

## مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف:

### وظيفة فحص الحقائق وتحديات الذكاء الاصطناعي

## The future of journalism in the era of fake widespread The fact-checking function and the AI challenges

هميسي نور الدين

جامعة محمد لمين دباغين- سطيف 2،

n.hamici@univ-setif2.dz

تاريخ القبول 2024/05/30

تاريخ الاستلام 2024/03/08

### الملخص

تهدف هذه الورقة إلى التعرف على كيفية تصرف الصحفيين أمام الحجم الكبير من المعلومات والأخبار الذي باتت توفره الوسائط الرقمية المعاصرة، حيث تطرح في هذا الصدد مشكلة حادة تتعلق بجودة ونوعية المعلومات التي يمكن اعتمادها كأخبار. وسنركز في هذا الصدد على وظيفة الفحص التي باتت جزء لا يتجزأ من منظومة العمل الإعلامي، وذلك بالاستعانة بأدوات الذكاء الاصطناعي التي بإمكانها حل هذه المشكلة. وسننتهي في آخر هذه الورقة إلى التأكيد على أن الذكاء الاصطناعي لم يعد ينافس وسائل الإعلام في إنتاج المواد الإعلامية فحسب، بل أضحت أدواتها للحفاظ على المصداقية والجودة وحاميتها من الاندثار أمام زحف الإعلام البديل.

**الكلمات المفتاحية:** أخبار كاذبة، تزييف عميق، الصحافة، ذكاء اصطناعي، فحص الحقائق.

### Abstract:

*This study aims to identify journalists' behaviour in the face of fake news and deepfake materials that has become widely spread on social media. In this regard, a severe problem arises about to the quality and type of information, and about what can be accepted as news. We will focus on the fact-checking function, which has become an innovative tool in the journalism ecosystem, especially whith the increase of the artificial intelligence tools use as a solution to this problem. At the end of this paper, we will conclude an analytical reading about the future of journalism in the shade of the rise of artificial intelligence and fact-checking practices .*

**Keywords:** fake news, deep fake, journalism, artificial intelligence, Fact-checking.

## مقدمة:

بعد ثورة الإعلام الجديد، طرحت العديد من الأسئلة بخصوص ما إذا كان سيكون مقدور وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة وتلفزيون وصحف الاستمرار كأدوات لنقل المعلومات للجماهير الواسعة. لقد كان المحفز الأساسي لإثارة هذه الأسئلة هو ما أبرزته وسائل الإعلام الجديد من خصوصيات جعلتها تشكل ما يمكن تسميته بـ "باراديغم إعلامي جديد" يختلف من ناحية طريقة العمل والمواصفات عن الباراديغم التقليدي. يجري الحديث هنا عن خصائص من قبيل: الفردية، التخصص، التفاعلية(1) وضعت مهنة الصحافة أمام تحديات جديدة نتيجة التغييرات الراديكالية العميقة التي صارت توحى إلى أننا سندخل عصرا آخر.

شكلت هذه الرؤية الاحتفائية بميلاد الإعلام الجديد كباراديغم جديد للصحافة التوجّه الأغلّب لأنها ترافقت تاريخيا مع أحداث تدعمها (ما يسمى بثورات الربيع العربي كنموذج)، بل إن بعض الأصوات أطلقت عنوان "الإعلام البديل alternative media" على الظاهرة الجديدة، فيما كانت الأصوات المتشائمة بالتغييرات التي تقع لا تكاد تسمع. كان ينبغي الانتظار لسنوات لكي يكشف الزمن عمّا كانت تخفيه ظاهرة الإعلام الجديد من مثالب، وبالتدرّج ازداد عدد الأصوات المحذرة وصار الحديث عن الأخبار المزيفة مسموعا في كل الزوايا، بل إن تطور الذكاء الاصطناعي أدخلنا في مشكلة أعمق عمق التزييف ذاته، فبعد أن كان الكذب يخص الأخبار فقط، أصبحت الصور والفيديوهات ذاتها محلّ شبهة. أمام هذا الواقع الجديد، أضحت وسائل الإعلام تواجه تحديات جديدة، فبمقابل الوفرة الكبيرة للمعلومات وتحول الإعلام الجديد إلى مصدر أخبار بالنسبة للكثير من الصحفيين، صارت مصداقية وسائل الإعلام على المحكّ، لأنه من غير المقبول في حالتها أن تنحدر إلى مستوى الإعلام الهاوي الذي يمثل الوصف الأنسب لممارسات الإعلام الجديد في تناقل المعلومة. إن مثل هذا التحديّ يشكل في نظر وسائل الإعلام التقليدية أحد أهم سبل البقاء في ظل التحول الكبير في البيئة الإعلامية . هناك مستويات متعددة للنقاش الدائر حول الصراع بين هذين الباراديغمين وما إذا كان أحدهما سيلغي الآخر، ومن بين أهم مستويات هذا النقاش هو التساؤل حول مآلات الوظيفة الإعلامية داخل المجتمع في ظلّ وفرة المعلومات والفيديوهات والصور، أو بعبارة أخرى سيكون من الأجدر الاستفسار عما إذا كانت قدرة وسائل الإعلام على فحص وتحقيق المعلومات هي ما سيمكنها من أن تجاري سرعة وقوة انتشار الصحافة الهاوية عبر وسائل الإعلام الجديد.

