

# الرصد الإعلامي باستخدام الذكاء الاصطناعي (2024-2025)

## مقدمة

الرصد الإعلامي - الذي يُعرف أيضًا بمراقبة وسائل الإعلام - هو نشاط يهدف إلى متابعة مخرجات وسائل الإعلام المطبوعة، والإلكترونية والمسموعة وتحليلها. تقليديًا، اعتمد الرصد الإعلامي على جمع القصص الصحفية أو تسجيل البث الإخباري يدويًا لتزويد الجهات المهتمة (كالمؤسسات أو الشركات) بما يُنشر حول موضوعات محددة. ومع تطور وسائل الإعلام من الصحافة الورقية إلى الإذاعة والتلفزيون ثم ظهور الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، توسعت أساليب الرصد لتشمل هذه المنصات الجديدة. لكن الحجم الهائل للمحتوى الإعلامي في العصر الرقمي جعل الأساليب اليدوية غير كافية، مما أوجد حاجة ملحة لاعتماد أدوات تقنية متقدمة. في الفترة الحالية (2024-2025)، لم يعد الرصد الإعلامي مجرد تتبع للذكر الإعلامي، بل أصبح عملية تستخدم التقنيات الحديثة لاستخلاص رؤى قابلة للتنفيذ والحفاظ على مواكبة البيئة الإعلامية الديناميكية ويؤدي الذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في هذا التحول، حيث يُمكن من جمع وتحليل البيانات الإعلامية آنياً وعلى نطاق واسع بصورة غير مسبقة.

## كيف غيّر الذكاء الاصطناعي أساليب الرصد الإعلامي

أحدث الذكاء الاصطناعي نقلة نوعية في أساليب الرصد الإعلامي لكل من الإعلام التقليدي (كالصحف والتلفزيون والإذاعة) والإعلام الرقمي (كالمواقع الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي). في الماضي، كان على فرق الرصد تصفح الأخبار يدويًا أو الاعتماد على بحث الكلمات المفتاحية البسيط، مما كان يؤدي غالبًا إلى ضياع السياق أو التغاضي عن بعض المعلومات. أمّا الآن، فإن الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تقوم بتجميع الإشارات عبر مصادر متعددة وترشيحها وتلخيصها تلقائيًا، مما يمكّن المختصين من فهم المشهد الإعلامي بسرعة بدلاً من الغرق في البيانات الخام. هذا التحول سمح باتباع نهج *استباقي* في الرصد؛ حيث أصبح بالإمكان تحديد القصص المهمة أو بوادر الأزمات فور ظهورها، بدلاً من الاستجابة المتأخرة بعد انتشارها.

ومن أبرز التغييرات التي جلبها الذكاء الاصطناعي تحسين الكفاءة والسرعة في الرصد. تستطيع أنظمة الذكاء الاصطناعي مسح كميات ضخمة من الأخبار ومنشورات التواصل في ثوانٍ، متخطية القدرات البشرية بمراحل. يتيح ذلك رصد الاتجاهات الناشئة أو الأحداث المفاجئة على الفور. فعلى سبيل المثال، بإمكان خوارزميات التعلم الآلي المتقدمة اكتشاف الموضوعات الصاعدة أو الارتفاع المفاجئ في حجم التغطية الإعلامية وتقديمها على شكل خلاصات موجزة. هذه الإمكانيات تساعد مسؤولي الإعلام على التركيز في وضع

الاستراتيجيات بدلاً من إضاعة الوقت في الجمع اليدوي للمعلومات. وتشير الملاحظات في عام 2024 إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح قادرًا على اختراق "الضوضاء" الناجمة عن الكمّ الهائل من الأخبار وتقديم رؤى ذات قيمة بشكل فوري، مما حدّث سير عمل الرصد الإعلامي جذريًا.

