

الذكاء الاصطناعي ومستقبل أخبار التلفزيون: بحث استشرافي تنظيري

## Artificial Intelligence and the Future of Television News: A Forward-looking Research

تاريخ الإرسال: 2023 / 04 / 27 تاريخ القبول: 2023/06/ 10 تاريخ النشر: 2023/06/20

عبد الرزاق محمد الدليمي

جامعة الخوازمي، الأردن، Email : [abedd2005@gmail.com](mailto:abedd2005@gmail.com)

الملخص:

تتسابق وكالات الأنباء العالمية والمواقع الإخبارية في إنتاج الأخبار التي تجمع بين الذكاء الاصطناعي والخبرة التحريرية، لتتمكن من إنشاء المحتوى الذي ينشئه المستخدم ويتم التحقق منه تلقائياً، وذلك بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي (chatbots). ويبدو أن التطور في هذه التطبيقات وتحسين قدرات الروبوتات الإبداعية يسير بأسرع مما نتوقع، الذكاء الاصطناعي (AI) هو محفز قوي يمكن المؤسسات الإعلامية من تحسين عملياتها وتحسينها. الهدف من البحث هو التأكيد على أهمية وإمكانات الذكاء الاصطناعي أثناء تحليلات البيانات عالية الأداء وإنشاء محتوى الوسائط كما نستهدف في بحثنا الاستشرافي التنظيري هذا تسليط ضوء مستقبلي على حجم وإمكانية توظيف الذكاء الاصطناعي وأثرها في مستقبل أخبار التلفزيون.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي؛ الأخبار؛ المؤسسات الإعلامية

المؤلف المرسل: عبد الرزاق محمد الدليمي، Email : [abedd2005@gmail.com](mailto:abedd2005@gmail.com)

## Abstract:

International news agencies and news sites are racing to produce news that combines artificial intelligence with editorial expertise, to be able to create user-generated content that is automatically verified by artificial intelligence applications (chatbots).

The development in these applications and the improvement of the creative capabilities of bots seems to be moving faster than we expect. Artificial intelligence (AI) is a powerful catalyst that enables media organizations to improve and improve their operations. The aim of the research is to emphasize the importance and potential of artificial intelligence during high-performance data analytics and media content creation. We also aim in this prospective theorizing research to shed a future light on the size and possibility of employing artificial intelligence and its impact on the future of television news.

**Keywords:** artificial intelligence; news; Media institutions

## مقدمة:

تخيل هذا: ستعود إلى المنزل بعد يوم طويل وتقرر الاسترخاء من خلال متابعة آخر الأحداث حول العالم. لذا، تقوم بتشغيل التلفزيون، وتضع القناة الإخبارية المفضلة لديك- وتلاحظ أنه تم استبدال مذيع الأخبار المعتاد. هذا ليس بالأمر الغريب لذا أنت ببساطة تتجاهل وتواصل المشاهدة.

يشق الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence (AI) طريقه من خلال وسائل الاتصال والإعلام وإنتاج محتواه وتطوير مهام أنشطته وقيمة مثل التسميات التوضيحية المغلقة وإنشاء مقاطع الوسائط الاجتماعية بالإضافة إلى وضع علامات على البيانات الوصفية، وخلال السنوات الأخيرة تم متابعة صناعة التلفزيون لدراسة كيفية



تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام بشكل عام وعلى أهم أدواته التلفزيون في هذه المرحلة وكذلك في المستقبل، سيما وأن الذكاء الاصطناعي سيخلق بعض الآثار الحقيقية في صناعة التلفزيون.

نجاح التلفزيون بشكل ملفت في تحويل اهتمامات الناس من المحتوى الإعلامي المسموع إلى المحتوى الإعلامي المرئي المسموع المصحوب بالحركة واللون بحيث أزدادته أهمية الدور الذي يضطلع به التلفزيون في المجتمعات، إلى درجة دفعت أغلب حكومات العالم منذ خمسينات القرن الماضي إلى إنشاء عدد من القنوات التلفزيونية تتولى تحقيق أجندات تلك الحكومات الداخلية والخارجية، وفي مقدمة تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية، إضافة إلى مهمة تعريف العالم بحضارة الشعوب بوجهات نظر تلك الحكومات في المسائل الدولية. وليس أدل على أهمية التلفزيون مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدول التي تمتلك قنوات تلفزيونية فاعلة تعتبر أكثر فاعلية من غيرها مهما كان حجمها وعدد سكانها أو موقعها الجغرافي، فلقد أصبح التلفزيون عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت في التلفزيون إحدى دعائمها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة.

لقد أصبح توظيف الذكاء الاصطناعي الآن في صناعة الترفيه لتعزيز سير عمل المؤسسات المتخصصة بشكل أكثر فاعلية. كشفت دراسة استقصائية من قبل Quantum أن هناك كثير من المنظمات قد اختبرت الذكاء الاصطناعي واستفادت من هذه التكنولوجيا المتجددة لأغراض متعددة في إنجاز عملها. (الدليمي:2022)

## 1. تطور التلفزيون والذكاء الاصطناعي

شهدت صناعة التلفزيون تطورات مذهلة خلال السنوات الأخيرة ومنها زيادة التطبيقات الذكية، التي سيكون أداؤها بشكل أكثر كفاءة في المستقبل، لقد عززت سير تلك التطبيقات العمل في صناعات التلفزيون بعدما عزز الذكاء الاصطناعي تجربة المشاهدة، وفي بناء جودة ميزة "الأوامر الصوتية" لأجهزة التلفزيون التي يمكن للمشاهد



من خلالها التحكم في جهاز التلفزيون عبر صوته، كما يساعد الذكاء الاصطناعي المؤسسات الإعلامية، في توفير مكتبات إعلامية ضخمة، إضافة الى التسريع في تطوير المحتوى، ويؤدي الذكاء الاصطناعي دورًا مهمًا في الوصول السريع إلى المحتويات الكلاسيكية والعروض السابقة، وإنشاء وإدارة البيانات الوصفية الآلية.

## 2. وسائل الإعلام والذكاء الاصطناعي

يعمل الذكاء الاصطناعي على تغيير صناعة الاتصال والإعلام خصوصاً الترفيه عبر التلفزيون، ولاحظنا حجم تأثير الذكاء الاصطناعي بتغيير الطريقة التي نستخدم بها ليس التلفزيون حسب بل ووسائل الإعلام الأخرى على مستوى العالم؛ وهذه الظاهرة ستعمق في المستقبل، بشكل أكثر في الإنتاج وإدارة المحتوى وستجل بالمزيد من المزايا لمحتويات التلفزيون، كأنعام 2017 بلاشك العام الذي تحول فيه الذكاء الاصطناعي من مرحلة التوقعات إلى أن يؤدي دوره في تطوير صناعة الإعلام التلفزيوني كما نشهده الآن؛ وكذلك في السنوات المقبلة، حيث ستكون التطبيقات الحقيقية في عالم البث أكثر فعالية؛ في تقدم صناعة التلفزيون. (الدليمي:2022)

## 3. الذكاء الاصطناعي وإنتاج المحتوى:

استطاع برنامج Echo Show من أمازون، Echo Dot by a Presentation، العمل على تطوير عملية تمكن المشاهدين الاقتراب الاكثر من المحتوى، وتلخصت الفكرة المركزية لهذه الخطوة في جذب انتباه العميل المتلقي والسماح له بالحصول على محتويات جديدة، قال المدير التنفيذي لشركة "Hearst" نعتقد أن المحتوى باستخدام الصوت بدل اليدنيسيكون أكثر ملاءمة في المستقبل. "وعبر ستيفرابوشن، نائب رئيس أمازون أليكسا، عن ذلك، "تمنح صناعة الإعلام قيمة كبيرة لتجربة العملاء ومشاركهم: نحن الآن نساعد في تكاثر مهارات Alexa التي تسير في هذا الاتجاه".