## من الاحتفاء بانفجار المعلومات إلى مأزق التزييف العميق:

شكلت الأنترنت منذ مطلع الألفية الثالثة توجها جديدا في الممارسات الاتصالية للبشر، حيث كان ينبغي الانتظار لنصف قرن منذ بداية التفكير فيها كابتكار جديد كي تتحوّل إلى وسيلة تتداخل مع

مختلف مناحي الحياة. لم تكن الأنترنت مجرد وسيلة لتشبيك الحواسيب والأجهزة المختلفة فقط، بل أصبحت عالماً متفرداً بخصوصيات عميقة جداً. لقد دخلت الأنترنت بمهنة الصحافة إلى عوالم جديدة، حيث أزلت الكثير من العقبات التي كانت مفروضة بحكم عاملي الزمان والمكان، وعن طريق ما يسمى بالصحافة الإلكترونية أصبح بالإمكان الوصول بالأخبار إلى الجماهير في كل بقاع العالم. على صعيد الإنتاج الصحفي، وفرت الأنترنت طرق جديدة للحصول على الأخبار، وأفضل تعبير عن هذا الوضع هو ذلك الذي صاغه روبرت ميردوخ، عملاق الصحف البريطانية، عندما كانت الصحافة الإلكترونية تشق أولى خطواتها، حيث تساءل في هذا الصدد عما إذا كان الجيل الرقمي يمتلك توقعات مختلفة لأنه سيحصل على الأخبار بطرق مختلفة ومن مصادر متنوعة، معتبراً بأن الأنترنت ستوفر فرصة جيدة ليتطور العمل الصحفي على الرغم من أن كل المؤشرات توحى بأن مهمة الصحف التقليدية ستصبح أشق(2).

لقد كانت البدايات الأولى للزحف الرقمي على مهنة الصحافة مثار ترحيب كبير، وهي حالة كل ابتكار جديد تعلق عليه آمال وطموحات نحو التقدم، ومع ميلاد الويب 3.0 وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، ازداد التهليل والاحتفاء لدرجة أن البعض أصبح يتحدث عن ميلاد نموذج جديد من العمل الصحفي. إن الثورة الحقيقية التي جاءت بها وسائط الإعلام الجديد هي تحول الجمهور إلى مستخدمين ومستهلكي الإعلام إلى منتجين لمحتوياته(3)، وهذا واضح جداً في حالة ظهور صحافة المواطن والإعلام التشاركي.

شكل إعلام المواطن الوجه الحديث للممارسة الصحفية، وكانت أبرز سمة هي أن صناعة الأخبار لم تعد مركزية، وصار بالإمكان استقاؤها من أي مكان. كان يكفي أن يتواجد أي شخص في مكان أي حدث لينقل الخبر من هناك، وهنا يجري الحديث عن مفهوم "الاستقاء من الحشود crowdsourcing" كتعريف لهذه الظاهرة(4)، وهذا التفكير ينسجم وأطروحة عامة لطالما ارتبطت ببروز تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهي ظاهرة انفجار المعلومات وانفتاح المصادر أمام الجماهير.

تعددت القراءات الاحتفائية بهذا التحول الجسيم، ولكنها تتفق في النهاية على أن ما يدعو إلى الاحتفاء هو قوة الديمقراطية التي سيولدها إمساك الجماهير بزمام الوظيفة الإعلامية ولو بشكل تعاوني مع الصحفيين المحترفين. ذهبت هذه القراءات كلها في اتجاه بارز هو القول بأنه بات بإمكان الجمهور الآن أن يصنع أجندته الخاصة للأخبار بطريقة تداولية وفقاً لمنظور جورغن هابرماس، وهي الطريقة التي تتداعى معها سلطة وسائل الإعلام التقليدية في الهيمنة على المعلومات والأخبار.

