108021670811.2019.1601576/.

[28] Toff, B, and FM Simon. 2023. "'Or They Could Just Not Use It?': the Paradox of AI Disclosure for Audience Trust in News." SocArXiv.

تعتمد هذه الورقة البحثية على دراسة حالة ميدانية، تهدف من خلالها إلى التحقق من الأفكار والأسئلة التي طُرحت في الأبحاث السابقة. ورغم أن هذه الدراسة لا تسعى إلى تعميم نتائجها بناءً على تجربة واحدة، فإنها تهدف إلى تقديم مساهمة من خلال طرح نموذج عملي حديث؛ وذلك بدراسة التطور الذي بلغه الذكاء الاصطناعي على أرض الواقع على نحو مفصّل.

تتبنى منصة "NewsGPT" شعار "الحقيقة غير الإنسانية Unhuman Truth"، ويمكن تفسير علاقة الذكاء الاصطناعي بالإنسان من وجهين: الأول يتمثل في الطموح للوصول إلى مستوى الذكاء البشري بل والتفوق عليه، والآخر يشير إلى اختلاف العقلانية التي يتبناها الذكاء الاصطناعي مقارنةً بعقلانية البشر؛ إذ "يفعل الصواب بناءً على ما يعرفه"[29]. يمكن تطبيق هذا التفسير لفهم مبدأ عمل شبكة "NewsGPT" وسبب اعتمادها على الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار؛ فمن ناحية تستفيد الشبكة من قدرات الذكاء الاصطناعي وتقنياته التي تتطور بسرعة مذهلة، ما يجعله قريبًا من منافسة الصحفي البشري في التحليل والصياغة، ومن ناحية أخرى تسعى للتخلص من الانحيازات الشخصية والإرادة الذاتية للصحفي البشري، التي قد تجعله يفضل شيئًا على آخر بناءً على مشاعره أو معتقداته بدلًا من الأسباب المنطقية. بناءً على هذين الجانبين، ترى شبكة "NewsGPT" أن الذكاء الاصطناعي الذي تستخدمه سيجعلها رائدة في مجال الصحافة.

نظرية البحث

ستعتمد الورقة على نظريتين لمناقشة الحالة المعروضة، وهما: "نظرية ترتيب الأولويات Agen-da Setting Theory" و"عالم ما بعد الحقيقة Port-Truth". اختيرت هاتان النظريتان بعد الاطلاع على عدة أمور: الأبحاث المنشورة مسبقًا عن الذكاء الاصطناعي والصحافة، والمعلومات المنشورة عن حالة البحث "NewsGPT"، وملاءمة النظريتين للمنهجية المختارة.

تقدم شبكة "NewsGPT" نموذج عملها بوصفه حلًّا لمشكلة الثقة المتناقصة بالأخبار. وفي الحقيقة، ليست الثقة في الأخبار بمعزل عن الظواهر السوسيولوجية والمعرفية التي تجري في العالم، بل تعد من أمثلتها ومظاهرها؛ فلو أن الأخبار تهدف في جوهرها إلى إيصال الحقيقة الموضوعية[30]، ولو افترضنا كما تدعي شبكة "NewsGPT" أن "90% من الناس لا يثقون بالأخبار"، فهذا يشير إلى وجود أزمة حقيقية تتعلق بإيصال الحقيقة في الوقت الراهن.

شهد عام 2016 حدثين بارزين في الساحة السياسية: صعود ترامب، وحملة البريكست التي أدت إلى خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي. وقد تزامن هذان الحدثان مع انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة وكانا من دوافع هذا الانتشار. في العام نفسه، اختير مصطلح "ما بعد الحقيقة" بوصفه مصطلحًا عامًّا من قبل قاموس أكسفورد، وهو ما أدى إلى زيادة استخدامه بنسبة 200%. لا تشير اللاحقة "بعد" في هذا المصطلح إلى فترة زمنية، كما هو الحال في تعبير "ما بعد الحرب"، بل تعكس فقدان الحقيقة لأهميتها وحجبها عن الأنظار. في عالم ما بعد الحقيقة، تلعب المشاعر والمعتقدات دورًا أكبر في تشكيل الواقع وتحديد الرأي العام مقارنةً بالحقائق الموضوعية. ومن ثَمّ، فلا توجد حقيقة متفق عليها، بل تُنتقى الحقائق على نحو شخصي لدعم وجهات النظر المتبناة[31].

ليست هذه الظواهر جديدة على الإطلاق، ولكن تفاقمها أدى إلى توصيف الفترة الزمنية الراهنة بها. كان لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في ذلك؛ إذ

---

[29] Russell, S. J., & Norvig, P. (2002). Artificial Intelligence: A Modern Approach (2nd Edition) (2nd ed.). Prentice Hall.

[30] Abuhamad, A. Algorithmography: Intersections of Truth, Authenticity, and Representation of AI-Generated Visual Content in Journalism.

[31] لي ماكنتير: كتاب ما بعد الحقيقة، ترجمة حجاج أبو جبر، 2022، دار معنى للنشر والتوزيع.

[32] المصدر السابق.

أفسحت المجال العام لنشر المعلومات بغض النظر عن مصادرها وصحتها، مجانيًّا ومن دون رقابة. وقد أسهمت هذه البيئة في تسريع العملية؛ إذ كُسر احتكار المؤسسات لصلاحية النشر والتنقيح، وكان السياسيون من أبرز المستفيدين من هذا الوضع، بعد أن وجدوا في هذه المنصات مساحة جديدة للتعبئة الجماهيرية[32].

كانت الحملة الانتخابية لباراك أوباما عام 2008 من أولى الحملات الانتخابية السياسية في العالم التي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى الناخبين[33]، وهي بذلك دشنت عصرًا جديدًا من تفاعل الجماهير مع السياسيين، لا وسيط فيه سوى خوارزميات المنصات. لاحقًا، كان ترامب من أكثر السياسيين الذين تمثلت في سلوكاتهم ظواهر عصر ما بعد الحقيقة؛ كنشر المعلومات المضللة لتشكيل الرأي العام، والتشكيك في مصداقية وسائل الإعلام وقدرتها على نقل الواقع كما هو.[34]

في مقابلة له مع بودكاست مجلة [35]"COVER"، يشير آلان ليفي مؤسس شبكة "NewsGPT" إلى فكرة الشك الدائم في ما تنقُله وسائل الإعلام التقليدية من معلومات، ومدى مطابقتها لما يجري على أرض الواقع فعلًا، ومن ثم يطرح فكرة قدرة الذكاء الاصطناعي على نقل هذا الواقع إلى نقطة أخرى لا يكون فيها دحض الحقيقة ممكنًا. ويمكن تلخيص ذلك في نقل هذا الاقتباس من مقابلته:

"من خلال التصوير عبر الأقمار الاصطناعية، كان من السهل جدًّا على الذكاء الاصطناعي التحقق مما هو صحيح أو خاطئ. حسنًا، أحد الأخبار صحيح فعلًا وآخر خاطئ. يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقول بالضبط إن هناك 57,312 شخصًا يقفون في التجمع. هذه هي صورة الأقمار الاصطناعية. هذه هي الحقيقة غير المتحيزة. وسيكون من الصعب جدًّا على إنسان أن يجادل في ذلك؛ لذا هناك أشياء يمكن للذكاء الاصطناعي أن يؤديها ولا يمكن للإنسان تأديتها أبدًا. والأكثر جوهرية، أن هناك أشياء قد لا يرغب الإنسان في فعلها. إذا كان الحشد كبيرًا، فقد لا ترغب CNN في نقله. إذا كان الحشد صغيرًا، فقد ترغب Fox في نقله؛ لذا فإن الذكاء الاصطناعي يمنحنا القدرة على فعل شيء لا يمكن لأي شخص آخر فعله. والذكاء الاصطناعي لا يفكر بمَن يرعى إعلاناته أو من يدفع راتبه، إنه يكتب الأخبار كما يراها، هذه هي الفكرة الأساسية وهذا ما نتّجه إليه".