## 4. الأوامر الصوتية:



لقد تطورت طبيعة وجودة أنظمة التعرف على الصوت إلى حد كبير في غضون فترة قصيرة بسبب الذكاء الاصطناعي، يمكن ان نتحدث إلى Google، وتساعدنا في العثور على أفضل نتائج البحث، وقد وصلت تكنولوجيا Google إندوتها في عام 2018، وبالعودة إلى 27 سبتمبر 1998، في تاريخ ميلاد Google، نلاحظ عدم وجود هذه الميزة، ويبدو ان الجهود تصفيا للمستقبل، من خلال تحسينها بشكل أكبر، فقد جلبت جودة التعرف على الصوت الآن لها مامهمًا بسبب الذكاء الاصطناعي، كانت حالة التعرف على الصوت تبلغ حوالي 75٪ في 2013، اما الآن 95٪، وتتوقع أن تكون 100٪ في المستقبل، علاوة على ذلك، فإن جودة التعرف على الصوت ستكون البوابة إلى استخدام السماعات التي تم تحفيزها بالصوت واحداث التغيير الهائل داخل الأجهزة.

يعمل المصنعون على تقديم أجهزة تلفزيون مع جهاز تحكم عن بعد مثل Charter Spectrum Cable و DISH و Comcast و Cox و Time Warner Cable؛ وسيقدمون تسهيلات للمستخدمين بإجراء حوار مع تلفزيونهم بمساعدة الذكاء الاصطناعي، كما يمكن لمستخدمي التلفزيون بدء جميع الأنشطة المتعلقة بالتلفزيون باستخدام أصواتهم؛ مثل تشغيل التلفزيون أو إيقاف تشغيله أو تبديل القنوات أو اختيار المحتوى أو النوع، سيكون Dish TV، مشغل الأقمار الصناعية، أو لمشغل يقدم هذه الفرصة لعملائه، وسيقدم المصنعين أجهزة تلفزيون مزودة بـ "جهاز تحكم عن بعد تعمل بالأوامر الصوتية"، تبدأ الزر لبدء الأوامر الصوتية، ستمنح المتلقي تجربة تليفزيونية "بدون استخدام اليدين" وبالتالي بدون مساعدة أي شيء آخر ولكن الصوت فقط ولن يكون الأمر مكلفًا. كما تقدم الآن AT&T و Charter و Comcast و Cox التلفزيون بسعر مناسب، تخطط Xfinity TV وحزم Charter Spectrum TV لتوفير خدمات معقولة جدًا للتلفزيون بأحد تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفي المستقبل، ستكون تلك الخدمات التليفزيونية بأسعار وحزم أقل، علما ان تلفزيون LG و Sony TV قد أضاف الأمر الصوتي إلى أجهزة التلفزيون الخاصة بهما، حيث يتم دمج تقنية الحوسبة الصوتية بمساعدة التكنولوجيا الجديدة، مما يجعل حياة العملاء أكثر راحة. (3)

ماهو الذكاء الاصطناعي؟ (نشرالباحث سلسلة مقالات في عدد من الصحف والمواقع حول الموضوع)

يشير الذكاء الاصطناعي (AI) على نطاق واسع إلى أي سلوك شبيه بالبشر تعرضه آلة أو نظام. في أبسط أشكال الذكاء الاصطناعي، تتم برمجة أجهزة الكمبيوتر "لتقليد" السلوك البشري باستخدام بيانات مكثفة من الأمثلة السابقة لسلوك مشابه. يمكن أن يتراوح هذا من التعرف على الاختلافات بين القطط والطيائر إلى أداء أنشطة معقدة في منشأة التصنيع.

### حول الذكاء الاصطناعي

سواء كنت تتحدث عن التعلم العميق أو التفكير الاستراتيجي أو أي نوع آخر من الذكاء الاصطناعي، فإن أساس استخدامه يكمن في المواقف التي تطلب استجابات سريعة للغاية. باستخدام الذكاء الاصطناعي، يمكن للألات العمل بكفاءة وتحليل كميات هائلة من البيانات في غمضة عين، وحل المشكلات من خلال التعلم الخاضع للإشراف أو غير الخاضع للإشراف أو المعزز.

### الأيام الأولى للذكاء الاصطناعي

بينما مكنت أشكاله المبكرة أجهزة الكمبيوتر من ممارسة ألعاب مثل لعبة الداما ضد البشر، أصبح الذكاء الاصطناعي الآن جزءاً من حياتنا اليومية. لدينا حلول الذكاء الاصطناعي لمراقبة الجودة وتحليلات الفيديو وتحويل الكلام للنص (معالجة اللغة الطبيعية) والقيادة الذاتية، فضلاً عن حلول في مجال الرعاية الصحية وتصنيع الخدمات المالية والترفيه.

### حلول الذكاء الاصطناعي أداة قوية للشركات والمؤسسات

يمكن أن يكون الذكاء الاصطناعي أداة قوية للغاية لكل من الشركات الكبيرة التي تولد بيانات مهمة والمنظمات الصغيرة التي تحتاج إلى معالجة مكالماتها مع العملاء بشكل



أكثر فعالية. يمكن للذكاء الاصطناعي تبسيط العمليات التجارية وإكمال المهام بشكل أسرع والقضاء على الخطأ البشري وغير ذلك الكثير.

### الذكاء الاصطناعي على الحافة

HPE هي الرائدة في مجال جديد للذكاء الاصطناعي من خلال تسخير البيانات واكتساب رؤى على الحافة. نحن نعزز النجاح باستخدام الذكاء الاصطناعي التحليلي في الوقت الفعلي للأتمتة والتنبؤ والتحكم لمساعدتك على إدراك قيمة بياناتك بشكل أسرع والاستفادة من الفرص غير المحدودة للابتكار والنمو والنجاح.

### تاريخ موجز للذكاء الاصطناعي

قبل عام 1949، كان بإمكان أجهزة الكمبيوتر تنفيذ الأوامر، لكنه المتذكر ما فعلته لأنها لم تكن قادرة على تخزين هذه الأوامر. في عام 1950، ناقش آنتونينج كيفية بناء الذاكرة واختبار هذه الذكاء في ورقته البحثية "آلات الحوسبة والذكاء". بعد خمس سنوات، تم تقديم أول برنامج للذكاء الاصطناعي في مشروع بحث دارتموث الصيفي حول الذكاء الاصطناعي (DSPRAI). حفز هذا الحدث أبحاث الذكاء الاصطناعي على مدى العقود القليلة القادمة.

أصبحت أجهزة الكمبيوتر أسرع وأرخص وأسهل في الوصول بين عامي 1957 و 1974. تحسنت خوارزميات التعلم الآلي، وفي عام 1970، أخبر أدمضيفي DSPRAI مجلة Life أنه سيكون هناك آلة تتمتع بذكاء عامل لإنسان العادي في ثلاثة إلى ثماني سنوات. على الرغم من نجاحها، فإن عدم قدرة أجهزة الكمبيوتر على تخزين المعلومات بكفاءة أو مع الجتها بسرعة قد خلق عقبات في السعي وراء الذكاء الاصطناعي على مدى السنوات العشر القادمة.

تم إحياء الذكاء الاصطناعي في الثمانينيات مع توسيع مجموعة أدوات الخوارزميات والمزيد من الأموال المخصصة. قدم جونوبفيلد وديفيدر وميلهار تقنيات "التعلم العميق" التي سمحت لأجهزة الكمبيوتر بالتعلم من خلال التجربة. قدم إدوارد في

جنباوم "أنظمة خبيرة" تحاكي صنع القرار البشري. على الرغم من نقص التمويل الحكومي والضجة العامة، ازدهر الذكاء الاصطناعي وتم تحقيق العديد من الأهداف البارزة في العقدين التاليين. في عام 1997، هزم بطل العالم في الشطرنج الرائد الكبير غاريكاسيا روفمنقب لبرنامج الكمبيوتر ديبلومنايبام، وهو برنامج كمبيوتر للعب الشطرنج. في نفس العام، تم تطبيق برنامج التعرف على الكلام الذي طورته Dragon Systems على Windows. طورت سينثيا برينزلي أيضًا Kismet، وهو إنسان آلييم كنه التعرف على المشاعر وعرضها.

في عام 2016، تغلب برنامج Alpha Go من Google على Go Master Lee Se-dol وفي عام 2017، تغلب Libratus، وهو كمبيوتر عملاقي لعب البوكر، على أفضل اللاعبين من البشر.

بعد قرون من التنظير وعقود من البحث، وسنوات من الإعلان، أصبح بالإمكان الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الحديثة وبدأ استخدامه في تحويل البيانات بطرق أكثر كفاءة ووفرو فرص تنافسية غير محدودة لتلك المؤسسات، ومن المقرر أن يصبح سمة منتشرة، في استطلاع حديث للصناعة. ذكر 50٪ من المستجيبين إنهم نشروا مبادرة ذكاء اصطناعي، أولديهم واحدة في مرحلة إثبات المفهوم، أو يخططون لها خلال العام الحالي أو المقبل، ان تسارع وتيرة توظيف الذكاء الاصطناعي للمؤسسات أصبح ظاهرة تتباهى بها تلك المؤسسات .