تدعو هيلد ستيفانسون مثلاً إلى الاستعانة بالنموذج النظري الذي اقترحه كليمنسيا رودريغيز لفهم كيف يلعب إعلام المواطن دوراً عميقاً في الممارسات المتعلقة بإنتاج الأخبار وانعكاساتها الاجتماعية، حيث يبرز هذا النموذج كيف يتحول إعلام المواطن إلى قوة معلومات مضادة تتصدى للتدفق الأحادي

مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف \_\_\_\_\_ أ.هميسي نور الدين

للأخبار، وبأن الفرد لا يصبح مواطناً إلا إذا ساهم بدوره في إنتاج الأخبار(5). تصب معظم القراءات الاحتفائية في هذا التصور، حيث ينظر لما قدمته الممارسات الإعلامية التي ولدتها شبكات التواصل الاجتماعي على أنها تحررية، ديمقراطية وإيجابية لصناعة عادلة للأخبار.

وسط هذا الاحتفاء، لم يكن للخطاب التحذيري صدى يسمع، خصوصاً وأن الشواهد التاريخية كانت تدعم الخطاب الاحتفائي. كانت فكرة الأخبار الزائفة fake news متداولة من قبل ضمن ممارسات وسائل الإعلام التقليدية التي تزرع تحت الضغوط السياسية والمالية، أما بالنسبة لإمكانية أن يكون إعلام المواطن المنطلق من شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار الكاذبة فالمسألة لم تؤخذ على محمل الجد العلمي في البداية. التدرج، بدأ الانتباه يصوب نحو الانتشار المتزايد للأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكان الإحساس يتنامى بأن ثمة بعض المساوئ التي ستنتج عن الاعتماد المتزايد على دور الأفراد في إنشاء المحتوى الإخباري عبر الشبكات. لقد كان لشبكات التواصل الاجتماعي دور في وضع مسألة الأخبار الزائفة في صلب الاهتمام لأنها سهلت عملية إنتاجها ونشرها على نطاق واسع وبسرعة كبيرة(6).

عوضاً عن الحديث عن نظام إعلامي جديد بالإمكان تأسيسه بفضل مشاركة المستخدمين في إنتاج الأخبار، صار هناك توجه متصاعد نحو الحديث عن فوضى رقمية digital disordre ، وذلك بعد اكتشاف الآثار التضليلية والتزييفية والتحريفية للأخبار التي ينتجها ويتناقلها المستخدمون عبر الشبكات. تحيل ماريا غلينسكي وزملاؤها إلى مفهوم "الخيبة الرقمية digital deception" باعتباره الدلالة المناسبة على الحالة البائسة التي وصلت إليها الوظيفة الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمتلك المستخدمون دوراً مهماً جداً في إنشاء حالة الخيبة أو الغائها، فهم المسؤولون بالدرجة الأولى عن إنتاج، استهلاك ونشر الأخبار الزائفة، مثلما هم المسؤولون عن محاربتها(7).

وإذا كان التحذير من مشكلة الأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد استغرق بعض الوقت، فإن بروز موضوع الذكاء الاصطناعي للواجهة العلمية عجل بدق أجراس الإنذار مبكراً، وسرعان ما نشأ خطاب متشائم يحذر من التأثيرات السلبية للقدرات التوليدية لآلات الذكاء الاصطناعي على الوظيفة الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية ولشبكات الإعلام البديل على حد سواء، وذلك بالنظر للتهديد البالغ الذي باتت تواجهه صناعة الأخبار.