يورد النص أعلاه عدة أفكار يمكن تلخيصها في الآتي: تقنيات الذكاء الاصطناعي تصل إلى نتائج رياضية وموضوعية دقيقة لا يمكن القدح بها. ليس للذكاء الاصطناعي توجهات وتحيزات مسبقة. ليس للذكاء الاصطناعي مصالح مالية توجه عمله. بهذه النقاط يتفوق على الإنسان وعلى المؤسسات الصحفية التي يقودها الإنسان، ولن يستخدم الذكاء الاصطناعي مصطلحات إيجابية أو سلبية (حضور كثير- حضور قليل)، بل سيعمل على الوصف بالأرقام والحقائق.

يشير آلان ليفي إلى نقاط درسها علماء التواصل سابقًا، يمكن مناقشتها عبر نظريتين من نظريات الإعلام: نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية ما بعد الحقيقة.

"أن ترغب في كتابة تقرير عن شيء أو ألا ترغب" هو أن يرسم الصحفي أولوياته التي تختلف من صحفي إلى آخر بناء على موافقة الأخبار لما كان يتوقعه، أو بناء على ترتيب أهميتها حسب وجهة نظره. ليس جديدًا في نظريات التواصل مبدأ تحديد الإعلام للأولويات وتأثيرها بذلك على تفكير الناس ونظرتهم للأمور من حولهم؛ فقد عمل ماكسويل على نظرية ترتيب الأولويات "Agenda-Setting Theory" أواخر الستينيات، ويشير هذا إلى رغبة الجهات الإعلامية في تقديم خبر على خبر،

---

[33] McCain vs. Obama on the Web. (2008, September 15). Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/journalism/200815/09//mccain-vs-obama-on-the-web/

[34] لي ماكنتير: كتاب ما بعد الحقيقة، ترجمة حجاج أبو جبر، 2022، دار معنى للنشر والتوزيع.

[35] AI in Journalism: A Deep Dive into News GPT. (2024, April 23). News, research and skills development for insurance. https://www.cover.co.za/podcasts/ai-in-journalism-a-deep-dive-into-news-gpt

وبإعطاء مساحة أوسع لخبر على حساب آخر، ولكنّ أيًّا من هذا لا يعني بث الأخبار الكاذبة.

أما عبارة "يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقول بالضبط إن هناك 57,312 شخصًا يقفون في التجمع. هنا صورة الأقمار الاصطناعية. هذه هي الحقيقة غير المتحيزة. وسيكون من الصعب جدًّا على إنسان أن يجادل في ذلك"، فإنها تشير إلى الحقيقة المثبتة بالدليل، التي يتجه عالم ما بعد الحقيقة إلى تقليل أهميتها؛ عبر إعلاء دور المشاعر في اختيار الحقائق المتوافقة مع المعتقدات المسبقة ورفض ما عداها، وصولًا إلى اختلاق معلومات لا أصل لها[36].

ولكن في جزء آخر من المقابلة، يخلط آلان ليفي بين الانحياز في نقل المعلومات والأخبار الكاذبة، فيقول:

"ومرة أخرى، أريد أن أنبه مستمعيك في حال دخلوا إلى موقع newsgpt.ai وقرؤوا القصص الإخبارية، فإنهم قد يلحَظون أن بعض القصص بالتأكيد منحازة في الوقت الحالي. ما لدينا أيضًا هو آلية تمكن القارئ أو المشاهد من التصويت على القصة بأنها مزيفة أو ناقلة للحقيقة. عندما يفعل الناس ذلك، فإن الذكاء الاصطناعي يتعلم أيضًا. هذا هو حشد المصادر "crowdsourcing" أو جمع المصادر للحقيقة".

وفقًا للصورة أدناه، يوجه آلان ليفي قراء القصص الخبرية للمشاركة في تغذية نموذج الذكاء الاصطناعي وتعليمه الحقيقة من غيرها، كي يطور من آلية عمله. يظهر مربع التصويت على الموقع في الصورة أدناه.

ولكن تبرز هنا مشكلة جديدة؛ فمن السهولة توجيه نموذج الذكاء الاصطناعي للمصادقة على خبر ما أو دحض خبر آخر عبر شن حملات تصويت على خبر بأنه "حقيقي" أو "كاذب". قد يَنتُج هذا الفعل عن أنصار جهة معينة، أو عن ظاهرة الذباب الإلكتروني أو حتى عبر تقنية ذكاء اصطناعي يمكن تطويرها لهذا الغرض. تعرض هذه الاحتمالية سؤال إمكانية الاعتماد على نموذج التصويت العام لصالح الأخبار للوصول إلى أفضل طريقة لضمان مصداقية الأخبار في نموذج الذكاء الاصطناعي الذي يطرحه الموقع، مع التشديد على أن هذا النموذج المطروح يعمل من دون تدخل بشري كليًّا؛ فهو من ثَمّ سيكون مستعدًّا لتحديث ما تعلمه بناء على المدخلات الجديدة التي لن يستطيع التحقق منها على أرض الواقع.

قد لا يعني الانحياز اختلاق أخبار كاذبة بالضرورة، وإنما قد يكون في طريقة تأطير الخبر كما تنص نظرية التأطير "Framing theory" أو في أولوية نقل الأخبار كما في نظرية "Agenda-Setting The-ory" ونظريات عدة أخرى حاولت دراسة الانحياز في الصحافة. عُرفت نظرية ترتيب الأولويات أول مرة عندما لُفت انتباه الباحثين إلى أن أولويات الأخبار شكلت أولويات الجماهير إبان الانتخابات الأميركية عام 1968. تنص النظرية على أن البشر يتواصلون مع العالم خارج نطاق حركتهم (كالعائلة والحي والعمل) من خلال الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، وهو ما يُعرَف بالحقيقة غير المباشرة "second-hand re-ality". ولاستحالة تغطية الموضوعات جميعها في العالم لاعتبارات المكان والزمان، فإن الإعلام يلقي الضوء على عدد معين من القضايا التي تعد ذات أهمية خبرية. مع مرور الوقت، تصبح القضايا المهيمنة في وسائل الإعلام هي البارزة في نقاشات الرأي العام. هذه القدرة على تأثير اعتبار أي من القضايا والشخوص والموضوعات الأكثر أهمية هي ما يسمى بدور وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات[37].

---

[36] لي ماكنتير: كتاب ما بعد الحقيقة، ترجمة حجاج أبو جبر، 2022، دار معنى للنشر والتوزيع

[37] Maxwell M., & Sebastián V. «The Agenda-Setting Theory.» Cuadernos de Información , no. 20 (2007):4450-. Redalyc, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97120369004 .

أمـا نظريـة التـأطير فإنهـا تشير إلـى أن الطريقـة التـي يُـقدّم الخبر بهـا للجمـهور (أي "الإطـار") تؤثر علـى كيفيـة معالجـة النـاس لتلك المعلومـات. تعطـي الإطـارات معنـى للأخبـار المنقولـة وتـعمل علـى تـعزيز تعريفـات وتـفسيرات معينـة للقضايـا السياسيـة. يستخدم البـاحثون هذه النظريـة عـادة بـهدف تحديد الاتجاهـات فـي التـعريف بالقضايـا، ومقارنـة التغطيـة الإعلاميـة عبر وسـائل الإعلام المختلفـة[38]. وستُستخدم نظريـة تحديد الأولويـات فـقط فـي هذا البحث.

الصحافة في عالم ما بعد الحقيقة

نـاقشت عدة أبحـاث وضـع الصحافـة فـي عـالم اختلّ فيـه الإجمـاع علـى ماهيـة الحقائـق وأهميتهـا، وفـي السطور التاليـة بـعض النقاشـات التـي تسـاعد فـي تكوين توطئـة لتحـليل الدور المنوط بـالذكاء الاصطناعـي فـي تشكيل واقـع الحقيقـة كمـا تطمـح "NewsGPT" لأن يكون، ولكن التركيز الأكبر سيكون علـى موضوع دور الصحافـة فـي عـالم مـا بـعد الحقيقـة.