كذلك وسّع الذكاء الاصطناعي نطاق عملية الرصد بشكل غير مسبوق. فبعد أن كانت المتابعة محدودة سابقًا بالوسائل المطبوعة أو عدد من القنوات، بات من الممكن حاليًا تتبّع طيف واسع من المنصات في آن واحد. يستطيع الذكاء الاصطناعي رصد البث التلفزيوني والإذاعي الحي، ومتابعة المواقع الإخبارية، وحتى مراقبة الشبكات الاجتماعية المتخصصة بشكل متكامل، موفرًا نظرة شاملة. أما الأساليب القديمة (مثل البحث التقليدي أو المتابعة اليدوية) فكثيرًا ما عانت أمام تدفق المحتوى وصعوبة التمييز بين المهم وغير المهم. في المقابل، منصات "الاستخبارات الإخبارية" المعززة بالذكاء الاصطناعي – لاسيما تقنيات معالجة اللغة الطبيعية – باتت قادرة على تجميع وفهم وتقديم الأخبار العالمية في الوقت الحقيقي بفعالية ودقة تفوق أساليب الرصد التقليدية. والنتيجة أن الجهات المعنية أصبحت أقل عرضة لتفويت معلومات مهمة أو تطورات متسارعة، حيث يتولى الذكاء الاصطناعي المراقبة المستمرة على مدار الساعة.

أساليب التحليل الإعلامي القائمة على الذكاء الاصطناعي

يعتمد الرصد الإعلامي الحديث على مجموعة من التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي لتحليل محتوى الإعلام التقليدي والرقمي على حد سواء، ومن أبرزها:

- معالجة اللغة الطبيعية للنصوص: تُمكن خوارزميات الـ NLP الحواسيب من فهم المحتوى اللغوي في الأخبار والنصوص وتحليله. على سبيل المثال، يُستخدم تحليل المشاعر لتحديد ما إذا كانت التغطية ذات نبرة إيجابية أم سلبية أم محايدة – حيث تستعين المؤسسات الإعلامية بـ NLP لرصد شعور الرأي العام والمواضيع الرائجة مما يساعدها في توجيه استراتيجيات المحتوى والتسويق. كما تُوظف نماذج تصنيف الموضوعات واستخراج الكلمات المفتاحية لتحديد أهم المحاور والكيانات المذكورة في التغطيات الإخبارية. وتتيح خوارزميات التلخيص الآلي اختصار المواد الإخبارية المطوّلة إلى نقاط رئيسية، مما يتيح استيعاب مئات المقالات بسرعة. وقد أصبحت الأدوات الحديثة قادرة على إنشاء خلاصات تلقائية ووضع *وسوم تصنيفية* للقصص الإخبارية لمساعدة المطلعين على استيعاب جوهر المحتوى خلال وقت وجيز. إضافةً إلى ذلك، تساهم تقنيات الترجمة الآلية في متابعة الإعلام متعدد اللغات، عبر ترجمة المحتوى الأجنبي فورًا، وبالتالي توسيع نطاق الرصد ليشمل تغطيات عالمية.
- التعلم الآلي والتحليلات التنبؤية: تقوم تقنيات التعلم الآلي (وخاصة التعلم العميق) بدور العمود الفقري في كثير من مهام التصنيف والتنبؤ ضمن الرصد الإعلامي. يمكن تدريب نماذج التعلم الآلي

على تصنيف الأخبار حسب الفئة (مثل موضوع الخبر أو طابعه) أو كشف الحالات الشاذة مثل الارتفاع غير المعتاد في ذكر معين. كما تسمح خوارزميات الذكاء الاصطناعي بتحليل مجموعات ضخمة من البيانات الإعلامية في ثوانٍ، بل وتطبيق تحليلات تنبؤية بهدف استشراف التوجهات الإعلامية والأزمات المحتملة. فعلى سبيل المثال، عبر تتبع أنماط انتشار الأخبار، قد يتنبأ النظام بأن قضية ما على وشك أن تصبح *ترند* إعلامي أو يرصد بوادر أزمة سمعة قبل تفاقمها، مما يمنح المؤسسات فرصة للتحرك الاستباقي (كإعداد بيانات توضيحية قبل أن تنصدر القصة العناوين). بهذا الانتقال من التحليل *الوصفي* للغطية الإعلامية إلى التحليل *التنبؤي*، يؤمّر الذكاء الاصطناعي طبقة إضافية من البصيرة تساعد على اتخاذ قرارات مدروسة بالاستناد إلى توقع مسار الأحداث الإعلامية.