لقد اجتمعت التطورات الحديثة في الخوارزميات، وانتشار مجموعات البيانات الرقمية، والتحسينات في العمليات المحوسبة— بما في ذلك الزيادات في قوة المعالجة وانخفاض الأسعار— لبدء سلالة جديدة من تقنيات الذكاء الاصطناعي الجاهزة للمؤسسات، سيما تلك التي تمتلك كمًا متزايدًا من أصول البيانات، إضافة إلى الوسائل لتحليل هذا المورد على نطاق واسع.

تم تحديد الذكاء الاصطناعي أيضًا ليكون عنصرًا أساسيًا وحجر زاوية في المؤسسات الحديثة في عملية التحول الرقمي، باعتباره تقنية متعددة الاستخدامات





يمكنها تحسين الاداء والكفاءة والبصيرة في أي عملية تجارية (تقريبًا) بدءًا من عمليات خدمة العملاء وأنظمة الأمن المادي والسيبراني إلى وظائف البحث والتطوير وعمليات تحليل الأعمال.

### التطبيقات الحديثة للذكاء الاصطناعي

يتمتع الذكاء الاصطناعي بقدرة فريدة على استخراج المعنى من البيانات عندما يمكنك تحديد شكل الإجابة ولكن ليس كيفية الوصول إليها. يمكن للذكاء الاصطناعي تضخيم القدرات البشرية وتحويل البيانات المتزايدة بشكل كبير إلى بصيرة وعمل وقيمة. اليوم، يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في مجموعة متنوعة من التطبيقات عبر الصناعات، بما في ذلك الرعاية الصحية والتصنيع والحكومة. فيما يلي بعض حالات الاستخدام المحددة:

تعمل الصيانة الإلزامية ومراقبة الجودة على تحسين الإنتاج والتصنيع والبيع بالتجزئة من خلال إطار عمل مفتوح لتكنولوجيا المعلومات/ التكنولوجيا التشغيلية. تحدد الحلول المتكاملة أفضل قرارات الصيانة وأتمتة الإجراءات وتعزز عمليات مراقبة الجودة من خلال تطبيق تقنيات الرؤية الحاسوبية القائمة على الذكاء الاصطناعي للمؤسسات. تحول معالجة الكلام واللغة البيانات الصوتية غير المهيكلة إلى بصيرة وذكاء. يقوم بأتمتة فهم اللغة المنطوقة والمكتوبة باستخدام الآلات التي تستخدم معالجة اللغة الطبيعية أو تحليلات الكلام إلى نص أو البحث البيومتري أو مراقبة المكالمات الحية.

تحلل تحليلات الفيديو والمراقبة تلقائيًا الفيديو لاكتشاف الأحداث وكشف الهوية والبيئة والأشخاص والحصول على رؤى تشغيلية. يستخدم أنظمة تحليلات الفيديو من الحافة إلى النواة لمجموعة متنوعة من أحمال العمل وظروف التشغيل.

تم بناء القيادة الذاتية للغاية على نظام أساسي لاستيعاب البيانات على نطاق واسع لتمكين المطورين من بناء حلا لقيادة الأمثل عالي الاستقلالية والذي تم ضبطه للخدمات مفتوحة المصدر والتعلم الآلي والشبكات العصبية للتعلم العميق.



يعمل الذكاء الاصطناعي على تغيير تجربة التلفزيون بشكل جذري، غالبًا ما كان ينظر إلى الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي على أنهما شيئًا من المستقبل "سيغيرا" العالم، انظر إلى تجربتنا التلفزيونية.

لقد نشأت مع 3 قنوات تلفزيونية. كان أول جهاز تلفزيون لدينا باللونين الأسود والأبيض. كان جهاز التلفزيون الثاني الخاص بنا هو Telefunken الملون الذي كنا فخورون به لدرجة أنني مازلت أتذكره. كان وصولنا إلى البرمجة لفترة طويلة، مقصورًا على 3 قنوات حكومية. وجهاز التلفزيون لم يكتبه جهاز تحكم عن بعد.

اليوم عند تسجيل الدخول لحساب Netflix الخاص بك، يمكن كالأوصول إلى العروض المتعلقة بمشاهداتك السابقة، كما هو الحال في Amazon Prime و Hulu. بالإضافة إلى ذلك، أصبحت أجهزة التلفزيون أيضًا أكثر ذكاءً وبدأ بعضها في دمج الذكاء الاصطناعي في العديد من الميزات.

ان استخدام التلفزيون الذكي، الذي سيكون مزودًا بذكاء اصطناعي خاص به أو متصل بـ Alex أو Echo وحتى كتابة هذه الدراسة المقالية فإنهم مكن لهذا النوع من التلفزيون ان تكون متاحة الآن، أطلقت مجموعة LG علامة Thinq التجارية التي يمكن من خلالها استخدام Alexa و Echo و Echo dot لتغيير القناة، وهناك مهارة لمشاهدة التلفزيون، وضبط مستوى الصوت، والتشغيل، والإيقاف المؤقت، والبدء، والإيقاف، وعناصر التحكم في التقديم السريع، وتحديد القناة والبحث عن المحتوى. ويمكن أيضًا أن تعمل أجهزة التلفزيون الجديدة كمحاور منزلية ذكية، لذلك سيكون المشاهد قادرًا على التحكم في الأجهزة المنزلية الذكية الأخرى مثل المكائن الكهربائية الروبوتية ومكيفات الهواء والأضواء الذكية وغيرها من الأجهزة التي يمكنها الاتصال بالتلفزيون عبر Wi-Fi أو Bluetooth. كما يمكن الآن القيام بكل ذلك من خلال التحدث إلى التلفزيون أثناء مشاهدة التلفزيون.

برمجة التلفزيون



مثل أي صناعة أخرى، فإن البث صناعة في حد ذاتها وجاهزة للتحول الرقمي. تتضمن جدولة القنوات المهام المتكررة التي يمكن إجراؤها الآن من خلال أتمتة العمليات الآلية. وفقً الدوجكلارك، قائدالحلول المعرفية العالمية لشركة IBM، يساعد IBM Watson بالفعل في تسريع العديد من العمليات التي ينطوي عليها إنتاج البرامج. قال: "يقوم Watson بتحليل النص والصوت والفيديو لإنشاء بيانات وصفية محسنة وطرق جديدة لتقديم المحتوى، مع فرص لتعديله واستثماره، وخدمةالمحتوى بشكل أكثر فعالية."

أحد مشاريعهم الأخيرة هو مساعدة Fox Sports على تقديم تجربة سلسلة لكأس العالم 2018. تشمل تغطية 2018 320 ساعة من إجمالي محتوى البث الأصلي، بما في ذلك بث جميع المباريات الـ 64 على قنوات FOX و FOX Sports. تم استخدامتقنية Aspera لإرسال جميع الخلاصات من 12 موقعًا رياضيًا عبرروسيا إلى نظام إدارة محتوى Fox والفرق الإبداعية في لوس أنجلوس.

على سبيل المثال، كانوا تسون قادرًا على بناء بكرة مميزة لأي تسديدات كريستيانور ونالدو أوليوني لميسي على المرمى، من كل كأس عالم شاركوا فيه.

في قناة BBC4، يتم استخدام التعلم الآلي للاستفادة من بعض محتويات أرشيف BBC لمدة 50 عامًا. تُستخدم التكنولوجيا للعثور على أفضل محتوى، والمساعدة في استكشاف الأرشيف وتحديد المحتوى الذي سيكون له صدى لدى جمهور اليوم.

#### التطبيقات الفنية

يتم تطبيق الذكاء الاصطناعي أيضًا في ضغط الفيديو ومرونة الشبكة. في ضغط الفيديو، يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لاكتشاف جودة الصورة ويتم تعليمه لضغط الفيديو بفضل مئات الآلاف من اللقطات التي صنفها المشاهدون لوجودتها. تساعد مرونة الشبكة شركات البث على إدارة حمل الخادم الخاص بهم. يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لتوقع الأحمال الكبيرة على سبيل المثال عند إطلاق عرض جديد وإدارة التخصيص بين السحابة والشركة على خوادم أماكن العمل..