يـنـاقش الباحثـان "Asimina Michailidou" و"Hans-Jörg Trenz" أنـه لا يجب النظر للصحـفيين بأنهم أشخاص أقرب إلى الحقائق من غيرهم، بل هم جزء من حـقل الصحافـة الذي يـعتمد علـى ممارسـات مهنيـة محددة تسـاعد علـى تـأسيس قيمـة للمعلومـات بطريقـة موثوقـة تجعلهـا مقبولـة ومقنعـة لمـعظم النـاس. ولا يمكن الـقول إن المعلومـات هـي كلمـة مرادفـة للحقيقـة، ولا يمكن الادعـاء بـأن الحقيقـة هـي المُنتَج المبـاشر للأخبـار، ولكن يمكن التـعبير عن الحقيقـة بأنهـا النتيجـة غير الثابتـة لتطبيـق الممارسـات الصحفيـة المهنيـة؛ كتقصـي الحقائـق والبحث عن المعلومـات والطـعن فيهـا. فـي هذه العمليـة، يلـعب الصحـفيون دورًا وسيطًـا فـي نـقل الحقيقـة "Truth Brokers" فـي حـقل تكون فيـه المعلومـة قابلـة للطـعن. إذًا، فـإن مـا يجـعل من الصحافـة مصدرًا للأخبـار ليس المنتـج الذي يصدر عنهـا، بل العمليـة التـي تمر بهـا المعلومـات حتـى تخرج للعامـة[39].

فـي ضوء هذا النقـاش، فـإن موقـع "NewsGPT" يـقترح نظامًـا جديًدا وعمليـة يُـعتمد فيهـا علـى الذكاء الاصطناعـي كليًّـا بدلًا من البشر. يتحول الصحفـي هنـا ومؤسسـة الصحافـة إلـى الشبكـة العصبيـة المتطورة لـلذكاء الاصطناعـي ونموذج اللغـة الذي يـعمل بـه.

لا يبدو ذلك أمرًا متفقًـا عليـه وممكنًـا بين البـاحثين والصحـفيين. فـي البحث المـعنون بـ" Trustworthy journalism through AI – الصحافـة الموثوقـة من خلال الذكاء الاصطناعـي"، يرى البـاحثون أن الصحافـة المدعمـة بتقنيـات الذكاء الاصطناعـي تتطلب توزانًـا بين المهمـات البشريـة المـعززة بتقنيـات الذكاء الاصطناعـي والمهمـات المؤتمتـة كليًّـا بـالذكاء الاصطناعـي[40]، مؤكدين بذلك رأي البـاحثَيْن موران وجـاويد شيـخ "Ra-chel E. Moran - Sonia Jawaid Shaikh" بأن التكنولوجيـا ليست أداة خارجيـة يجبر الصحـفيون علـى تبنيهـا فـي عملـهم، إنمـا هـي أداة تُشكَّل حسب احتياجـات الصحافـة وقيمهـا وممارستهـا[41].

إن تضـاد رؤيـة مؤسسـي "NewsGPT" مـع رؤية عدد من البـاحثين والصحـفيين هو أحد دوافـع البحث فـي هذه الشبكـة وكيفيـة عملهـا، ومحاولـة تـأطير رؤيتهـا نظريًّـا.

---

[38] Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing Theory. Annual Review of Political Science, 10(1), 103–126. https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054.

[39] Michailidou, A., & Trenz, H.-J. (2021). Rethinking journalism standards in the era of post-truth politics: from truth keepers to truth mediators. Media, Culture & Society, 43(7), 1340–1349. https://doi.org/10.11770163443721104066 9/ .

[40] Opdahl, Andreas & Tessem, Bjørnar & Dang Nguyen, Duc Tien & Motta, Enrico & Setty, Vinay & Throndsen, Eivind & Tverberg, Are & Trattner, Christoph. (2023). Trustworthy journalism through AI. Data & Knowledge Engineering. 146. 102182. 10.1016/j.datak.2023.102182.

[41] Moran, Rachel E., and Sonia Jawaid Shaikh. 2022. "Robots in the News and Newsrooms: Unpacking Meta-Journalistic Discourse on the Use of Artificial Intelligence in Journalism." Digital Journalism 10 (10): 1756–74. doi:10.108021670811.2022.2085129/.

الإطار المنهجي

اعتمدت الورقة على نوعين من البيانات: البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تكونت البيانات الأولية من المعلومات التي وردت على موقع شبكة "NewsGPT" ومن مقابلة مؤسس الشبكة آلان ليفي على بودكاست مجلة "Cover". أما البيانات الثانوية التي عمل البحث على استخلاصها فهي نتيجة تحليل محتوى القصص الإخبارية المنشورة على موقع الشبكة.

استخدمت الورقة المنهجية النوعيّة وتحديدًا تحليل المحتوى للمواد الخبرية المنشورة على الشبكة. يستخدم الباحثون أسلوب تحليل المحتوى بكثرة مع النصوص بمختلف أنواعها، ولا سيما مع النصوص المكتوبة كالجرائد والقصائد ومواقع الإنترنت، ويمكن استخدام تحليل المحتوى مع الرسومات أيضًا وأي نوع من أنواع الفنون. يعرف الأكاديمي بابي هذا الأسلوب باختصار بأنه "دراسة أي شكل مسجل من أشكال التواصل بين البشر"[42].

يتكون مجتمع الدراسة من المواد الخبرية المنشورة على موقع الشبكة "https://newsgpt.ai" جميعها، ولأجل اختيار عينة الدراسة حُدّدت 10 أيام لجمع المواد المنشورة فيها، ثمّ فُرزت المواد الخبرية السياسية عن غيرها، لتكون المواد الخبرية السياسية وحدة التحليل في الورقة.

جمعت الباحثة المواد الخبرية المكتوبة والمنشورة على موقع "NewsGPT" على مدار عشرة أيام بين تاريخي 01/05/2024 و 10/05/2024، وبلغ عددها بالمجمل: 309، ثم انتُقِيت الأخبار السياسية منها التي بلغ عددها 107، أي الثلث تقريبًا 33.7%. توزعت المواد كالتالي: 84 مادة يوم 01/05/2024، 72 مادة يوم 06/05/2024، 11 مادة يوم 07/05/2024، 79 مادة يوم 08/05/2024، 34 مادة يوم 09/05/2024 و29 مادة يوم 10/05/2024. لم تنشر أي مادة في الأيام غير المذكورة (4 أيام).

شمل تصنيف المواد السياسية المواد التي صنفها الموقع تحت بند "السياسية" علاوة على مواد عدة أخرى وقعت في تصنيفات مختلفة ولكن ارتباطها بالفواعل السياسية أو الأحداث السياسية الجارية في العالم جعلها تُدرج تحت بند المواد السياسية.

حللت الباحثة المواد السياسية في العينة التي بلغ عددها مئة عبر مستويَيْن:

تحليل المناطق: تحديد المنطقة التي تعالجها المادة المنشورة. على سبيل المثال: الولايات الأمريكية، غزة، روسيا-أوكرنيا...

تحليل الثيمات - الموضوع: تحديد الموضوع الرئيس للمادة الصحفية، على سبيل المثال: المظاهرات في الجامعات الأميركية، الانتخابات...

من ضمن المواد السياسية، اختير ثلث العينة عشوائيًّا لتقصي مصدرها الأساسي، وهو يعادل 30 مادة. للوصول للمصادر الأساسية للمواد الخبرية في العينة، استُخدمت طريقتان أساسيتان:

استخدام موقع كشف الانتحال الأدبي عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي "Copy Leaks" عبر خدمته المدفوعة لكشف السرقات الأدبية والمحتوى المكتوب بالذكاء الاصطناعي. في هذه الخطوة استُخدمت خصيصة المسح العام عبر شبكة الإنترنت "Scan" فقط.

البحث بنطاق تاريخي مخصص لكل مادة خبرية عبر بحث جوجل باستخدام الأدوات التي تتيح تحديد تاريخ البحث، ثم اختيار أقرب المواد من حيث المحتوى للمادة المنشورة على شبكة جي بي تي نيوز، ونقل محتوى تلك المادة إلى موقع "Copy Leaks" لاستخدام خصيصة مقارنة المواد "compare" والتحقق من مدى التشابه والسرقة الأدبية.