- معالجة الصوت والوسائط المتعددة: يوسع الذكاء الاصطناعي نطاق الرصد ليشمل المحتوى السمعي والبصري من خلال تحويله إلى بيانات قابلة للتحليل. تقوم أنظمة التعرف التلقائي على الكلام – (ASR) المعززة بالتعلم العميق – بتفريغ ما يُقال في المحتوى المسموع (من إذاعات أو تلفزيون أو بودكاست) إلى نصوص مكتوبة يمكن تحليلها. الجدير بالذكر أن معالجة الكلام شهدت تطورًا كبيرًا في السنوات الأخيرة، حيث أمست تقنيات التفريغ النصي قادرة على التفوق على أداء البشر في التقاط الكلام المنطوق في بعض الحالات، رغم أن إنتاج نص دقيق تمامًا دون أخطاء ما زال تحديًا قائمًا. وبمجرد تحويل الصوت إلى نص، يمكن فهرسة محتوى البرامج الإذاعية والتلفزيونية والبحث فيه تمامًا كما يُفعل مع النصوص. وإلى جانب ذلك، تُستخدم تقنيات الرؤية الحاسوبية لتحليل محتوى الفيديو والصور في الإعلام المرئي – مثل التعرف على الشعارات أو الوجوه أو المشاهد في نشرات الأخبار المصورة – مما يساعد في تصنيف وفهم المحتوى البصري. تبرز أهمية ذلك مع تزايد اعتماد الجمهور على المحتوى المرئي والتفاعلي. وتساعد أدوات الرصد المدعومة بالذكاء الاصطناعي في تتبع الاتجاهات الرائجة في الإعلام المرئي عبر التلفزيون والفيديو الإلكتروني والبودكاست، وربطها مع النقاش الدائر على وسائل التواصل. فعلى سبيل المثال، قد يكشف النظام أن مقطعًا إخباريًا معينًا على يوتيوب أثار تفاعلًا واسعًا على تويتر، فيقدم رؤية موحدة عن مدى تأثير الحدث عبر مختلف الوسائط. هذه القدرات متعددة المنصات أصبحت واقعية في 2024، وتتطور نحو المزيد من التكامل في تحليل وسائط الإعلام كافة.

- الكشف التلقائي عن الانحياز وتقييم المحتوى: من التطبيقات المتقدمة للذكاء الاصطناعي في الرصد الإعلامي قدرته على كشف الانحياز في التغطيات الإخبارية وتقييم جودة المحتوى تلقائيًا. يعمل الباحثون على الاستفادة من تقنيات الـ NLP لرصد الانحياز الإعلامي – مثل الميول السياسية للمنصة أو اللغة العاطفية المبالغ فيها أو التحيز في عرض وجهات النظر. في الواقع، أشارت مراجعة

منهجية نُشرت عام 2025 إلى تنامي الأبحاث التي توظف الذكاء الاصطناعي لكشف الانحياز الإعلامي، وذلك عبر استعراض مختلف مهام الـ NLP المستخدمة لتحقيق هذا الغرض. تقوم مثل هذه الأنظمة بتحليل مفردات الخبر ونبرة الخطاب وتوازن وجهات النظر لرصد أي انحراف تحريري محتمل في المقال أو الوسيلة الإعلامية. وبالمثل، يمكن للذكاء الاصطناعي المساعدة في التحقق من المعلومات (Fact-Checking) عبر مقارنة الادعاءات الواردة في الأخبار بقاعدة بيانات من الحقائق الموثوقة – وإن كان ذلك مجالاً ناشئاً لا يزال في طور التطوير. إن دمج خوارزميات كشف الانحياز والتأكد من المصادقية ضمن عملية الرصد يمكن المؤسسات من فهم *مضمون* التغطية الإعلامية وليس فقط *موضوعها*، أي معرفة كيف يتم طرح القضايا وليس مجرد ماذا يقال.