عصر. Peak TV.

يتزايد يوماً بعد يوم عدد التطبيقات التي تجمع كل اشتراكات المشاهد وتقدم له اقتراحات بغض النظر عن النظام الأساسي اعتماداً على تفضيلاته وآرائه السابقة، وهناك بعض الأطراف الفاعلة المعروفة مثل Movix و Gowatchit و reel good و Just Watch و Yidio.

أطلقت Deep Systems Movix ، خدمة توصية للأفلام تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتعلم العميق، من خلالها يقوم المستخدمون بالنقر فوق الأفلام ووضع علامات على إعجاباتهم ويقوم النظام بتكييف تفضيلاتهم، لقد تم تصميم بنية الشبكة العصبية الخاصة، على رأس إطار عمل Tensorsflow من Google ويعمل على وحدة معالجة الرسومات، على عكس المحركات الأخرى، حيث لا توجد توصيات محسوبة مسبقاً وتتم معالجة كل نقرة على الخوادم.

يمكن القول أن Netflix هو أكثر منصات الفيديو شهرة. محرك التوصية الخاص بها هو جزء أساسي من نجاحها. حتى أن الشركة نشرت ورقة بحثية حول هذا الموضوع أوضحوا من خلالها أن النظام الأساسي يستخدم التقنيات التالية الميزات والتقنيات التي تستخدمها Netflix لتقديم أفضل تجربة ممكنة لمستخدميها.

والإضافة الذكية الأخرى كانت عبر مُصنّف الفيديو الشخصي PVR حيث يأمر الكتالوج الكامل لمقاطع الفيديو (أو مجموعات فرعية محددة حسب النوع أو ترشيح اختيار آخر) ويكون لكل عضو ملف تعريف بطريقة شخصية، كما يتم استخدام الترتيب الناتج لتحديد ترتيب مقاطع الفيديو في النوع والصفوف الأخرى، وهذا هو السبب في أن صف النوع نفسه المعروض لأعضاء مختلفين غالباً ما يحتوي على مقاطع فيديو مختلفة تماماً من مشاهد إلى آخر.

أما Top-N Video Ranker فقدمت مجموعة من التوصيات من خلال صف أفضل للقطات، وكان الهدف من هذه الخوارزمية هو العثور على أفضل التوصيات الشخصية في الكتالوج لكل عضو بأكمله، بالتركيز فقط على رأس الترتيب.



تعرض Trending Now مقاطع الفيديو الشائعة في Netflix الممزوجة ببعض الخصوصية للأعضاء، ويتم جمع البيانات لتطوير هذه الخوارزمية عبر عرض السجل (يتم التقاط جميع مقاطع الفيديو التي يشغلها الأعضاء) وتقدم هذه الخدمة التي تلتقط جميع الانطباعات وأنشطة المستخدم داخل (Netflix). (الدليمي: 2018)

الأخبار بين المصدقية والاخلاقيات

ما يقرب من 80 عامًا، تابع الناس أجهزة التلفزيون الخاصة بهم للحصول على جرعتهم اليومية من الأخبار. في جميع أنحاء العالم، شاهد الناس حرب فيتنام وسقوط جدار برلين وحربتي الخليج تتكشف أمامهم على شاشات التلفزيون.

بالنسبة لمعظمنا، كانت الأخبار التليفزيونية ثابتة في حياتنا- شيء نلجأ إليه عندما تندلع الأخبار الكبيرة. ولكن للمرة الأولى منذ ظهور الأخبار التليفزيونية في عام 1940، أصبحت هيمنة نشرة الأخبار التليفزيونية المسائية موضع تحدٍ من قبل منافس جاد: الأخبار عبر الإنترنت. وجد تقرير صدر عام 2017 عن مركز بيو للأبحاث أن الفجوة بين نسبة الأمريكيين الذين يتلقون أخبارهم من التلفزيون وأولئك الذين يحصلون على أخبارهم عبر الإنترنت تتقلص - بسرعة.

يلتبس الخبر المصور الذي تعرضه الفضائيات الإخبارية بمفاهيم ورؤى متناقضة، ومتصارعة أحيانًا، أو متألفة ومتقاربة أحيانًا أخرى؛ إذ يراوح الحدث المتداول بين الاتصال الإعلامي والانفصال عن الواقع، ويتقلب الخبر المنقول بين الحرية في التعبير، والرغبة في التحرير، وبين الغزارة في المعلومات والندرة في المعني؛ ذلك أن الخبر المصور هو أساس العمل الصحفي اليوم في ظل تطور وسائل العرض، حيث يتلهف الجمهور إلى معرفة ما تحمله الصورة من أحداث التي قد لا تتصل بدائرة اهتمامهم الضيقة أو الموسعة ومع هذا فهم يبذلون الوقت والمال من أجل معرفة الخبر. (الدليمي: 2018)

المادة الإخبارية المصورة



نجحت الفضائيات الإخبارية في تلوين الأخبار المصورة بملونات أعطت الخبر إثارة، وطرافة، وتشويقاً، وحيز في الاهتمام الإنساني، ولكن هذه الملونات نالت من الخبر المصور من جانب دقة المعلومة التي تحملها الصورة، والموضوعية التي يتحل بها المصور الذي نقل الصورة لتوظيفها كمادة إخبارية بعيداً عن التهويل الإعلامي، خاصة أن النص المنطوق المصاحب الخبر المصور يمكن استغلاله بحسب ما تريد الجهة الناقلة للصورة تحقيقه من مصالح، وربما تقول الصورة شيئاً، ويقول النص المنطوق المصاحب شيئاً آخر، وهنا تكمن الخطورة إذ يعمل الصحفي على خلق تطابق مطلق بين نصه المنطوق والصورة، ويظل فهم الخبر المصور رهين تكامل واتفاق مضمون النص ومضمون المادة الإخبارية المصورة.

ان تخدير العقول سيما عن طريق القنوات التلفزيونية، فن تمارسه الحكومات والجماعات على أنصارها منذ عقود طويلة، وقلة قليلة من البشر هي من نجحت في الاستفاقة منه، ولذلك فليس شيئاً عجباً أن تشاهد شخصاً يعبد صنماً، وهو مقتنع بشكل تام أنه إله ذو قدرة خارقة، ولا تستغرب عندما تجد انساناً يحمل شهادات عليا ويؤمن بخرافات غير منطقية، فهؤلاء البشر هم ضحية تخدير مارسه الأجداد وظل يتوارثه الأبناء، وهم يعتقدون أنهم يقومون بما تلمي عليهم إرادتهم، بينما في الواقع، فإن إرادتهم مسلوبة منذ كانوا أطفالاً، يتعرضون لأسوأ عمليات غسيل الدماغ، في البيت، وفي المدرسة وفي أماكن العبادة، وفي كل مكان يمكن أن يتم التأثير عليهم فيه. ان نقل الخبر المصور هو الذي يميز بين قدرات القنوات الإخبارية المختلفة على التواصل، والاتصال، فالقنوات التلفزيونية تعرض الصورة كونها جهاز للاتصال مع المتلقين من الجمهور، فهي تتحدث معهم وتعرض برامجهم، والجمهور عالق في مضامين البرامج المعروضة، بل إنه متورط في تلك الدائرة المغلقة للعلاقة بين الإنسان والآلة، هذه الأخيرة التي تلمي علينا ما نريد، وقد نكون مخطئين حين نعتقد أن ما يذاع أو يبث من برامج إخبارية تلفزيونية قد تصبح ملكاً للجمهور؛ لأنه قبل ذلك تكون المادة الإخبارية ملكاً للوسيلة الإعلامية التي تحدد الإطار الذي ستقدمه فيه، ومن البديهي أن المواد الإعلامية والأخبار تحديداً في محطة إخبارية تلفزيونية . مهما ادعت الموضوعية والحياد .