في نهاية هذه الخطوة، حُدّد المصدر أو المصادر الأساسية لكل مادة.

[42] Babbie, E. (2014). The practice of social research (14th ed.). CENGAGE Learning Custom Publishing p. (295297-).

النتائج

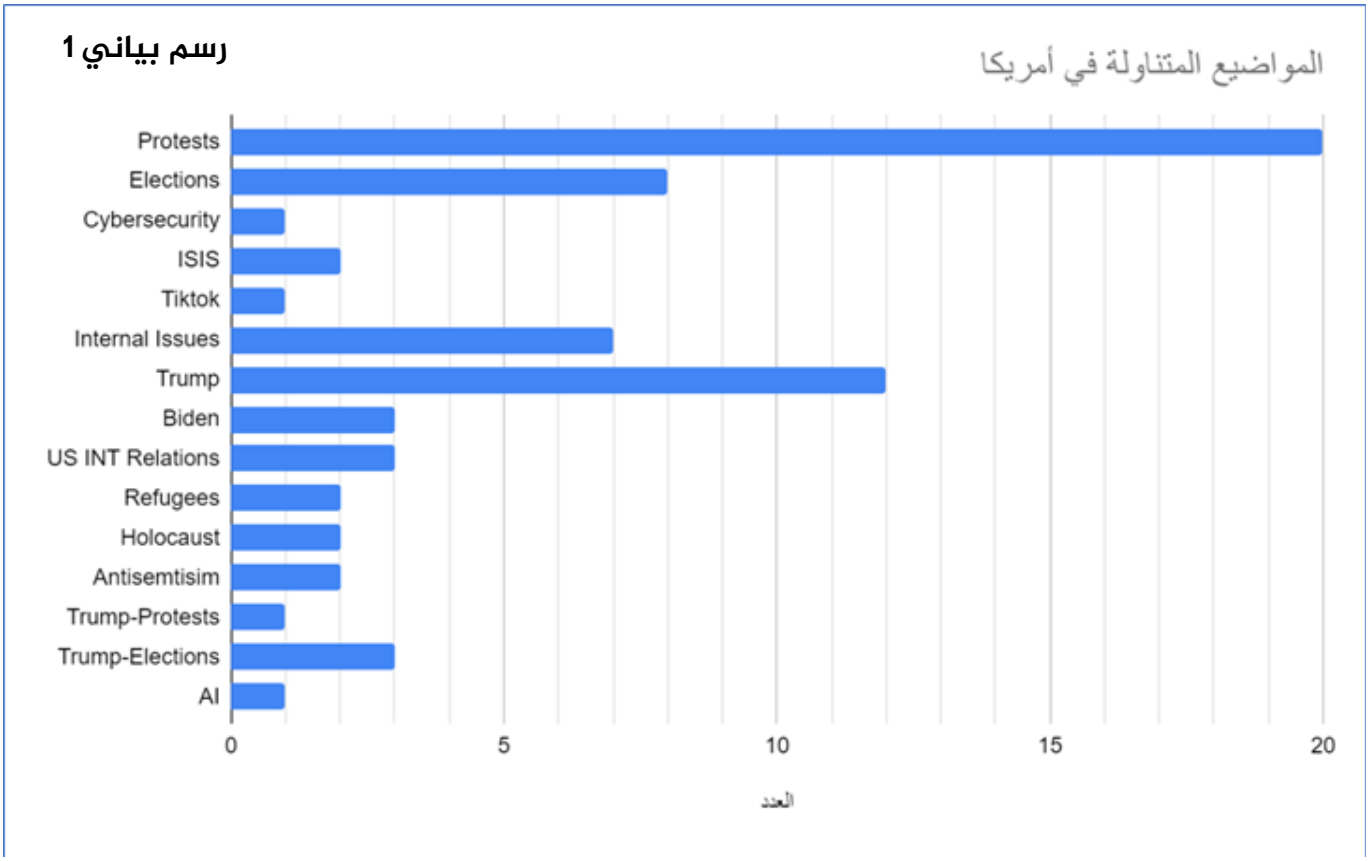
يمكن عرض نتائج تحليل المحتوى في جدولين وثلاثة رسوم بيانية، على النحو التالي: جدول المناطق (جدول 1)، جدول الموضوعات (جدول 2)، رسم بياني لتوزيع موضوعات الولايات المتحدة الأمريكية (رسم بياني 1)، رسم بياني للمصادر الأصلية (رسم بياني 2)، رسم بياني للعلاقة بين المصادر الأصلية ونسبة السرقة الأدبية (رسم بياني 3).

جدول 1 - جدول المناطق		
المنطقة Region	عدد المواد	النسبة المئوية
الأرجنتين Argentina	1	%1.0
مصر- إسرائيل Egypt-Isreal	1	%1.0
ألمانيا Germany	4	%4.0
العالم Global	1	%1.0
المجر Hunagry	1	%1.0
الهند India	2	%2.0
إسرائيل Isreal	3	%3.0
لبنان- إسرائيل Lebanon-Isreal	2	%2.0
فلسطين- إسرائيل Palestine-Isreal	5	%5.1
روسيا Russia	3	%3.0
روسيا- أوكرانيا Russia-Ukraine	6	%6.1
بريطانيا UK	1	%1.0
الولايات المتحدة الأمريكية US	68	%68.7
إيران Iran	1	%1.0
المجموع Total	**99**	**%100.0**

يظهر جدول توزيع المناطق أن النسبة الأكبر للمناطق التي تناولتها الأخبار هي للولايات المتحدة الأمريكية التي بلغت 68.7%، ولا يقاربها أي بلد من البلدان بهذه النسبة. احتلت روسيا وأوكرانيا المركز الثاني بنسبة 6.1% تليها فلسطين وإسرائيل بنسبة 5.1% ثم ألمانيا بنسبة 4%، أما عن بقية المناطق وعددها 10 فقد تراوح عدد المواد التي تناولتها بوصفها موضوعًا رئيسًا بين مادة واحدة إلى 3 مواد فقط، ما تبلغ نسبته 3%-1%.

بالانتقال إلى جدول الموضوعات المتناوَلة على اختلاف المناطق، فإن ثلاثة موضوعات تحتل الصدارة: المظاهرات، وترامب، والانتخابات. وفي الحقيقة تنتمي هذه الموضوعات الثلاثة إلى الولايات المتحدة، كما يوضح الرسم البياني 1. أما عن بقية الموضوعات، فقد تصدرت الشؤون الداخلية أعلى نسبة وصلت لـ9.09% وهي تتبع لعدة مناطق، ثم الهولوكست بنسبة 8.08%، والحرب الروسية الأوكرانية بنسبة 6.06%. احتلت الموضوعات الأخرى نسبًا صغيرة تتراوح بين 1% و3%.