في جوان 2019، تم دق ناقوس الخطر لأول مرة من قبل رئيس لجنة الاستخبارات بالبيت الأبيض آدم شيف، حيث أصدر بياناً قال فيه: "إن التطورات في الآلات التعليمية للذكاء الاصطناعي قاد إلى ظهور أشرطة أطلق عليها التزييف العميق، ثمكّن الفاعلين السيئين من نشر الفوضى، الانقسام والأزمات، لقد أصبح بإمكانهم شن حملات حتى على الانتخابات الرئاسية الأمريكية... إن الوصول إلى هذه الوسائل متاح سواء لأجهزة الاستخبارات أو للأفراد، وهذا سيشكل تحدياً كبيراً"(8). لا نحتاج إلى مجهود

مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف ————— أ.هميسي نور الدين

كبير لنفهم من هذا الكلام بأن موضع التهديد الذي يفرزه الذكاء الاصطناعي لا يمسّ وظائف المؤسسات الإعلامية ذاتها، بل يتعلق بأزمة وجودية تمسّ المنظومات الإعلامية للدول، وهذا ما يفسّر لماذا يتم مناقشة مخاطر الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الأمنية والاستخباراتية قبل الجامعات والمعاهد، وذلك بوصفها مسألة أمن قومي أكثر منها مسألة أكاديمية تخصّ الوظيفة الإعلامية لوسائل الإعلام.

كان يمكن أن لا يثير الذكاء الاصطناعي أي مخاوف أمنية على هذا المستوى لو كان تقنية مملوكة حصريا للحكومات والأنظمة السياسية فقط، غير أن انتشاره الواسع وتحوّله إلى تقنية شعبية بيد الجماهير في كل أنحاء العالم هو ما سيفتح على حد تعبير ستانيسلاف سيكريورو "الطريق الرقمي إلى جهنم"، لأنه في النهاية سيصبح أداة يد كل من له حسابات سياسية، بما فيه أنصار الحروب المقدسة، ليشرعوا أبواب الحروب على مصراعيها(9). نؤكد من جديد على أن الانتقال إلى عصر التزييف العميق قد وضع دور وسائل الإعلام بالفعل أمام تحدّ كبير يتجاوز أدوارها كمؤسسات، ويقفز بدلا من ذلك إلى مساءلة جدوى الأنظمة الإعلامية قاطبة. إن مسألة تطويق الفوضى القادمة بسبب عمق التزييف يشكل الرهان الأساسي للأنظمة السياسية وللصحفيين على حد سواء لأننا ومنذ سنة 2015 تقريبا صرنا بالفعل نعيش عصر "ما بعد الحقيقة"(10).

### وظيفة الفحص وآليات تطوير العمل الصحفي في البيئة الرقمية:

يضع الخطر الداهم للتزييف ووسائل الإعلام والصحفيين في قلب المعضلة، لأن وسائل الإعلام هي الوسيلة الوحيدة التي يمكن من خلالها مخاطبة الجماهير وتنبيهها إلى المحتويات الزائفة وضرورة التحوّط منها. إن هذا الدور يتعاظم أكثر في ظل السهولة الكبيرة التي أصبحت تميّز إنتاج التزييف العميق، فتحوّله إلى أداة شعبية توفرها الكثير من التطبيقات والمنصات واتساع نطاق استهلاكها عبر استخدام الهواتف الذكية يضعان وسائل الإعلام والصحفيين أمام تحدّ كبير.

إن هذه المسؤولية التي تقع على عاتق الصحفيين ناجمة بالأساس عن الدور الاستقصائي الكلاسيكي المعروف عن الصحافة باعتبارها الحامي المحترف للحقيقة، وهي مطالبة هنا بأن تعيد لعب دور حارس البوابة الذي يقوم بتصفية الأخبار قبل عرضها(11)، في الوقت الذي يتنصل فيه الصحفيون الهواة المنتشرون بقوة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من مثل هذه المسؤولية الأخلاقية، لهذا يلاحظ بأن هناك توجها نحو سن قوانين صارمة في بعض الدول لمواجهة حالة الإفلات من المسؤولية لدى الهواة عن إنتاج ونشر التزييف العميق .

إن مسؤولية الصحفيين في مواجهة التزييف العميق تتشابك في مستويات معينة مع عاملين اثنين يؤثران بالضرورة على عمل الصحفيين، أولهما: ضرورة حماية حريتهم في التعبير من جهة، والنجاح

مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف \_\_\_\_\_ أ.هميسي نور الدين

الاقتصادي لمؤسساتهم الصحفية، أي لزوم رفع عائدات الإشهار، من جهة ثانية(12). يتدخل هذان العاملان بطريقة نسبية في ممارسة الصحفيين لدورهم الاستقصائي في مواجهة المواد المزيفة، ولكن يبقى الإلزام الأخلاقي أكثر عامل يمكن أن يؤثر على هذا الدور .