ليست سوى انعكاس لأجندة ورغبات من يمتلكها، سواء أكان تنظيماً أم مجموعة اقتصادية أم مجموعة دينية، ومن البديهي أيضاً أن تخضع المواد الإعلامية لميول المشرفين، ونزوات المحررين وأهوائهم وهم القائمين على حراسة البوابات، ولذلك فإن مجرد الحديث عن الحياد في المطلق هو بحد ذاتها كذوبة كبرى نتعايش معها. (الدليمي 2018:

ولكن هذا لا يعني أن التلفزيون بما يعرضه ويؤديه من مهام ووظائف لم يخدم القضايا الإنسانية الكبرى، أو أنه لا يقدم إلا الأخبار الكاذبة، بل على العكس تماماً فإن المجتمعات المتقدمة تضع الخبر المصور موضع الرقيب على كل أجهزة الدولة، فكم من سياسي أو وزير أو مسؤول غربي كان الخبر المصور أحد العوامل المباشرة التي أدت إلى إزاحته أو محاسبته أو كبح جماحه أو كشف نواياه الحقيقية، وأكثر من هذا فإن الأخبار المصورة في المجتمعات الديمقراطية المتقدمة له وقع في الرأي العام الذي يؤثر في السياسات الخارجية للدول.

#### أبعاد الصورة الإعلامية

القنوات الإخبارية وسيلة إعلامية وآلة جبارة، وجهاز تسلطي يمكنه التلاعب بالخبر وصناعة الوهم، ونشر النسخ، وإشاعة التنميط في الإخبارية، وبذلك ينكشف الوجه القمعي لهذه القنوات التي يشوه الحقيقة، وتساوي بين الظالم والمظلوم، ولو شاءت لقلبت الموازين وصورت الظالم مظلوماً والمظلوم ظالماً، وسأقت من الدلة والبراهين المفبركة ما يدعم حجتها، ووظفت صوراً تضعنا أمام أزمت أخلاقية، فالصورة التي تنقلها وسائل الإعلام تقول، والواقع يقول حقيقة أخرى، والمشاهدين مذنبين بين ذلك لا إلى هؤلاء ولا إلى هؤلاء؛ والسبب في ذلك يعود إلى أننا مازلنا بحاجة إلى معارف كثيرة لإدراك كل الإيحاءات، والمعاني، والقيم الإيجابية أو السلبية التي تثيرها في عقولنا، وقلوبنا صورة بصرية مشاهدة على شاشة التلفزيون، إذ تذكر السيميولوجيا أن مجمل الدلالات التي تثيرها الرسالة البصرية ليست وليدة مادة تضمينية ساكنة أو معاني ثابتة في أشكال لا تتغير، وإنما هي تملك أبعاداً أنثروبولوجية، واجتماعية،

وثقافية، وفطرية إنسانية. لذلك نجد أن هناك مستويات إدراكنا الصورة الإخبارية التي على شاشة التلفزيون متعددة وهذه المستويات تخضع للمستوى الثقافي، والمعرفي للمشاهد،

إذ يرتبط المستوى الأول من قراءة الصورة بإدراك الرسالة البصرية في أبعادها الفنية، والتشكيلية، والتقنية، وينحصر في التعامل مع ظاهرية الصورة في استقلالٍ عن فاعلها،

وأما المستوى الثاني فإنه يرتبط بالتأويل أو التفسير أو المعنى للحدث الذي تعرضه الصورة، وهذا مستوى أبعد وأعمق لإدراك ماذا يدور في الواقع تحديداً؛ ومثل هذا الطرح يثير حساسية انهماكنا أمام وسائل الإعلام التي تفكر بالنيابة عنا، وكلما تقدم التجريد، والتوسط الإعلامي، ازداد تفكير وسائل الإعلام، وأصبحت فكرة وسيلة الإعلام المسيطرة، فكرة مسيطرة في العصر. (الدليمي: 2019)

ويبدو أن فكرة مراوحة الخبر المصور بين المصادقية والانزياح عن الحقيقة يتجلى بوضوح في تلك الأخبار التي تنقلها الفضائيات عند تغطيتها للأحداث الكبرى المصيرية، فعلى سبيل المثال نجد أن الفضائيات العربية في بعض فئاتها تتسم بصورتها عند تغطيتها للأحداث الملتمة المصيرية في حياة الشعوب بالكثير من سمات السرعة، والدعاية السياسية، والأيديولوجية أو حتى الدعاية الذاتية الإعلامية للمحطة نفسها إلى جانب سمة مهمة وهي تهويل الحدث بمعنى إعطائه حجماً أكبر من حجمه الحقيقي لجذب لانتباه المشاهدين والإثارة السياسية، ولا نبالغ إذا قلنا أن هذه القنوات التلفزيونية العربية تفعل ذلك وهي على علم أنها في انزياحها عن الحقيقة في نقلها الخبر تكون قد خالفت مبدأ الاحترافية الصحفية الذي يفرض أن يبقى المشهد الخبري في حدود الخبر الذي يستدعي الوعي، والفهم دون أن يتحول الواقع المنقول إلى فرجة عديمة الجدوى، والأثر لدى المشاهد، على الرغم من الوعد الذي تقطعه هذه القنوات على نفسها وهو أنها تنقل الحقيقة الواقعية المجردة من الذاتية، ومن أي اعتبارات أو



خلفيات سياسية أو إيديولوجية، ولكنها قد تنقض وعدها وتفعل العكس. (الدليمي 2020).

### التهويل الاخباري في القنوات

في الغالب يتصدر النشرات الاخبارية في القنوات الإخبارية العربية والعالمية أعمال التخريب، والإرهاب، والحروب، ويعرض في القنوات العالمية ما يسمى بالأخبار المبقعة التي تجمع بين الحقيقة ونقيضها، ويغيب الوطن العربي عن أخبار التقدم العلمي، وأخبار الانجازات الفكرية، والسياسية، الأمر الذي ينعكس على النظرة إلى الذات، فيبدو صورة العربي عبر هذه القنوات الإخبارية التلفزيونية العالمية في مواقف غير مرغوب فيها، بينما يقابل صورهم في العالم الغربي صوراً وأنماطاً للسلوك الحضاري والإبداع الإنساني، فتظل صورة العربي مهزوزة على الدوام بفعل على ضخامة المبالغة التي تطلقها وسائل الإعلام الغربية عندما تركز على العنف الذي يكاد يطبع الحياة العربية والإسلامية على العموم.

إن المتتبع للنشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية العالمية يرى بوضوح ذلك التهويل الإعلامي للأحداث في الوطن العربي التي فيها صراعات سياسية أو طائفية أو عسكرية؛ فالعراق حاضر دائماً بتفجيرات، وصور الأشلاء المتناثرة هنا وهناك، واليمن عنوان رئيس يتصدر عناوين الأخبار ويحكي مأساة شعب كتب عليه أن يعيش الحرب أبداً، وسورية الحدث الذي تلوكه كل القنوات التلفزيونية العالمية التي تنقل لحظة بلحظة صوراً لصراع دام بين الإخوة الذين استعانوا بالأجنبي من أجل تدمير وطن، وأما ليبيا فإن صورة الفوضى المسلحة التي لا تعرف لها قائداً محدداً، وأما ..

لكن ما يدعو إلى الحيرة هو تهافت القنوات الإخبارية العربية على نقل الصور الإخبارية التي تنقلها وكالات الأخبار العالمية (غير العربية) دون تمحيص أو جرح أو تعديل في الخبر المنقول؛ فلو جلس الواحد منا أمام جهاز القنوات الإخبارية التلفزيونية واح يقلب ناظره بين ما تعرضه هذه القنوات الأخبار العربية فقط لوجد أن الخبر الواحد عن سورية مثلاً يتلون بألوان الطيف السبعة، فقنوات الأخبار التابعة النظام السوري،



والقنوات الموالية له ترى في صور قصف المدن السورية الأهلة بالمدينين، وصور الضحايا من الأطفال، والنساء، والشيخوخ، والرجال ضربات ناجحة ضد معاقل الإرهاب، بينما لو نظر في قنوات أخرى مناهضة للنظام السوري أو محايدة وجدها ترى في صور قصف المدن السورية الأهلة، وسقوط الضحايا المدينين عدوان سافر على الإنسانية، وخرق صارخ للمواثيق، والعهد الدولي التي تجرم قتل المدينين في الحروب، والصراعات المسلحة. وهذا يقودنا كمشاهدين أن ننظر إلى الصورة الإخبارية نظرة موضوعية لأنها تدخل تحت فكرة أنه يمكن أن توظف لخدمة جهة ما، وأن التكنولوجيا الإعلامية تتحكم في تداول "السلعة الإخبارية" بما يحقق المصلحة.