رسم بياني 1



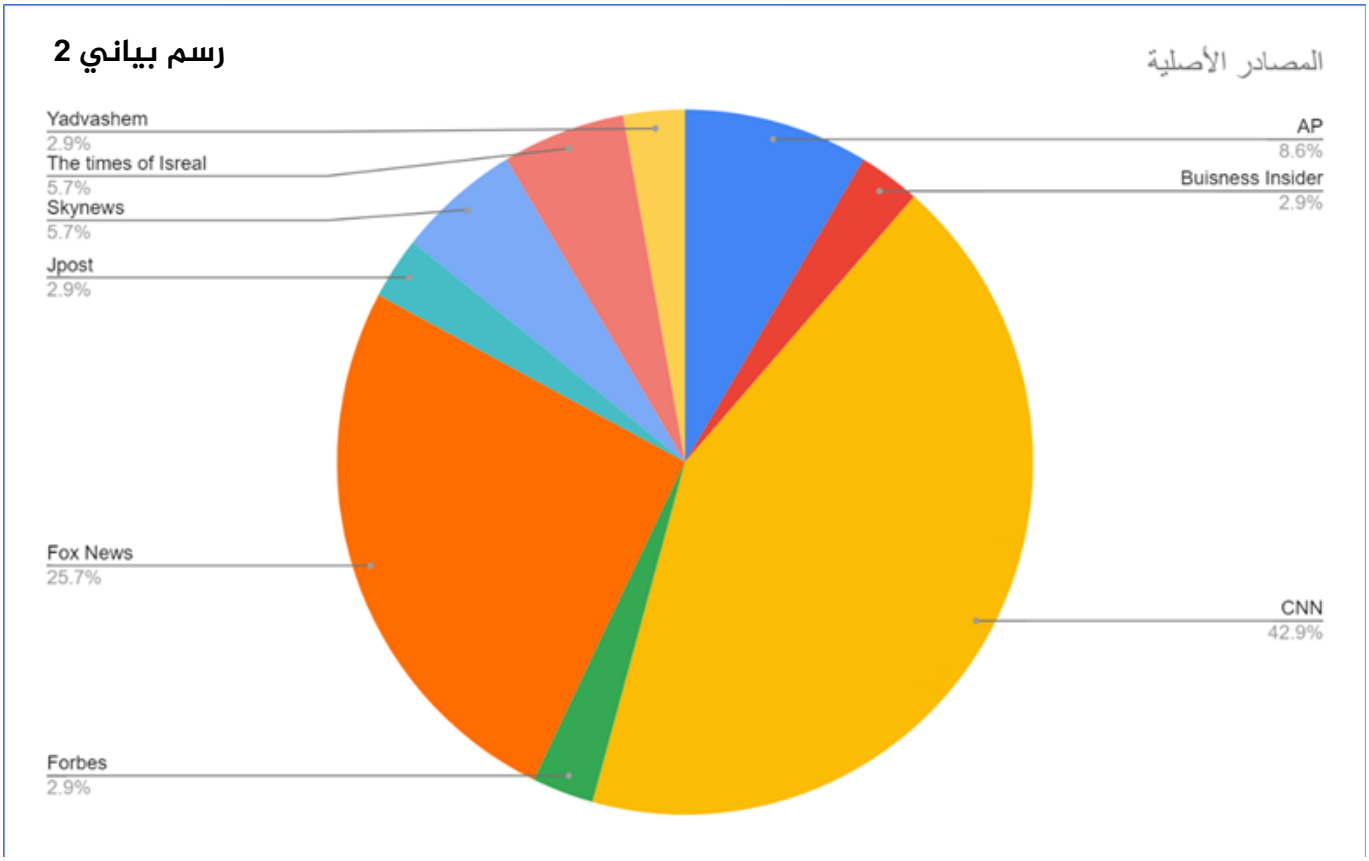
تثبت بيانات جدول المناطق وجدول الموضوعات المتداولة في الولايات المتحدة الأمريكية ميلًا عاليًا إلى تغطية الموضوعات التي تدور حول الشمال العالمي مقارنة بالدول التي تقع في الجنوب، فكما احتلت الولايات المتحدة الأميركية المركز الأول من دون أي مقارنة بالدول الأخرى في العالم، احتلت منطقتان أخريان المركزين الثاني والثالث، وهما ألمانيا وروسيا- أوكرانيا.

في سلم الموضوعات كانت مظاهرات الطلاب في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم جاءت الموضوعات المتعلقة بالانتخابات وترامب في صدارة التوزيع، وبعد ذلك الهولوكست والحرب الروسية الأوكرانية. على الرغم من الحرب الدائرة في غزة والمأساة الإنسانية التي يعيشها أهل القطاع منذ اندلاع الحرب في أكتوبر 2023، فقد حظيت المنطقة بخبر واحد فقط، في المقابل حظيت موضوعات كمعاداة السامية، والهولوكست، والضحايا الإسرائيليين، والأسرى الإسرائيليين بتغطية أكبر. وبمقارنة المواد التي تناولت الحرب على غزة بالمواد التي عالجت الحرب الروسية الأوكرانية الدائرة في الوقت نفسه، فإن الأخيرة بلغت نسبة تناولها 6.06%، ما يشير إلى وجود انحياز لدى شبكة "NewsGPT" لتغطية معاناة الناس في الشمال العالمي Global North مقارنة بدول الجنوب Global South.

جدول 2 - جدول الموضوعات		
الموضوع Theme	عدد المواد	النسبة المئوية
المظاهرات Protests	20	%20.20
حزب الله Hezbollah	2	%2.02
الهولكست Holocaust	8	%8.08
الحرب الروسية الأوكرانية Russia-Ukraine war	6	%6.06
الانتخابات Elections	10	%10.10
العقوبات Sancations	3	%3.03
داعش ISIS	2	%2.02
تيكتوك Tiktok	1	%1.01
شؤون داخلية Internal Issues	9	%9.09
بايدن Biden	3	%3.03
ترامب Trump	12	%12.12
ترامب- الانتخابات Trump-Elections	3	%3.03
ترامب- المظاهرات Trump-Protests	1	%1.01
معاداة السامية Antisemitism	3	%3.03
اللاجئون Refugees	2	%2.02
الجيش الإسرائيلي IDF	1	%1.01
الضحايا الإسرائيليون Israeli Victims	2	%2.02
الأسرى الإسرائيليون Israeli Hostages	2	%2.02
الأمير هاري Prince Harry	1	%1.01
الأمن السيبراني Cybersecurity	2	%2.02
الذكاء الاصطناعي AI	1	%1.01
غزة Gaza	1	%1.01
العلاقات الأميركية الخارجية US INT Relations	3	%3.03
يوروفيجن Eurovision	1	%1.01
المجموع Total	**99**	**%100.00**

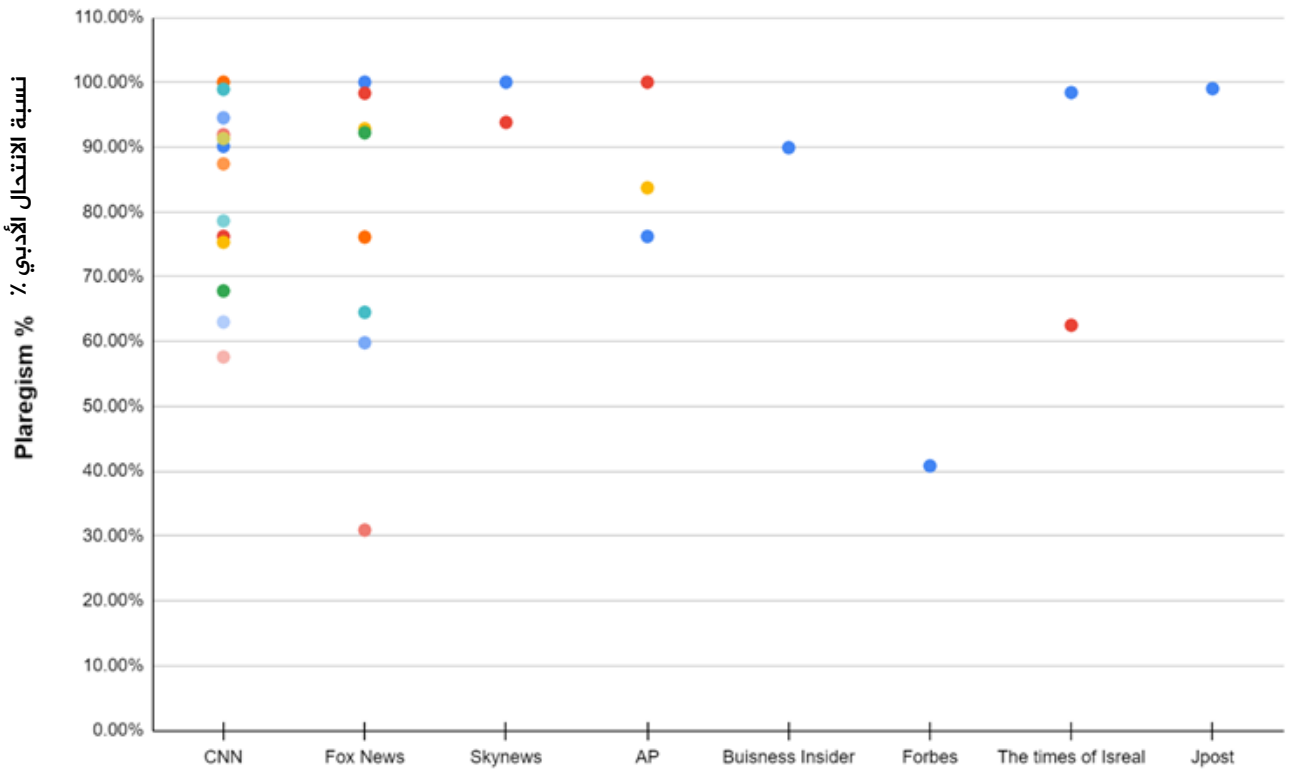
فـي الخطوة الثانيـة من تحـليل محتوى المواد السياسيـة الخبريـة علـى موقـع شبكـة "NewsGPT"، جرى البحث عن المصدر الأصلـي لخمس وثلاثين مـادة اختيرت عشوائيًّـا من بين عينـة المواد الـ99. سبب ذلك أن الشبكـة لا تذكر المصـادر التـي تـعتمد عليهـا علـى نحو محدد؛ إذ إن كل المواد منشورة مـع صورة وعنوان من دون اسم كاتب أو إشـارة إلـى المصدر الأساسـي؛ لذا فـقد استُخدم موقـع "Copy Leaks" وبحث جوجل المتـقدم لـلوصول إلـى المصـادر، بالطريقـة الموضحـة فـي قسم المنهجيـة.