يعبر عن هذا الدور في زمن شبكات التواصل الاجتماعي بمفهوم "الفحص (checking, verification) "، ويعرف بأنه "وظيفة تتدخل في جمع ونشر المعلومات من خلال البحث عن دقة ومصداقية كل من مصدر المعلومة ومحتواها"(13). من الواضح أن مثل هذا السلوك معروف في العمل الصحفي منذ نشأته، ولكنه أصبح وظيفة محورية في ظل الانتشار الواسع للأخبار والمحتويات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتعاضم خطر التزييف الناجم عن استخدام الذكاء الاصطناعي.

لا يعني ذلك بأن الذكاء الاصطناعي هو شرٌّ مطلق يتهدد العمل الصحفي، فهو بالمقابل يقدم نفسه بوصفه ذا ميزة مزدوجة: فهو من جهة يساهم في تمكين المؤسسات الإعلامية من اختصار الجهد والتكاليف باقتراحه لـ"البوتات Bots "كصحفيين افتراضيين بإمكانهم القيام بالوظائف التحريرية والإنتاجية اللازمة لتقديم المحتوى للجمهور، وبإمكانه من جهة ثانية أن يكون أيضا أداة لفحص الأخبار والمحتويات المزيفة التي يتم إنتاجها أصلا باستخدامه. يمثل الذكاء الاصطناعي الأداة الأساسية حاليا لفحص التزييف العميق الذي ينتشر بقوة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ولكنه ليس الأداة الوحيدة، فقد يلجأ الصحفيون لفحص المواد المزيفة بالعين المجردة من خلال التركيز في الإشارات البيولوجية التي قد تظهر اختلالات في الصور والفيديوهات والأصوات المزيفة مثل عدم تناسق الأبعاد أو العيوب الظاهرة في المحتوى، غير أن التطور في تقنيات التزييف العميق يعرقل إمكانية كشفه بسهولة، وبالتالي يصبح الذكاء الاصطناعي أداة الفحص الرئيسية(14).

كشفت الدراسة التي قام بها بيتر باي برانتزاغ وزملاؤه بأن الصحفيين عادة ما يستخدمون عدة إستراتيجيات لفحص المعلومات وتفادي التزييف، وأهم هذه الإستراتيجيات تتمثل في(15)

- **موثوقية المصادر:** حيث يتم الاعتماد عادة على المعلومات التي تأتي من مصادر معروفة بمصداقيتها وموثوقيتها، مثل وكالات الأنباء والقنوات التلفزيونية المعروفة، وكذا حسابات المشاهير على بعض الشبكات مثل شبكة تويتر التي ينظر إليها عادة على أنها شبكة اعتمادية يمكن توظيفها للحصول على المعلومات الحديثة والموثوقة.

- **الوصول إلى الشهود والمصادر الأصلية:** يلجأ الصحفيون أحيانا من أجل التثبت من المعلومات إلى التواصل مع الشهود والمصادر الأصلية للأحداث، وذلك باستخدام سرعة شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال بالأشخاص.

مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف \_\_\_\_\_ أ.هميسي نور الدين

- استخدام الطرق التقليدية للفحص: قد يستخدم الصحفيون في بعض الحالات الطرق الكلاسيكية المعروفة منذ عقود في فحص المعلومات التي يشتبه في تزييفها، بحيث يحاولون استخدام الهاتف أو الإيميل للاتصال بالمصادر من أجل التحقق، غير أن مثل هذه الطرق معروفة ببطئها ورتابتها.

- نموذج الفحص متعدد: في هذه الإستراتيجية يتم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي كأداة للفحص لأن الأمر يتعلق بأكثر المواد عرضة للتزييف، وهي الصور والفيديوهات والأصوات. وكشفت الدراسة عن مجموعة من التطبيقات والمواقع التي يستخدمها الصحفيون للتحقق من المحتويات السمعية البصرية، وأهمها Tineye, Storyful, Topsy, Tongstene... حيث تقدم هذه الخدمات القائمة على خوادم ولوغاريتميات حلولا مبتكرة ولكنها مدفوعة الثمن للتأكد من صدق الفيديوهات والصور.

- منهجيات الاقتراب: يجد الصحفيون أنفسهم أحيانا عاجزين عن التحقق من مدى مصداقية المعلومات والمواد السمعية البصرية المتاحة أمامهم، ولهذا يقومون بالاعتماد على منهجيات الاقتراب من المعلومة دون تبنيها، أي بالتخلي عن الوظيفة الاستقصائية والاكتفاء بنقل المعلومات باستخدام طرق كلاسيكية للتعامل مع المصدر بعبارات مثل "استنادا إلى مصدر غير متأكد منها"، أو مثل هذه العبارات.