التلفزيون والواقعية الساذجة

يستخدم مصطلح "الواقعية الساذجة" في علم النفس الاجتماعي إشارةً لحي الانسان والجماعة الفطريّ للاعتقاد بأنهم يرون العالم من حولنا موضوعياً، وأن الأفراد الذين يختلفون معنا هم بالضرورة إما جاهلون أو متحيزون أو غير منطقيين أو لا عقلانيين، وما إلى ذلك من المسميات والأوصاف، وبكلماتٍ أخرى فإننا عندما نسمع أو نرى أو نقرأ ما يتفق مع معتقداتنا فإننا نميل للإيمان به والتحيز له ضد أي فكرة متضادة أو متناقضة.

تلتصق المعلومات المغلوطة التي يتلقاها الأفراد بشتى الطرق سريعاً بأذهانهم وعقولهم حين تكون متوافقة مع اقتناعاتهم السابقة ومعتقداتهم السياسية أو الدينية أو المجتمعية أو الشخصية، ولعل السبب الرئيسي وراء ذلك أن القبول بتلك المعلومات المريحة التي تشبه ما نعتنقه يُعدّ أسهل كثيراً وأقل كلفةً من رفضها أو بذل الجهد في سبيل البحث لمعرفة الحقيقة المجردة المتعلقة بها دون أي انحياز.

يشير علم النفس عبر مصطلح "وهم الحقيقة" إلى إمكانية العقل في تصديق أي شيء لمجرد مروره عليه لمرة واحدة أو مرتين، أي أن تكرار المعلومة يُفضي لجعلها أكثر واقعية ومصداقية، وهذا ما يقودنا للحديث عن السهولة الإدراكية أو المعرفية، أي الحالة التي يكون فيها العقل حينما يشعر أن الأمور تسير على ما يرام، لا تهديدات ولا

أحداث تستدعي الانتباه أو تركيز الجهد تجاهها، وهي الحالة التي تكون عليها أدمغتنا في أوقات تصفحنا لمواقع التواصل الاجتماعي. فنحن لا نبذل الكثير من الجهد لتحليل وقياس والتفكير بما نقرأه وما نجده أمامنا من أخبار ومنشورات على فيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي تعطينا السهولة المعرفية إحساسًا بأن كل تلك الأشياء حقيقية، كما أنها تولد ألفةً وارتياحًا لدى مستخدم تلك المواقع، وهو ما يجعله يؤمن فيها ويشاركها مع غيره. (الدليمي: 2018)

التلفزيون وهم الحقيقة

هناك مبدأ في علم النفس يؤكد على ان ما يُشارَط أكثر يُصدَق وهي من أكثر الأمور التي تثير القلق حيال السهولة الإدراكية أن العقل قادر على خلقها بسهولة وبأقل جهدٍ ممكن، وجميعنا نعلم أن رأي الشخص يصبح أكثر قوة ويصعب تغييره، في حال تم انتشاره وتداوله على نطاق واسع وبين أكبر عدد من الأشخاص.

تدل الحقيقة على عدة معان، فهي الصدق في تعارضه مع الكذب، وهي الواقع في تعارضه مع الوهم. فالحقيقة أحد الإشكالات الكبرى في مجال نظرية المعرفة وفلسفة العلم فحينما يؤكد المرء وجود أو حدوث أمر ما، فهو يعتبره حقيقيا. وفي هذا السياق، تهتم فلسفة المعرفة بالبحث عن حلول للعديد من المسائل الفلسفية المتعلقة بموضوع "الحقيقة".

اما علم النفس فيشير عبر مصطلح "وهم الحقيقة" إلى إمكانية العقل في تصديق أي شيء لمجرد مروره عليه لمرة واحدة أو مرتين، أي أن تكرار المعلومة يُفرضي لجعلها أكثر واقعية ومصداقية. كثيرا ما نسمع الشائعات والقييل والقال مباشرة من الأصدقاء الموثوق بهم، أو نقرأها على حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي الذين لا نخضعهم أو نخضع آراءهم ومنشوراتهم للتساؤل والاستجواب، لذلك قد يكون من النادر أن نسأل أنفسنا حيال ما يتناقلونه "هل هذا صحيح؟" غالبًا ما نقوم بتجاهل أو عدم الانتباه إلى الحقائق والمعلومات التي لا تتناسب مع أفكارنا ومعتقداتنا، نظرًا لأننا

نرغب دومًا في أن نكون على حقٍ ونشعر بالراحة لتفكيرنا وشعورنا بنفس الطريقة التي تفكر بها وتشعر "المجموعة" التي ننتمي إليها. (الدليمي:2020).

#### مصداقية النشرات الاخبارية التلفزيونية

بعد تحليل ١٠٢ نشرة اخبارية تلفزيونية محلية من ٥٢ مدينة كبيرة وضواحيها في الولايات المتحدة ودراسة مضمونها وطريقة عرضها، وجد فريق لمراقبة وسائل الاعلام ان ٤١,٣ في المئة فقط من البرامج يحتوي على اخبار. كمعدل عام، تشكّل الاعلانات التجارية ٣٠,٤ في المئة من وقت بث نشرة الاخبار التلفزيونية المحلية. وفي الواقع، تخصص بعض المحطات التي دُرست نشراتها وقتًا اطول للإعلانات التجارية مما للأخبار. وبالإضافة الى ذلك، غالبًا ما يكون وقت البث مليئًا بكلام الحشو، كما يذكر التقرير الذي يوجز نتائج الدراسة. وتحت العنوان: «كلام الحشو»، يُدرج التقرير «المجموع التراكمي لوقت البث المخصص للاحداث بين المذيعين، الدعايات وعناوين النشرات الاخبارية التي ستلي، الاخبار «الخفيفة» او السخيفة والانباء المتعلقة بالمشاهير». وبعض امثلة الأخبار التافهة: «مباراة اصوات التينور الرديئة والتينور tenor هو نوع من الأصوات الغنائية الرجالية، والذي يعتبر أعلى الأصوات الرجولية في المجال الوسطييصنف صوت التينور بأنه يحتل المجال بين نغمة C الأولى تحت C الوسطى حتى A فوق C الوسطى في الموسيقىالكورالية. ينطبق مصطلح تينور أيضا على الآلات الموسيقية، ومن أشهرها تينور ساكسفون. أصل كلمة تينور هو من اللغة اللاتينية والتي تعني "المحافظة."»، «صحفي يلهو في مدينة الملاهي لهما «مرعبا، مذهلا، ولا يصدق»، (7) و«المزيد من الناس في السوبر ماركت يشترون الاطعمة القابلة للدّهن على الشطائر».وإذا ما أردنا التعرف على ماهية القصص التي تؤلف الاخبار اليوم نجد ان قصص الجرائم تشكل الجزء الأكبر من نشرات الاخبار التلفزيونية، اذ تشكّل ٢٦,٩ في المئة من وقت بث الأخبار. ان تصدّر الاحداث العنيفة والدموية العناوين في نشرات الاخبار التلفزيونية المحلية هو من البديهيات. وربما انخفضت نسبة الجرائم في مختلف انحاء الولايات المتحدة في السنوات القليلة الماضية، ولكن ليس في النشرات الاخبارية

التلفزيونية المحلية». لماذا؟ وفقا لواقعي الدراسة، «الجرائم مؤثرة وتستقطب اهتمام الناس».