رسم بياني 2



أوضحت النتائج أن الموقع اعتمد على شبكتي "CNN" بنسبة 42.9% و"FOX NEWS" بنسبة 25.7%. وهذه تؤلف نسبة 68.6% من مجمل المصادر المستخدمة، واستخدم بعدها موقع أسوشيتد بريس "AP" بنسبة 8.6% يليه "The Times of Isreal" بنسبة 5.7%.

لا يمكن فهم نتائج الرسم البياني الذي يوضح المصادر الأصلية إلا بربطها بنسب الانتحال الأدبي التي أظهرها موقع "CopyLeaks"، والتي تَظهرُ في الرسم البياني 3.



رسم بياني 3

في هذا الرسم البياني، تمثل كل نقطة مادة خبرية واحدة، ما يعني أن كل نقطة تقدم معلومتين: نسبة الانتحال الأدبي، والمصدر الأصلي (الموضح اسمه في الخط العمودي) في مادة واحدة. رغم صعوبة التأكد مما إذا كانت شبكة "NewsGPT" قد اعتمدت في كل مادة خبرية سياسية على مصدر واحد فقط، فإنه يمكن تفسير نسب الانتحال الأدبي على النحو التالي: 8 مواد من أصل 35 مادة أظهرت نسبة انتحال بلغت 100% أو ما يقاربها، ما يشير إلى أنها اعتمدت كليًّا على مصدر واحد فقط، وتبدو هذه المواد أشبه بتلخيص أو إعادة صياغة للمحتوى الأصلي المنشور في مواقع صحفية أخرى. أما أقل نسبة انتحال فقد بلغت 30%. ومن الجدير بالذكر أن 33 مادة من أصل 35 تجاوزت فيها نسبة الانتحال 50%، كما هو موضح في الرسم البياني.

يُلحَظ في هذا القسم أن شبكة "NewsGPT" اعتمدت في مصادرها على شبكات إخبارية تعود إلى الشمال العالمي أيضًا، وهذا يفسر في جزء منه غلبة المواد الخبرية عن بلدان الشمال والموضوعات المتعلقة بها. اعتُمِد كذلك على مواقع إخبارية إسرائيلية لتغطية بعض أخبار إسرائيل، وفي هذا انحياز للسردية الإسرائيلية في تغطية الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة. في المقابل، لم يُتّخذ أي مصدر من دول الجنوب لتغطية الموضوعات المتعلقة به، بل استُخدمت المواقع الخبرية الأمريكية على نحو أساسي لذلك.

من المـهم عند البدء بمناقشـة النتائـج تذكُّر أن هذه التجربـة لا تزال فـي بواكيرهـا ولا يمكن الحكم عليهـا علـى نحو مطلـق، وأن هدف الدراسـة هو تحـليل العينـة المحددة التـي جُمـعت عبر عشرة أيـام، وهـي قد تكون صـغيرة مقارنـة بالـعدد المنشور من المواد؛ لذا فـإن قيـاس النتائـج يـعود إلـى العينـة فـقط.

استنـادًا إلـى نتائـج هذه العينـة، يتضـح أن الادعـاء بـأن الذكاء الاصطناعـي يمكنـه تـقديم "الحقيقـة غير الإنسـانية" ليس دقيقًـا تمامًـا؛ فـالذكاء الاصطناعـي يـعتمد فـي تغذيتـه علـى المعلومـات والمصـادر التـي تأتـي غالبًـا من شبكات إخباريـة تقليديـة. وحتـى الآن، لا يبدو أن نموذج اللغـة المستخدم فـي "NewsGPT" أو الشبكـة العصبيـة قـادران علـى معالجـة الأخبـار بمستوى يضاهـي الصحفـي البشري؛ الذي يـعتمد علـى مصـادر متنوعـة فـي صياغـة تقاريره وأخبـاره.

فـي تحـليل مـفصل أكثر، تبين أن الذكاء الاصطناعـي تبنـى سرديـة المصدر الأساسـي ذاتهـا وتوجهـه نفسـه. مثـال علـى ذلك المواد التـي بلـغت نسبـة الانتحـال فيهـا مـا يقـارب 100%:

NewsGPT	Fox News
May 8, 2024 World News **Floating Pier to Aid Gaza Humanitarian Delivery, Despite Weather Challenges** 	ISRAEL **Temporary floating pier for Gaza aid completed, will move into position once weather lets up: Pentagon** Both components of the floating pier were reportedly waiting to be moved from the Port of Ashdod to the Gaza Strip By Greg Wehner , Liz Friden · Fox News Published May 7, 2024 8:27pm EDT

The Jeruselm PostNewsGPT

May 2, 2024 Uncategorized

Jewish Representation Thrives at 2024 Tony Awards with Multiple Nominations

In a climate of escalating antisemitism, two productions highlighting Jewish experiences have been recognized with multiple nominations for the 2024 Tony Awards. The revival of the Kander and Ebb musical "Cabaret," which

‘Cabaret’ and ‘Prayer for the French Republic’ among Tony Award nominees

At a time of rising antisemitism, two shows about Jews caught up in a dangerous climate of hate received multiple nominations yesterday for the 2024 Tony Awards.

By LISA KEYS/JTA
MAY 2, 2024 10:33

من الخبرين أعلاه، يمكن أن نلحظ تشابه الكلمات المستخدمة في العناوين وتشابه طريقة وصف الشخصيات والأماكن والأحداث. لتوضيح ذلك أكثر: محتوى عنوان الخبر الأول في موقع "NewsGPT" متطابق تقريبًا مع عنوان مادة فوكس نيوز، ويستخدم المعلومات نفسها: التغيرات الجوية "Weather changes"، الرصيف العائم "floating pier"، مساعدة غزة "Gaza Aid". في الخبر الثاني الذي دار حول تمثيل اليهود في ترشيحات جوائز تونـي، اختلف تركيب العنوان ولكن تشابه استخدام المعنى: رغم تصاعد معاداة السامية، يحصد اليهود عدة ترشيحات في مهرجان تونـي.

خلاصة واستنتاجات

استند البحث إلى أربعة تساؤلات رئيسية عمل على الوصول إلى إجابات لها من خلال منهجيته النوعية في تحليل المحتوى، وقد كانت الأسئلة: "هل يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تنتج أخبارًا غير متحيزة؟ كيف تُنشأ أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية في شبكة "NewsGPT"؟ هل يغطي الذكاء الاصطناعي أخبار مناطق العالم المختلفة بدرجة متساوية؟ ما القيمة التي تضيفها أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية إلى عالم الصحافة في عصر ما بعد الحقيقة؟".