### التحديات التقنية في الرصد الإعلامي المؤتمت

على الرغم من مزاياه، يواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي في الرصد الإعلامي عدداً من التحديات التقنية، من أبرزها:

- دقة التفريغ والتحليل اللغوي: تُظهر تقنيات التحويل من الصوت إلى النص بعض الأخطاء نتيجة اختلاف اللهجات أو وجود ضوضاء أو تعدد اللغات. ورغم أن التعلم العميق قد أسهم في تقليص معدل الخطأ بشكل هائل، فإن الحصول على تفريغ آلي *خالٍ تماماً من الأخطاء* لا يزال صعباً. وبالمثل، قد تُخطئ خوارزميات الـ NLP في فهم سياق اللغة أحياناً – كعدم تمييزها للسخرية أو التعبيرات المجازية – مما يؤدي إلى تصنيف خاطئ لنبرة المحتوى. على سبيل المثال، يمكن أن يعجز نظام تحليل المشاعر الحالي عن رصد النبرة الساخرة في مقالٍ ما، فيعتبره سلبياً وهو في الواقع هزلي أو نقدي بشكل غير مباشر. إن معالجة هذه الفروق السياقية الدقيقة لا تزال تحدياً تقنياً، بالرغم من أن التطورات البحثية تُشير إلى أن الخوارزميات القادمة ستكون أقدر على فهم السخرية واللغة السياقية. كذلك تمثل دقة التعرف على الأعلام والأسماء تحدياً آخر، إذ يجب على النظام تمييز الأسماء المتشابهة والتعامل مع الاختصارات بشكل صحيح لتفادي الخلط في النتائج.
- صعوبات تعدد اللغات والثقافات: كثيراً ما يتطلب الرصد الإعلامي تغطية بلغات مختلفة وعبر مناطق جغرافية متعددة، مما يضع تحديات خاصة أمام أنظمة الذكاء الاصطناعي. فالخوارزمية المدربة أساساً على نصوص اللغة الإنجليزية مثلاً قد لا تقدم أداءً جيداً عند تحليل محتوى باللغة العربية أو الصينية بسبب اختلاف البنى اللغوية. وتتميز كل لغة بخصوصيات ثقافية وتعبيرية – لذا فإن كشف الانحياز أو تحديد الشعور بدقة يستلزم فهم السياق الثقافي المحلي. تُشير الدراسات إلى أن دعم النماذج للغات متعددة "يُدخل تحديات جديدة عديدة مثل الفروق اللغوية الخاصة والعوامل الثقافية"

التي تؤثر في المحتوى، لذا يجب تكييف نماذج الذكاء الاصطناعي أو تدريبها على بيانات متنوعة تغطي ثقافات ولغات مختلفة لضمان قدرتها على رصد الإعلام العالمي بشكل منصف ومتوازن دون انحياز للغة أو ثقافة معينة.