تبرز هذه الإستراتيجيات حجم التعقيدات التي يواجهها الصحفيون فعليا أمام موجة التزييف التي انتشرت في السنوات الأخيرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وقد كان من نتائج هذا التعقيد أن نشأت وظيفة جديدة ضمن مهن الصحافة والإعلام في الزمن الرقمي، وهي مهنة "فاحص الحقائق-Fact checker"، فمنذ 15 سنة تقريبا، أصبحت الكثير من المؤسسات الإعلامية توظف ضمن طاقمها صحفيين لا تتعدى مهامهم التحقق باستمرار من المعلومات المتوفرة.

أسندت لهذه المهنة وظيفة التصدي للتضليل المتزايد عبر شبكات التواصل الاجتماعي وحماية الجماهير من استهلاكها أو الوقوع في فخها، حيث تقوم بفحص المعلومات قبل نشرها سواء باستخدام تقنيات الاستقصاء الصحفي أو بالاعتماد على ما يتوفر من تطبيقات وبرامج (16). يتطلب الالتحاق بمثل هذه المهنة بطبيعة الحال الإلمام الجانبيين: التكوين في مجال الصحافة من جهة، والتمكن من الوسائل التقنية، ويمكن لها أن تمارس بشكل مستقل عن الصحف، حيث أصبحت نشاطا اقتصاديا خاصا قد يمارسه البعض عبر حسابات بشبكات التواصل الاجتماعي، تطبيقات، مؤسسات ناشئة أو حتى من خلال تأسيس مؤسسات إعلامية متخصصة في فحص الحقائق.

### الصحافة ووظيفة فحص الحقائق: فرصة للبقاء

إن الخطاب السائد حاليا بخصوص بزوغ وانتشار الذكاء الاصطناعي هو خطاب تشاؤمي يرفع شعار التحذير من مخاطر مجتمع قادم قد تندثر فيه الحقيقة بالمفهوم الذي نعرفه، لهذا يجري الحديث عن

دخولنا عصر "ما بعد الحقيقة"، لا بوصفه عصرا ستختفي فيه الحقائق، وإنما سيظهر فيه مفهوم "الحقائق البديلة alternative facts" التي يبدو من اسمها بأنها ترتبط بالإعلام البديل alternative media، أي أنها تلك المعلومات التي يجري تداولها ومشاركتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي من دون التثبت من صحتها مع أن لها تأثيرا على آراء المستخدمين وتوجهاتهم السياسية، لأنهم في رأي أوسكار بيريرا وزملائه لا يثقون في وسائل الإعلام التقليدية ولا في دورها في فحص الحقائق(17).

سبق وأن أشرنا إلى أن الدخول القوي لشبكات التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية قد لاقى احتفاء كبيرا بالنظر إليها كأداة للتحرر من السلطة المركزية لوسائل الإعلام التقليدية، وقد بقيت هذه الصورة مكرسة لدى مستخدمي هذه الشبكات لدرجة الوثوق الكلي بها وعدم تقبل أي تحذير من دورها في المرور إلى حالة من الفوضى في تقديم الأخبار. إن دق أجراس الإنذار من خطر التزييف العميق لا يلقى لدى مستخدمي شبكات التواصل الاستجابة التي يتوقعها الباحثون، وذلك راجع بطبيعة الحال إلى الطابع الهاوي للإعلام البديل إذا ما قورن بالطابع الاحترافي للإعلام التقليدي والمسؤوليات القانونية التي تحكم نشاطه.

بناء على هذا، يمكن لمهنة الصحافة ضمن منظورها التقليدي أن تهدم أسس هذا المنظور الاحتفائي الذي يعني ضمنا نهاية وجودها، فانتشار التزييف بات يشكل تهديدا لمجمل النظام الاجتماعي الذي تسعى الصحافة بالمقابل لحمايته. إن هذا يعني ضمن ما يعنيه بأن سعي الصحفيين لتنقية الأخبار من التزييف من خلال وظيفة الفحص يشكل نوعا من المقاومة أمام تشكل نموذج فوضوي لصناعة الأخبار يقوده مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي، وبطبيعة الحال، ومثما يقول فينسننت موسكو، فإنه "لا يمكن للصحافة أن تستمر من دون صحفيين"(18)، أي من دون احترام لخصائص الوظيفة الإعلامية التي تسعى لتحري واستقصاء الحقيقة.