توصلت نتائج البحث إلى أن الأخبار التي تنتجها شبكة "NewsGPT" التي أُشير إليها في الدراسة بوصفها "أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية"، تعتمد على نحو أساسي على إعادة توليد المواد الخبرية المنشورة في مصادر إعلامية كشبكتي "CNN" و"FOX NEWS"، علاوة على عدد من المواقع الإخبارية الأخرى، وجميعها تنتمي إلى دول الشمال العالمي. تشير هذه النتيجة إلى أولى نقاط التحيز لدى شبكة "NewsGPT"، وهي استبعاد الشبكات الإخبارية في الجنوب العالمي من قائمة المصادر الموثوقة التي تعتمد عليها الشبكة.

انعكس هذا التحيز على التغطية الإعلامية من جانبين: توزيع الأخبار بين البلدان، وتنوع الموضوعات ومدى شمولها لدول العالم كافة. احتلت دول الشمال العالمي، وعلى رأسها الولايات المتحدة الأميركية بنسبة 68.7%، الصدارة في توزيع الأخبار، تلتها ألمانيا وروسيا وأوكرانيا بنسب أقل بكثير. في المقابل، حصلت فلسطين- إسرائيل على 5.1% فقط من التغطية رغم الحرب الجارية في قطاع غزة. يشير هذا بوضوح إلى أن الشبكة لم تعطِ الأخبار القادمة من الجنوب العالمي الأهمية نفسها التي أعطتها لأخبار الشمال، وخصوصًا الولايات المتحدة، وهو ما يثير الشكوك في قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج أخبار غير متحيزة.

في السياق نفسه، حازت موضوعات من مثل مظاهرات الطلاب في الجامعات الأمريكية والانتخابات الأمريكية على النسبة الأكبر من الأخبار خلال فترة الدراسة، وهو أمر متوقع نظرًا لتصدر دول الشمال في توزيع الأخبار. ومن المهم الإشارة إلى أنه، في ظل الحرب الدائرة في قطاع غزة، فقد خُصّص خبر واحد فقط للمعاناة الإنسانية الحالية، بينما جرى تناول الهولوكست بنسبة 8.08%، رغم أنه ليس حدثًا معاصرًا، والحرب الروسية الأوكرانية بنسبة 6.06%، وهي حرب تدور في الشمال العالمي، وهذا يُبرز انحياز الشبكة إلى معاناة شعوب الشمال، وتجاهلها للأحداث الدموية في الجنوب.

عمل البحث على تقصي كيفية توليد الأخبار من المصادر الأصلية، وتبين أن نسبة الانتحال الأدبي تجاوزت 50% في 94.2% من العينة المدروسة، وبلغت ما يقارب 100% في 22.8% من المواد. لا يمكن الادعاء بأن الذكاء الاصطناعي يعتمد على الأصالة في مبدأ عمله القائم على التوليد، ولكن هذه النسب المرتفعة للانتحال تشير إلى أن نظام اللغة المستخدم لا يزال بحاجة إلى تطوير كبير حتى يتمكن من كتابة مواد ترتقي إلى مستوى ما يقدمه الصحفيون البشريون، سواء من حيث تنوع المصادر أو من حيث استخدام مهارات التحليل والمقارنة وغيرها من المبادئ الأساسية في الصحافة.

يثير هذا الأمر سؤالًا مهمًّا عن دور الأخبار التي ينتجها الذكاء الاصطناعي في عصر ما بعد الحقيقة؛ فالموقع لا يذكر مصادر المواد المولدة بل يتركها مبهمة المصدر، وهذا يشبه الأخبار التي تُنشر على وسائل التواصل الاجتماعي من حسابات غير معروفة وغير مرتبطة بالصحافة، وهي إحدى سمات عصر ما بعد الحقيقة. ومن ثَمّ، يمكن القول إن توليد الأخبار من دون ذكر المصادر الأساسية لا يسهم في تعزيز قيمة الحقيقة في أذهان الجماهير التي تتعرض على نحو متزايد للمعلومات المضللة.

خاتمة

وصفت هذه الدراسة ظاهرة جديدة في مجال تفاعل الذكاء الاصطناعي مع الصحافة تتمثل في محاولة إنتاج أخبار ذكية تُعرف باسم "أخبار الذكاء الاصطناعي الأصلية"، واستعرضت عددًا من الدراسات السابقة عن تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة وتفاعلها مع الجمهور والصحفيين، بهدف تقييم هذا التأثير.

ركزت الدراسة على استكشاف سؤال رئيس: هل يمكن للذكاء الاصطناعي أن يكون أكثر حيادية إذا ما قُلّص دور الصحفي البشري؟ اعتمدت الدراسة على نموذج شبكة "NewsGPT" الذي يدّعي أنه يعتمد كليًّا على الذكاء الاصطناعي من دون تدخل بشري، واستخدمت منهجية تحليل المحتوى النوعي معتمدةً على نظريتي "ترتيب الأولويات" و"ما بعد الحقيقة" لتوفير إطار نظري.

وصف آلان ليفي، مؤسس شبكة "NewsGPT"، الذكاء الاصطناعي بأنه مثل "طفل ذكي" يحتاج إلى تغذية بالمعلومات، ولكن نتائج تحليل المحتوى في هذه الدراسة كشفت واقعًا مختلفًا؛ إذ لم يستخدم الذكاء الاصطناعي مصادر متنوعة، بل ركز على مصادر إعلامية أمريكية. كذلك فإن عملية جمع المعلومات والتحقق منها لم تتبع الأساليب الصحفية التقليدية، بل اعتمدت على المصادر مباشرة، وهو ما أُكِّدَ من خلال برنامج كشف الانتحال الأدبي "CopyLeaks".

طرحت الدراسة تساؤلات عن مدى قدرة الذكاء الاصطناعي على أن يكون صحفيًّا حقيقيًّا، ورغم أن النتائج لا تكفي للإجابة النهائية، فإنها تشدد على ضرورة دراسة حالات أخرى على نحو أعمق.

أظهرت النتائج أن شبكة "NewsGPT" تركز على تغطية أخبار الولايات المتحدة وبلدان الشمال العالمي، في حين كانت التغطية لبلدان الجنوب أقل بكثير. كذلك ركزت الموضوعات المطروحة على قضايا مثل الانتخابات الأميركية، وترامب، والحرب الروسية الأوكرانية، والهولوكست، ما يعكس انحيازًا جغرافيًّا وموضوعيًّا واضحًا.

يشير استخدام نظرية "ترتيب الأولويات" إلى أن هذه الشبكة توجه اهتمامات الجمهور نحو مناطق معينة، وهو ما يخلق "فقاعة" إعلامية تجعل الجمهور غير مطلع على الأحداث العالمية الأخرى.

في السياق الأوسع، يساعد الذكاء الاصطناعي في عدد من المهمات الصحفية مثل التحقق من المعلومات والصور وإنجاز المهمات الروتينية، إلا أن الدراسة أثارت تساؤلات عن مدى إمكانية الاعتماد الكلي على الذكاء الاصطناعي في الصحافة؛ إذ أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي في شبكة "NewsGPT" لم يتمكن من إنتاج محتوى أصيل، بعد أن تجاوزت نسبة الانتحال الأدبي 60% في معظم المواد المدروسة.

في عالم "ما بعد الحقيقة"، تظل الممارسات الصحفية المعتمدة على التحقق من المعلومات جوهرية؛ إذ لا تكتفي بالنتيجة النهائية بل تركز على عملية جمع المعلومات وتحديثها بناءً على المعطيات الجديدة. أما نموذج الذكاء الاصطناعي في "NewsGPT"، فقد أظهر محدودية واضحة؛ فلم يعتمد في إنتاج الأخبار إلا على إعادة صياغة محتوى موجود مسبقًا من دون عملية تحقق واضحة.