- تحيزات النماذج وصعوبة تقييم الأداء: من المفارقات أن أنظمة الذكاء الاصطناعي نفسها قد تظهر تحيزات كامنة أو أداءً غير متسق، فالنموذج التحليلي قد يُعطي وزنًا أكبر لبعض المصادر أو الموضوعات بناءً على البيانات التي تدرب عليها. علاوة على ذلك، من الصعب وضع معيار موحد للحكم على فعالية نماذج الرصد - فلا يوجد اتفاق تام على تعريف "الخبر المهم" أو التغطية ذات الصلة التي يجب ألا تفوتها الأداة. وقد لاحظت مراجعات علمية حديثة حول الكشف التلقائي للانحياز الإعلامي وجود تحديات منها عدم اتساق تعريف المشكلة ومعايير قياس النتائج بين الدراسات المختلفة. وبالمثل في التطبيق العملي، قد يصنف نظام آلي خبرًا ما بأنه ذو نبرة سلبية بينما يصنّفه آخر على أنه محايد، وذلك وفقًا لاختلاف الخوارزميات المستخدمة. هذا التباين يُصعب الثقة المطلقة بالمرجات الآلية. لذا يتطلب الأمر معايير مستمرة لنماذج الذكاء الاصطناعي ومقارنتها بتقييم الخبراء البشريين للتأكد من موثوقيتها وتوافقها مع الواقع.

- التعامل مع التدفق المعلوماتي والضوضاء: على الرغم من اعتماد الذكاء الاصطناعي، قد يبقى التدفق الهائل للمعلومات تحديًا في حد ذاته. فيجب على الأنظمة التقنية تحقيق توازن بين شمولية الرصد (لتفادي فوات أي معلومة مهمة) وبين ترشيح "الضوضاء" غير المفيدة. ويتمثل التحدي في تصميم خوارزميات تُرشح المحتوى غير ذي الصلة - مثل الأخبار المكررة أو المنشورات الدعائية غير المهمة - دون أن تحذف معلومات جوهرية. وبالرغم من أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تقليل الضجيج عبر تركيزه على التغطيات الإعلامية الأكثر أهمية وتأثيرًا، فإنه قد يقوم أحيانًا بنقل الأخطاء أو المعلومات المضللة إن كانت منتشرة بكثرة. فمثلًا، إذا انتشرت شائعة خاطئة على نطاق واسع، قد يعثرها النظام اتجاهًا بارزًا ويرفعها في التقارير. لذلك يتوجب الاستمرار في تحسين خوارزميات التصفية والتصنيف بحيث توازن بين الحساسية (التقاط كل ما يهم) ونوعية المخرجات (استبعاد غير المهم)، مع بقاء العنصر البشري للتحقق مما يلتقطه الذكاء الاصطناعي.

التحديات الأخلاقية في الرصد الإعلامي المؤتمت

إلى جانب التحديات التقنية، يثير الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في الرصد الإعلامي عددًا من التساؤلات الأخلاقية والاعتبارات الاجتماعية:

- انتهاك الخصوصية ومخاطر المراقبة: يتيح الذكاء الاصطناعي إمكانية مراقبة المحتوى المنشور على الإنترنت ووسائل التواصل على نطاق واسع، مما قد يمس خصوصية الأفراد. فالأدوات الخوارزمية القوية تمكّن الجهات الحكومية أو غيرها من رصد المحادثات الرقمية وتتبع منشورات المستخدمين بشكل غير مسبوق. على سبيل المثال، كشف تقرير عام 2024 أن وكالات أمنية مثل مكتب التحقيقات الفيدرالي (FBI) ووزارة الأمن الداخلي في الولايات المتحدة تقوم بتحليل أنشطة الناس على مواقع التواصل، ومن المرجح أن تتوسع هذه البرامج مع وعود تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي بجعل التحليلات أسرع وأكثر دقة. إن مثل هذه المراقبة الشاملة، إذا لم تخضع لضوابط، تهدد بالتجاوز على الحقوق المدنية. إذ أن البرامج التي يفترض أن هدفها "استشراف الوضع العام" قد تنحرف إلى مراقبة الحركات الاجتماعية والسياسية دون تمييز، لا سيما تجاه جماعات معينة. والتحديات الأخلاقية هنا يتمثل في كيفية الاستفادة من قدرات الرصد الآلي (مثلًا لأغراض الأمن أو الأبحاث) دون التضحية بخصوصيات الأفراد أو تكميم حرية التعبير.
- تحيّز الخوارزميات وعدالة الذكاء الاصطناعي: قد تقوم أنظمة الرصد الآلي – من دون قصد – بتكريس بعض الانحيازات الموجودة في البيانات أو تضخيمها. فإذا تم تدريب خوارزمية المراقبة الإعلامية على محتوى متحيز، فقد تتعلم بدورها تصنيف الأخبار أو تقييمها بطريقة غير حيادية (كأن تعتبر مصادر معينة أقل أهمية بناءً على تحيز مسبق، أو أن تخطئ في تقدير نبرة الخطاب الصادر عن أقليات ثقافية). كذلك هناك خطر التحيز فيما يتم اعتباره "مهما" من قبل الذكاء الاصطناعي؛ فقد تُعطي الخوارزمية أولوية لقضايا ووجهات نظر على حساب أخرى وفقًا لطبيعة بيانات التدريب أو تصميمها. في عام 2024، تصدرت مسألة ضمان عدالة وعدم انحياز النماذج واجهة الاهتمام التقني – حيث يعمل الباحثون والمطورون على تقنيات لتقليل التحيز (مثل التدريب الخصمي وخوارزميات كشف الانحياز) إلى جانب بناء مجموعات بيانات شاملة ومتوازنة. وفي سياق الرصد الإعلامي، يفرض الواجب الأخلاقي التأكد من أن استخدام الذكاء الاصطناعي لا يعزز الانحيازات (سواءً السياسية أو العرقية أو غيرها) الموجودة في التغطية الإعلامية، بل يساعد على كشفها ومعالجتها. ويتطلب ذلك قدرًا من الشفافية في عمل هذه الأنظمة حتى يتمكن المحللون من فهم أي ميل في مخرجاتها وتصحيحه.
- الشفافية والمساءلة: تعمل العديد من أدوات الرصد المعتمدة على الذكاء الاصطناعي كـ"صندوق أسود" – فهي تقدم ملخصًا أو تقييمًا معيّنًا للتغطية الإعلامية دون توضيح للمنطق الداخلي الذي أوصلها إلى تلك النتيجة. هذا الغموض يطرح مشكلة حين تُبنى القرارات (مثل استراتيجية علاقات عامة أو خطوات حكومية) على أساس تلك المخرجات الآلية. من المنظور الأخلاقي، هناك

حاجة ملحة إلى تعزيز شفافية هذه الأدوات: يجب على الجهات المستخدمة أن تدرك لماذا قام الذكاء الاصطناعي بوضع علامة على قصة معينة أو وصم محتوى ما بأنه مضل. كما أن خضوع الأنظمة للمساءلة يعتبر ضروريًا – لذا بدأت دعوات لوضع مبادئ لاستخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي وشفاف مع توفير آليات للمراجعة والفحص. يجري حاليًا تطوير أطر تنظيمية ومعايير صناعية لتحقيق هذا الهدف، تشمل اختبارات للكشف عن التحيز وضمان تفسير قرارات الذكاء الاصطناعي. ومن المتوقع بحلول 2025 أن تُفرض اشتراطات أقوى على مزودي حلول الذكاء الاصطناعي لجعل خوارزمياتهم قابلة للتدقيق وفهم آلية عملها، لضمان الثقة بمخرجاتها وعدم خروجها عن الضوابط الأخلاقية.

- حماية البيانات وحقوق المستخدم: غالبًا ما تتطوي عملية الرصد الإعلامي على جمع بيانات متاحة للعموم (كمقالات الأخبار والتغريدات العامة)، إلا أن الحدود قد تتلاشى إذا امتد الرصد ليشمل مساحات شبه خاصة أو بيانات شخصية. وهنا تتدخل التشريعات الخاصة بحماية البيانات الشخصية – مثل اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) في الاتحاد الأوروبي أو قانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا – (CCPA) التي تضع قيودًا على كيفية جمع البيانات واستخدامها، وتفرض على الجهات ضمان عدم انتهاك خصوصية الأفراد. ينبغي على المؤسسات التي تطبق الرصد الإعلامي المؤتمت التأكد من أنها تقوم بإخفاء الهوية عن المعلومات الحساسة والالتزام بمتطلبات الموافقة عند التعامل مع بيانات الأفراد. كما يجدر بها إجراء تقييمات دورية لأدوات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها من منظور الخصوصية، ومتابعة أي تحديث في القوانين المنظمة لهذا المجال. فمن منظور أخلاقي، يتعين تحقيق توازن بين الاستفادة من الرؤى المستخرجة من الرصد الشامل وبين احترام حقوق الخصوصية. بحيث تتم عملية جمع وتحليل البيانات بطريقة قانونية وأخلاقية لا تضر بثقة الجمهور.