وتأتي بعد الجرائم تغطية الكوارث، مثل الحرائق، حوادث السير، الفيضانات، والانفجارات (١٢,٢ في المئة من الاخبار)، وتتبعها اخبار الرياضة (١١,٤ في المئة). تلمها تغطية المواضيع الصحية (١٠,١ في المئة)، الحكومية (٨,٧ في المئة)، والاقتصادية (٨,٥ في المئة). أما مواضيع الثقافة، البيئة، الفنون، العلم وأمثالها، فقلما تحظى بالاهتمام (من ١,٣ الى ٣,٦ في المئة). ولكن من جهة اخرى، تغطي الاخبار المتعلقة بحال الطقس ١٠ في المئة من كل النشرات الاخبارية. يعلق الباحثون: «كل شخص يرغب في التكلم عن الطقس، والنشرات الإخبارية التلفزيونية ليست مستثناة». ويضيفون: «مهما كان حال الطقس، جيدا او رديئا، حارا او باردا، رطبا او جافا، فهو ينال تغطية إخبارية تلفزيونية شاملة». يذكر التقرير ان عددا متزايدا من الصحفيين والمشاهدين يرون الحاجة الى التغيير؛ وهذه ناحية ايجابية. ولكن الدراسة تعترف ان تغييرا كهذا لن يحدث بسهولة لأن «تأثير السوق والجشع يمكن ان يهددا دائما الصحافة الجيدة». (8) Carey, (Elton:2010)

خلافا لما هو متداول في غرف الأخبار التقليدية من وجود أطر زمنية مرتبطة بضرورة إنهاء النشرة الإخبارية في وقت بعينه مما يؤثر بشكل كبير على تحديد العمر الزمني للنشرة في مجال التداول والمشاهدة والتفاعل، فإن تلك الأنماط المحددة بالزمن لم تعد تستحوذ على انتباه المشاهد أو المتفاعل كما كانت في السابق، خصوصا فيما يتعلق بالمواد الخبرية، إذ ثمة تحول مهم في طرق وآليات الحصول على المعلومة وكيفية استهلاكها أو تحديد صلاحية فاعليتها. لتوضيح ذلك، من منا يمكنه أن يشاهد نشرة أخبار الأسبوع الفائت، بينما المحتوى في العالم الرقمي لم يعد له "انتهاء للصلاحية"؟ أي أننا اليوم أمام تحدٍ أو لنقل فرصة لإعادة التفكير في إنتاج محتوى لا يموت. لكن يبرز تحدٍ من نوع جديد يتمثل في إبقاء المحتوى متفاعلا دون ضياعه أو إخفائه عن قصد أو دون انتباه.

## جمع الأخبار (News Gathering)

يعتمد جمع الأخبار بالشكل التقليدي على وكالات الأنباء والمراسلين والصحفيين المنتشرين في أرجاء المعمورة، لكن هذا الأمر لم يعد كافيا لتغطية الأحداث بسبب تسارع إيقاعها. ومع ظهور منصات التواصل الاجتماعي وانتشار مفهوم المواطن الصحفي، تحولت تلك المنصات إلى واحدة من أهم وسائط جمع الأخبار ومتابعة تفاعلاتها وتداعياتها، فأصبح تويتير منافسا حقيقيا لوكالات الأنباء، بل تعدى في كثير من الأحيان سرعة نقل الخبر ورصده وتفاعل الجمهور معه. اليوم أصبح معظم الشخصيات العامة والمسؤولين والهيئات الرسمية الحكومية وغير الحكومية يغردون مباشرة دون الحاجة إلى التصريح عبر وكالات الأنباء أو المؤسسات الإعلامية. أما على صعيد شهود العيان وإثراء المحتوى من المواطنين، فنحن اليوم أمام كمّ هائل من المواد والمحتوى بأشكاله المختلفة (نصوص وصور وفيديوهات) يتجاوز حجمها في الساعة الواحدة ما تنتجه مجموع المؤسسات الإعلامية التقليدية في عشرات السنين. (9)(Henry,2014)

وبناء عليه، فإن ما نراه من فرص في جمع الأخبار ورصدها عبر منصات التواصل الاجتماعي سيشكل العمود الفقري في الصناعة الخبرية والإعلامية، خصوصا في طرق وأساليب التعاطي مع المعلومات الضخمة وإخضاعها للتحليل والنقد والتوظيف. كما ستشهد الغرف الإخبارية الذكية أنماطا جديدة في بيئات العمل تتطلب مواكبة فاعلة للتعاطي مع هذا الكم الهائل والمتزايد من المعلومات فيما يتعلق بتأهيل الكوادر البشرية وتوظيف الأدوات وتغيير منظومات العمل.

إشكالية التحقق والتثبت من الاخبار

لم يذكر التاريخ فترة كانت فيها البشرية أكثر اطلاعا على ما يجري في أركان الأرض وحتى في فضائها البعيد مثلما يحدث اليوم. فمع طفرة وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية والمسموعة والرقمية باتت الأخبار تتدفق من كل حذب وصوب، وانتهى زمن البحث عن المعلومة، بل أصبحت هي التي تلاحق الإنسان حيثما كان. لكن المسألة لا تخلو من أسئلة



ملحة: هل لأننا نحصل على معلومات أكثر يعني بالضرورة أننا نفهم العالم أكثر؟ وكيف يمكن التحقق من مصداقية كل ما يصل إلينا؟

فعملية التحقق من الأخبار والمعلومات في عصر التقنية الرقمية أضحت أكثر تعقيدا، وقد طرحت قصة "المرصد" الأولى هذه الإشكالية وحاولت الإجابة عن تلك الأسئلة.

ويحفل عامل التغطيات الصحفية بمتاعب كثيرة ومفاجآت لا حصر لها، ورغم أن ساحات الحروب والنزاعات تظل الأخطر على حياة الصحفيين والمصورين فإن مواقع أخرى تبدو أكثر هدوءا لا تقل فيها المعاناة من أجل انتزاع تصريح أو الحصول على سبق أو التقاط صورة مميزة. بات لزاما على الغرف الإخبارية في ظل الاعتماد المتزايد على منصات التواصل الاجتماعي في جمع الأخبار ونقلها ورصدها، إنشاء طرق وآليات للتحقق والتثبت من الأخبار والصور والفيديوهات القادمة من المواطن الصحفي أو من مصادر مجهولة. وهنا، لا بد من الإشارة إلى ضرورة تعاون وتشارك الصحفيين بما يملكونه من قدرات ومهارات النقد الصحفي ومراعاة السياسة التحريرية، مع الاستفادة من التقنيات والأدوات وطرق البحث والتحري المتجددة. وهكذا، فقد بات لزاماً على الغرف الإخبارية الذكية أن تتعاطى مع "شريك ذكي" تفهم احتياجاته وتدرك واقعه وتحترم عقله. مع ضرورة الانتباه إلى سرعة تطور قدرات هذا "المتفاعل" يوماً بعد يوم على صعيد الذوق والحس الصحفي والسلوك الرقمي المعقد. (10) (White, King, Tsang:2011)

الانترنت على خط الاخبار

في حين أن نصف السكان لا يزالون يحصلون في كثير من الأحيان على أخبارهم من التلفزيون، يقول 43٪ من الأمريكيين الآن إنهم يتعاملون بانتظام مع مصادر الأخبار عبر الإنترنت. لوضع هذا في المنظور الصحيح، في عام 2016، كانت الفجوة بين مصادر الأخبار التلفزيونية (57٪) والإنترنت (38٪) 19 نقطة.



يكتسب الاتجاه نحو محتوى الأخبار الرقمية أهمية أكبر عندما تفكر في الفجوة بين الأجيال، حيث تزيد احتمالية وصول جيل الألفية عن أباؤهم عبر الإنترنت بمقدار الضعف مقارنة بأبائهم.

عمل الأخبار التلفزيونية يتغير

كان هناك الكثير من التكهّنات حول نهاية الصحف مع تحول عناوين التسمية الرئيسية إلى رقمية. ولكن الحقيقة هي أن المحتوى عبر الإنترنت يقضي أيضاً على الأخبار التلفزيونية التجارية.

Forbes Daily: أفضل القصص والتقارير الحصرية ووجهات نظر Forbes حول أهم أخبار اليوم، بالإضافة إلى السبق الصحفي الداخلي حول أهم رواد الأعمال في العالم.

يعتمد نموذج الأعمال الخاص بالأخبار التلفزيونية التجارية على حقيقة أن المحتوى التحريري يتم تمويله من خلال الإعلانات المعروضة خلال الفواصل التجارية. محتوى الأخبار مجاني من الناحية الفنية للمستهلك. وبدلاً من ذلك، فإن التكلفة التي يتكبدها المشاهد باهظة ومزعجة في كثير من الأحيان (Waddel:2016).

كان أحد أكبر الاضطرابات التي حدثت في نشرات الأخبار المسائية في الثمانينيات هو إدخال البث الإخباري على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، مع وصول شبكة CNN وشبكة الأخبار المالية، التي اندمجت مع CNBC منذ ذلك الحين، أظهر الناس في الولايات المتحدة (والعديد من البلدان المتقدمة الأخرى) على سبيل المثال شهية للمحتوى الإخباري الذي يموله المستهلك، قضى البالغون الأمريكيون الذين تزيد أعمارهم عن 18 عاماً أكثر من 72 مليار دقيقة في مشاهدة الأخبار في عام 2016، وفقاً لخدمة تصنيفات Nielsen.