أخيرًا، يظل السؤال قائمًا عن مدى الإضافة الحقيقية التي

يمكن أن يقدمها الذكاء الاصطناعي للصحافة البشرية، في ظل استمرار الاعتماد على تقنيات قد لا تكون قادرة بعد على تحقيق الحياد الكلي أو تقديم حقائق جديدة.

إن قياس التجارب في مراحلها المبكرة يعد أمرًا بالغ الأهمية للباحثين والصحفيين والمهتمين بمجال الذكاء الاصطناعي. وبناءً على نتائج هذا البحث، يمكن تقديم بعض التوصيات التي قد تفيد الدراسات المستقبلية:

1. لم تتناول هذه الورقة مسألة الأخبار الكاذبة التي قد تنتج عن نموذج "NewsGPT". أثبتت ملاحظات بعض خبراء الذكاء الاصطناعي أن هذه النماذج قد تصل أحيانًا إلى مرحلة "الهلوسة" أو "تأليف معلومات غير موجودة". من المفيد دراسة ما إذا كانت هذه الظاهرة قد حدثت مع "NewsGPT".

2. كانت فترة التحليل في هذه الدراسة قصيرة، لم تتجاوز عشرة أيام؛ لذا يمكن أن تُجرى دراسات أخرى تمتد لفترات أطول للوصول إلى نتائج أكثر دقة وشمولًا.

3. تعتمد شبكة "NewsGPT" في عرضها المرئي على الصور التي تُولّد بالذكاء الاصطناعي بناءً على الأوامر النصية "Prompts" التي ينشئها الذكاء الاصطناعي اعتمادًا على النصوص المولدة. لم يتناول البحث تحليل هذا الجانب، لذلك سيكون من المفيد دراسة كيفية توليد الصور لكل خبر وتحليل محتواها ومدى توافقها مع الحقائق.

4. لتقديم تقييم شامل لنموذج إنتاج الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي، من الضروري دراسة حالات أخرى مشابهة. كما أشير في الورقة، فإن شبكة "Channel 1" تستعد لإطلاق نموذج خاص بها قريبًا، ما يفتح المجال لدراسة هذه التجربة الجديدة أيضًا ومقارنتها بنتائج "NewsGPT".

المصادر والمراجع

Abuhamad, A. Algorithmography: Intersections of Truth, Authenticity, and Representation of AI-Generated Visual Content in Journalism.

AI and journalism: What's next? (2023). Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/ai-and-journalism-whats-next.

AI Fast Cash. (2023, December 13). Channel 1's AI news anchors. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ecHioH8fawENoain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. Communication & Society, 35(3), 105–121. https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121 .

AI in Journalism: A Deep Dive into News GPT. (2024, April 23). News, research and skills development for insurance. https://www.cover.co.za/podcasts/ai-in-journalism-a-deep-dive-into-news-gpt.

Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. (2019). International Journal of Media, Journalism and Mass Communications, 5(1). https://doi.org/10.20431/2454-9479.0501004.

Babbie, E. (2014). The practice of social research (14th ed.). CENGAGE Learn-
.(ing Custom Publishing p. (295-297

Buckett, C. Yaseen. M. (July 2023) Generating Change A global survey of what news organisations are doing with AI, Journalism AI https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change .

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing Theory. Annual Review of Political Science, 10(1), 103–126. https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054 .

Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five AI experts weigh in. (2023, March 23). Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/chatgpt-threat-or-opportunity-journalism-five-ai-experts-weigh.

Marko Milosavljević & Igor Vobič (2019): Human Still in the Loop, Digital Journalism, DOI:10.1080/21670811.2019.1601576.

Maxwell M., & Sebastián V. “The Agenda-Setting Theory.” Cuadernos de Información , no. 20 (2007):44-50. Redalyc, https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97120369004.

McCain vs. Obama on the Web. (2008, September 15). Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/journalism/2008/09/15/mccain-vs-obama-on-the-web/ .

Monti, Matteo. (2019). Automated Journalism and Freedom of Information: Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field. 1.

Moran, Rachel E., and Sonia Jawaid Shaikh. 2022. “Robots in the News and Newsrooms: Unpacking Meta-Journalistic Discourse on the Use of Artificial Intelligence in Journalism.” Digital Journalism 10 (10): 1756–74. doi:10.1080/21670811.2022.2085129.

Michailidou, A., & Trenz, H.-J. (2021). Rethinking journalism standards in the era of post-truth politics: from truth keepers to truth mediators. Media, Culture & Society, 43(7), 1340–1349. https://doi.org/10.1177/01634437211040669.

Opdahl, Andreas & Tessem, Bjørnar & Dang Nguyen, Duc Tien & Motta, Enrico & Setty, Vinay & Throndsen, Eivind & Tverberg, Are & Trattner, Christoph. (2023). Trustworthy journalism through AI. Data & Knowledge Engineering. 146. 102182. 10.1016/j.datak.2023.102182.

Peña-Fernández, Simón; Meso-Ayerdi, Koldobika; Larrondo-Ureta, Ainara; Díaz-Noci, Javier (2023). “Without.

Predicting AI News Credibility: Communicative or Social Capital or Both?, Communication Studies, DOI: 10.1080/10510974.2020.1779769.

Russell, S. J., & Norvig, P. (2002). Artificial Intelligence: A Modern Approach

(2nd Edition) (2nd ed.). Prentice Hall.

Sangwon Lee , Seungahn Nah , Deborah S. Chung & Junghwan Kim .(2020):

Shedden, David. “New Media Timeline (1980).” Poynter, May 2, 2013. https://www.poynter.org/archive/2004/new-media-timeline-1980/ .

Stalph, F. (2018). Truth Corrupted: The Role of Fact-Based Journalism in a Post-Truth Society. Digital Investigative Journalism, 237–248. doi:10.1007/978-3-319-97283-1_22 .

Toff, B, and FM Simon. 2023. “‘Or They Could Just Not Use It?’: the Paradox of AI Disclosure for Audience Trust in News.” SocArXiv.

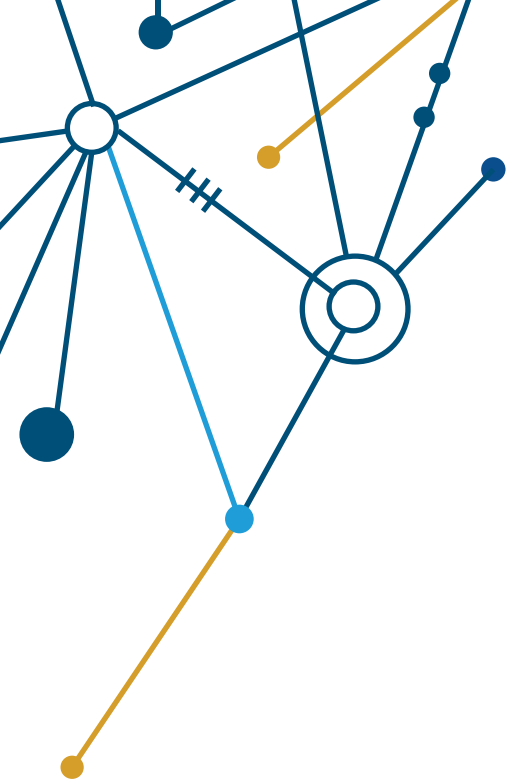
Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media”. Profesional de la información, v. 32, n. 2, e320227. https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27 .

Yanfang Wu (2019): Is Automated Journalistic Writing Less Biased? An Experimental Test of Auto-Written and Human-Written News Stories, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2019.1682940.

White, D. M. (1950). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. Journalism Quarterly, 27(4), 383-390. https://doi.org/10.1177/107769905002700403.

المصادر العربية

لـي مـاكنتير: كتـاب مـا بـعد الحقيقـة، ترجمـة حجـاج أبو جبر، ٢٠٢٢ دار معنـى لـلنشر والتوزيـع



معهد
الجزيرة للإعلام

AJMInstitute

+974 44897666
institute@aljazeera.net
http://institute.aljazeera.net/