- المعلومات المضللة والمحتوى الاصطناعي: أدى تطور الذكاء الاصطناعي أيضًا إلى ظهور محتوى إخباري زائف وصور وفيديوهات مُولدة آليًا (مثل تقنية الـ Deepfake) وهذا يضيف بُعدًا أخلاقيًا جديدًا لتحديات الرصد الإعلامي، إذ ينبغي على أنظمة المراقبة التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المُصطنع. فقد يقوم نظام الرصد الآلي عن غير قصد بالترويج لأخبار مفبركة إذا ما التقطها كقصة رائجة. وعلى الجانب الآخر، هناك جهود لاستخدام الذكاء الاصطناعي ذاته لكشف هذا النوع من التزييف (كالتعرف على الأنماط الرقمية المميزة في الصور المزيفة). وفي كلتا الحالتين، يجب تهيئة أدوات الرصد للتعامل مع مشهد معلوماتي معقد لم تعد فيه المشاهدات البصرية أو المسموعات دليلًا كافيًا على الموثوقية. يُذكر أن الذكاء الاصطناعي التوليدي أصبح قادرًا الآن ليس فقط على

التحليل بل على إنتاج نصوص وصور وفيديوهات شبيهة بما يصنعه البشر، ما يعني أن جزءًا من المحتوى الإعلامي ذاته قد يكون من صنع الخوارزميات. لذا يتعين وضع ضوابط أخلاقية حول كيفية التعامل مع المحتوى المُنتج بالذكاء الاصطناعي أثناء الرصد: هل يتم تصنيفه أو الإشارة إليه بشكل خاص؟ وكيف يمكن منعه من تضليل التحليلات؟ إن ضمان ألا تصبح أدوات الرصد المؤتمتة وسيلة لنشر التضليل بدلًا من منعه يشكل تحديًا أخلاقيًا حاسمًا في المستقبل القريب.

### التكامل بين الذكاء الاصطناعي والمحلل البشري

هناك إجماع متزايد في الأوساط الأكاديمية والمهنية على أن أفضل نهج للرصد الإعلامي هو ذلك الذي يجمع بين قدرات الذكاء الاصطناعي وحكمة التحليل البشري، بدلًا من السعي إلى الأتمتة الكاملة. فالذكاء الاصطناعي برغم قوته في معالجة البيانات الضخمة ورصد الأنماط وتقايص "الضوضاء"، فإنه عند دمجه بذكاء المحللين البشريين يحقق أقصى فائدة. يمنحنا الذكاء الاصطناعي السرعة والشمول في مسح المحتوى الإعلامي، في حين يُقدّم الخبير البشري الفهم السياقي والتفكير النقدي والبُعد الأخلاقي الذي لا تملكه الآلات. على سبيل المثال، قد يُشير النظام التلي إلى أن تغطية ما سلبية النبذة، لكن المحلل البشري يستطيع تفسير ما إذا كانت هذه السلبية فعلاً ذات دلالة مهمة أم مجرد نقد ساخر في سياق معين.