إن وظيفة الفحص قد تكون هي طوق النجاة الذي ينقذ الصحافة من الاندثار أمام الانتشار الواسع للمواد الخاضعة للتزييف، بل إن مشكلة دخول الذكاء الاصطناعي وتحوّله إلى أداة جماهيرية قد ساهمت في تطوير مهنة الصحافة من جانب معين، حيث يجري الحديث الآن عن نشأة تخصص جديد لوسائل الإعلام، وهو صحافة فحص الحقائق، وهي نشاط أو ممارسة إعلامية متخصصة فقط في الكشف عن المعلومات الصحيحة والمعلومات المغالطة وأسباب نشرها. يرى لوكاس غرافز بأن هذا النمط من الممارسة الإعلامية بات يشكل نوعا صحفيا جديدا ضمن بيئة صناعة الأخبار ويجب أخذه بعين الاعتبار(19).

ويضيف لوكاس غرافز في مقال مشترك مع باحثين آخرين بأن الانتشار الواسع للتزييف يشكل كذلك فرصة للصحافة لكي تتطور وتبتكر، ومثما طورت من ممارساتها في محطات كثيرة فإنها في مواجهة



التنامي الكبير لإنتاج الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي ستسعى للابتكار في مجال "النقل الموضوعي للأخبار Objective reporting"، وذلك تحت تأثير عوامل مهنية بحتة ترتبط بتصوير الصحفيين لدورهم المثالي المرموق في التعامل مع الأخبار، وليس بناء على طلب الجماهير المستهلكة للأخبار (20). يراد من هذا القول بأن فحص الحقائق يمثل مسألة تخص الصحفيين أنفسهم وترتبط بالقيم المهنية التي يتبنونها في أداء وظيفتهم الإعلامية وسعيهم لتطويرها، وليس للجمهور البعيد عن فهم هذه القيم وأهميتها أي تأثير على تطور وظيفة الفحص .

يسعى الصحفيون إذن في ظل اعتمادهم وظيفية فحص الحقائق إلى بناء "صحافة جيدة" كما تطلق عليها جين سينغر أو "صحافة غير منحازة" مثلما يسميها لوكاس غرافز (21)، وبالتالي فإنه يجب القول بأن زيادة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لا يشكل على الإطلاق تهديدا لمهنة الصحافة بقدر ما يراه الصحفيون فرصة للابتكار والتجديد في وظيفتهم. سيكون بإمكان الصحافة أن تتكيف مع هذا الواقع الجديد وفقا لطرق عديدة: من خلال تعزيز قدراتها على حراسة البوابة عبر فحص الحقائق وتصفية الأخبار، وكذا من خلال تبني الذكاء الاصطناعي كأداة لإنتاج المواد الإخبارية من جهة وكأداة لكشف التزييف المستشري بقوة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

#### خاتمة:

تواجه وسائل الإعلام التقليدية تحديات عديدة نتيجة التحولات الكبيرة باتجاه العالم الرقمي، والتي يمثل الذكاء الاصطناعي أرقى مراحلها حاليا. إن التوجه الرقمي يضع الصحفيين في مواجهة فرضيتين اثنتين: إما الانسحاب من وظيفتهم الكلاسيكية التي باتت عاجزة عن منافسة سرعة وكثافة ما ينتجه الإعلام البديل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإما الالتزام بروح المقاومة والبقاء في السباق من خلال دعم القيم المهنية للصحافة، والتي يبدو الإعلام البديل غير مبال بها. إن وظيفة فحص الأخبار تمثل المسلك الأمثل للصحفيين لدعم الفرضية الثانية، وبالتالي تمكين مهنتهم من النجاة من حالة الفوضى التي باتت تميّز صناعة الأخبار.

ليس من الغريب أن تتصاعد النبرة التحذيرية من خطر الذكاء الاصطناعي على المجتمعات البشرية، فهو مثل أي ابتكار آخر لا يتضمّن مخاطر كامنة فيه، بل مخاطر ناجمة عن النوايا التي تقف وراء استخدامه. في حالة إنتاج الأخبار، فإن تحوّل الذكاء الاصطناعي من ابتكار معقد إلى أدوات وتطبيقات بسيطة يسهل استخدامها من قبل أي شخص عمّق من مشكلة انتشار التزييف عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدرجة أن تحوّلت الأخبار والفيديوهات إلى خطر يهدد الأمن القومي، ونتيجة لذلك وجدت الصحافة نفسها في الخط الأول للدفاع، فهي تأتي على رأس قائمة المؤسسات التي تحترف صناعة الأخبار. وتقع على عاتقها مسؤولية حمايتها.

مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف \_\_\_\_\_ أ.هميسي نور الدين

إن هذه المسؤولية ليست بالأمر الطارئ أو الجديد على الصحفيين، فقد كانت مهمة حراسة البوابة وفحص الحقائق على الدوام ملزمة بقيم مهنية مثل المصداقية والموضوعية، وكل ما يحدث الآن مع استقرارنا في العصر الرقمي ليس سوى إعادة ابتكار لوظيفة الفحص، ومحاولة للتكيف مع واقع جديد لإنتاج الأخبار، ومثلما كان الذكاء الاصطناعي أحد أهم أسباب انتشار التزييف، فإنه من الممكن أن يكون أحد الحلول.

## الهوامش

- 1- جمال اسماعيل، بشرى (2011): مدخل للإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، الباحث الإعلامي، العدد 14، ص 11.
- 2- Allan, Stuart (2006): Online news: journalism and the Internet, Berkshire, Open University Press, p. 2.
- 3- Lister, Martin et al. (2003): New media, a critical introduction, London, Routledge, p. 10.
- 4- Hirst, Martin (2011): News 2.0: Can journalism survive the Internet, New South Wales, Allen Unwin, p. 11.
- 5- Stephansen, Hilde (2016): "Understanding citizen media as practice", In. Baker, Mona & Blaagaard, Bolette (ed): Citizen media and public spaces, London, Routledge, pp. 27-28.
- 6- Farmer, Lesley (2021): Fake news in context, London, Routledge, p. 8.
- 7- Glenski, Maria et al. (2020): User engagement with digital deception, In. Kai Shu et al.: Disinformation, misinformation and fake news in social media, Cham, Springer, p. 57.
- 8- Giansiracusa, Noah (2021): How algorithms create and prevent fake news, New York, Apress, p. 42.
- 9- Secriuru, Stanislav (2020): The digital road to Hell. In. Gaub, Florence (ed): Conflicts to come: 15 scenarios or 2030, Paris, European Union Institut for Security Studies, p. 26 .
- 10- Temir, Erkam (2020): Deepfake: New era in the age of disinformation & end of reliable journalism, Selçuk İletişim Dergisi, Vol. 13, N°. 2, p. 1011 .
- 11- Mezaris, Vasileios et al. (2019): Video verification in the fake news era, Cham, Springer, p. 4.

- 12- Razec, Ines (2021): Artificial intelligence and the future of news, *Media & Social Communication*, Vol. 4, N<sup>o</sup>. 2, p. 62.
- 13- Bae Brandtzaeg, Petter et al. (2016): Emerging journalistic verification practices concerning social media, *Journalism practice*, Vol. 10, N<sup>o</sup>. 3, p. 325.
- 14- Sohrawardi, Saniat Javid et al. (2020): Defaking deepfakes: Understanding journalists' needs for deepfake detection, A paper presented to *Computation+Journalism Conference*, Boston, p. 2.
- 15- Bae Brandtzaeg, Petter et al. (2016): *Op. Cit*, pp. 329-332.
- 16- Vizoso, Angel et al (2021): Fighting deepfakes: Media and internet giants' converging and diverging strategies against Hi-Tech misinformation, *Media and Communication*, Vol. 9, N<sup>o</sup>. 1, p. 294.
- 17- Barrera, Oscar et al. (2020): Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics, *Journal of Public Economics*, Vol.182, p. 2. (online):  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0047272719301859>.
- 18- Hirst, Martin (2011): *Op. Cit*, p. 10.
- 19- Graves, Lukas (2013): Deciding what's true: Fact-checking journalism and the new ecology of news, Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, Columbia University, 2013, p. 291.
- 20- Graves, Lukas et al. (2016): Understanding innovations in journalistic practice: A field experiment examining motivations for fact-checking, *Journal Of Communication*, Vol. 66, N<sup>o</sup>. 1, p. 120.
- 21- Dierickx, Laurence et al. (2023): Automated fact-checking to support professional practices: Systematic literature review and meta-analysis, *International Journal of Communication*, Vol. 17, N<sup>o</sup>. 3, pp. 5170-5171.