لكن التعطش لمزيد من المحتوى المدفوع من قبل المستخدم لم يؤد فقط إلى ظهور منصات وسائط جديدة: كما أنه يؤثر على طرق التسليم المستخدمة لربط المستهلكين بالمعلومات التي تهمهم (<https://www.jstor.org/stable>).



## الإنترنت مستقبل الأخبار

تعمل خدمات وسائط الاشتراك، مثل Spotify و Netflix، على تكييف جيل جديد بالكامل لدفع رسوم رمزية مقابل جودة المحتوى. وفقاً لشركة Deloitte Global، سيكون لدى 50 ٪ من البالغين في البلدان المتقدمة ما لا يقل عن اشتراكين لوسائل الإعلام عبر الإنترنت فقط بحلول نهاية عام 2018، وارتفع إلى أربعة عام 2020.

لا نعلم فقط أن نماذج التسليم القائمة على الاشتراك عبر الإنترنت هي المكان الذي يتم فيه القتال بشأن مستقبل استهلاك الوسائط، ولكننا نعلم أيضاً أن الشكل السائد لهذه الوسائط هو الفيديو.

وفقاً لـ Cisco، مثل الفيديو قريباً حوالي 82٪ من إجمالي حركة مرور الويب للمستهلكين عام 2021 قياساً مع 73٪ في عام 2016. وقد حفز النمو انتشار خدمات بث الفيديو واعتمادها.

كما أشارت Cisco إلى انتقال المستهلك السريع من شبكات البث التقليدية إلى تجارب البث التلفزيوني عبر بروتوكول الإنترنت كمحرك رئيسي، مما يسلط الضوء على التأثير اللاحق على موفري خدمات التلفزيون المدفوع التقليديين. (12)

## تكييف خدمات الأخبار

مع وضع هذا المشهد المتغير في الاعتبار، فليس من المستغرب أن يكون تقرير بحثي من معهد رويترز بعنوان "مستقبل فيديو الأخبار عبر الإنترنت" قد وجد أن 79٪ من كبار قادة الأخبار الرقمية في العالم يستثمرون أكثر في الفيديو الإخباري عبر الإنترنت. ولكن، ليس كل شيء سلساً.

أكد التقرير الشامل على الصعوبات الحالية التي يواجهها العديد من المؤسسات الإخبارية والمذيعين عند التمحوّر لمواجهة ثورة الفيديو الإخباري عبر الإنترنت. كما ان معظم المؤسسات الإخبارية في مرحلة تجريبية؛ إنهم قلقون بشأن الاستثمار

الكبير المطلوب، وصعوبة توسيع نطاق الفيديو، والمسار غير المؤكد للعائد التجاري"، كما جاء في التقرير.

إذن، كيف يمكن لشبكات الأخبار أن تزدهر على وجه التحديد بسبب الطلب المتزايد على محتوى الفيديو عبر الإنترنت، بالإضافة إلى توقعات الاستهلاك المصممة بشكل متزايد من المشاهدين، على نطاق واسع (دون الانحدار تحت الضغط)؟  
أدخل الأخبار كخدمة التي تدعم الذكاء الاصطناعي. الذكاء الاصطناعي (AI) هو مستقبل الأخبار.

استخدام الذكاء الاصطناعي لإيصال أخبار ذات طابع شخصي مفرط، نعتقد أن العصر الجديد للأخبار سيكون محتوى شديد التخصيص، برعاية خوارزمية مدربة تتعرف على تفضيلاتك بمرور الوقت.

إذا كنت من محبي الرياضة، فأنا نتوقع أن الذكاء الاصطناعي سيكون قادرًا على جمع كل محتوى الفيديو الأخير على الفور من مباريات نهاية الأسبوع، وتجميع الملامح المحددة التي تعرف أنك تريد رؤيتها تلقائيًا، وتقديم مقطع فيديو مخصص بالكامل إلى جهازك المعين (Forward:2017) بالنسبة لصناعة الأخبار، تكون تكاليف الإنتاج ضئيلة، كما أن عدد تدفقات الفيديو فائقة التخصيص قابلة للتطوير بشكل لا نهائي وتجربة المستهلك شديدة الاستهداف. يبدو واضحًا أن هناك استعدادًا لدى كثيرين من المتابعين للدفع مقابل هذا النوع من خدمات الاشتراك الشخصية للغاية...إذا هذا هو بالفعل مستقبل الفيديو الإخباري الرقمي، لذا فأنا المؤكد أن نموذج التمويل سيشمل مدفوعات صغيرة جديدة قائمة على الاستهلاك لمديعي الأخبار، إنه بالتأكيد شيء تم الاستثمار فيه في المساعدة على تحقيقه من خلال تقنية المحاكاة الافتراضية للفيديو لدينا (<https://online.sbu.edu/news>).

واضح تماما انه يتم منذ فترات زمنية استخدام الذكاء الاصطناعي والأتمتة بالفعل في غرف الأخبار في جميع أنحاء العالم لتقديم المحتوى بشكل أسرع وعلى نطاق واسع وبتكلفة أقل. كما يستخدم العديد من الاعلاميين القوالب الذكية التي تم إنشاؤها



بواسطة الذكاء الاصطناعي لإنتاج "أخبار السلع"، مثل التقارير عن الأسواق المالية وأرباح الشركات) (مبادرة مشروع سايبورغ من بلومبرج، كما ورد في موقع Poynter.org) تقود وكالة Associated Press أيضاً مساعي مميزة لصناعة الأخبار باحتضان البرامج لأتمتة إنشاء النسخ لأغراض الاستثمار والتغطية الرياضية، مما يزيد بشكل كبير من عدد عمليات الكتابة المنتجة. كما تحتل وكالة Associated Press موقع الصدارة في استكشاف الأتمتة والذكاء الاصطناعي لعرض البيانات السياسية لتمكين تقارير أفضل وأسرع عن الانتخابات.

عندما يتعلق الأمر بالفيديو، فإن المذيعين مثل RTVE و BBC يدرسون بالفعل طرقاً يمكن للذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي من خلالها أتمتة إنتاج حزم الأخبار، وحزم تسليط الضوء على الرياضة، وربط المحتوى بتفضيلات المشاهدين من خلال تقنيات استخراج البيانات. يمكن أيضاً تطبيق الذكاء الاصطناعي لاكتشاف أخبار الفيديو الزائفة وربما إنشاءها.

نعم ان مستقبل صناعة الأخبار تمر بمرحلة انتقالية وليست في حالة تراجع. وهي تعاود الظهور بمضمون رقمي متزايد وأكثر تخصيصاً وأتمتة عالية المستوى .

#### 📌 قائمة المراجع :

1. عبد الرزاق الدليمي(2022): الإعلام السحابي والهجين (اعلام المستقبل)، دار الذاكرة للنشر والتوزيع، العراق، بغداد.
2. عبد الرزاق الدليمي(2022): الاتصال الرقمي(منصات التواصل الاجتماعي) و إدارة الأزمات المعاصرة، دار الذاكرة للنشر والتوزيع، العراق، بغداد.
3. عبد الرزاق الدليمي(2018): الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي، دار الابتكار عمان، الأردن.
4. عبد الرزاق الدليمي (2018): التلفزيون والمستقبل، دار الابتكار عمان الأردن.
5. عبد الرزاق الدليمي(2019): الاعلام الرقمي ،دار الابتكار عمان الأردن.
6. عبد الرزاق الدليمي(2020): الاعلام السحابي ، دار الابتكار عمان الأردن.

1. Lev Thackara( 2002), “*The language of new media*, Leonardo Book Series, MIT , Press.
2. John Carey and Martin C. J. Elton(2010), “*When Media Are New: Understanding the Dynamics of New Media Adoption and Use*,” Michigan Publishing, University of Michigan Library.
3. 9- Rabinder Henry(2014) : *Lecture notes* “Science, Engineering and Technology,” PPCRC.
4. 10- Bebo White (2011) : *Irwin King*, Philip Tsang, “Social Media Tools and Platforms in Learning Environments,” Springer New York.
5. 11-Kaveh Waddel (2017) :*Algorithms Can Help Stomp Out Fake News*, The Atlantic, December <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/12/how-computers-will-help-fact-check-the-internet/509870/>,
6. 12-Meeker, Mary (2017) Internet Trends Report.13- “Our Path Forward: Nytco.Com. <https://www.nytco.com>.
7. <https://www.jstor.org/stable/10.7312/pav114208.7>
8. <https://online.sbu.edu/news/journalism-in-the-digital-age>