وقد أكد الخبراء في مؤتمر *الكونغرس العالمي للإعلام 2024* على أهمية التوازن بين التقنية والإنسان في مجال تحليل البيانات؛ إذ أظهروا أنه عبر التوظيف السليم للذكاء الاصطناعي إلى جانب خبرة المحللين يمكن اتخاذ قرارات استراتيجية أفضل. فعلى أرض الواقع، يتولى الذكاء الاصطناعي تنفيذ المهام الشاقة والسريعة – مثل مراقبة الآلاف من المصادر الإعلامية بشكل متواصل واستخراج الأنماط الأولية – بينما يركز المحللون البشريون على التعمق في التفسير ووضع الردود الملائمة. إن قيام الذكاء الاصطناعي بأتمتة المهام الريبية (كجمع الأخبار وفرزها مبدئيًا) يحرر فرق الرصد للعمل على الجوانب الاستراتيجية وصياغة الرسائل المدروسة. وفي الوقت نفسه، يظل الإشراف البشري ضروريًا لمراجعة مخرجات الذكاء الاصطناعي، والتأكد من دقتها وملاءمتها للسياق، وتصحيح أي أخطاء أو انحياز قد يظهر في النتائج.

بهذا الأسلوب الهجين، يعمل المحللون وأنظمة الذكاء الاصطناعي في حلقة تكاملية: يقدم الذكاء الاصطناعي تنبيهات واقتراحات بناءً على ما يكتشفه في المحتوى، ثم يقوم المحلل بتقييم تلك المخرجات وإما تأكيد أهميتها أو تعديل معايير النظام إذا لزم الأمر. وقد بدأت مؤسسات كثيرة في تبني نموذج "الإنسان في الحلقة" هذا بشكل منهجي؛ فمثلاً، تُرسل التنبيهات الآلية إلى الفرق المختصة، لكن لا يتم التصرف بناءً عليها إلا بعد أن يراجعها خبير ويفسر السياق. لا يحسّن هذا التكامل مستوى الدقة فحسب، بل يزيد أيضًا ثقة المستخدمين في أدوات الذكاء الاصطناعي – فكلما علم الصحفي أو محلل البيانات أن هنالك عينًا بشرية



تراقب ما ينتجه النظام، ارتاح أكثر للاعتماد عليه. وخلاصة الأمر، لا ينظر اليوم إلى الذكاء الاصطناعي على أنه بديل للمحلل الإعلامي، بل كـمُعزِّز له. ومن المرجح أنه بحلول 2025 ستبنى معظم الجهات نهجًا يمزج سرعة الآلة بفهم الإنسان، بدلًا من الاقتصار على أحدهما.

#### التوقعات المستقبلية حتى عام 2025

بالنظر إلى بقية عام 2024 واقترب 2025، يُتوقع أن يواصل الذكاء الاصطناعي إعادة تشكيل مشهد الرصد الإعلامي بطرق مختلفة. سوف تصبح الخوارزميات أكثر تطورًا في فهم السياق والمعنى الضمني، مما يردم الكثير من الفجوات الحالية. وبحلول أواخر 2025، نتوقع ظهور أدوات تحليل مشاعر أكثر قوة قادرة على تمييز السخرية والتهكم وحتى الإشارات الثقافية ضمن المحتوى الإعلامي، مما يؤدي إلى قراءات أدق لاتجاهات الرأي العام. ومع استمرار *دمقرطة* تقنيات الـ NLP وانتشارها، سنشهد دعمًا أفضل للغات العالمية المختلفة، الأمر الذي يضمن تحليلات أكثر شمولًا عبر المناطق الجغرافية. وقد بدأت بالفعل أدوات الذكاء الاصطناعي توفر قابلية استخدام أوسع لمتحدثي لغات متنوعة، بحيث يستفيد الجميع من التقنيات دون تمييز. وهذا يعني أنه بحلول 2025 قد يتمكن المحلل الإعلامي من الوصول إلى رؤى مستخرجة آليًا من إعلام بلدان متعددة بلغاتها الأصلية، دون أن تشكل حواجز اللغة عائقًا كبيرًا، مما يوسع نطاق الرصد دوليًا.

من جانب آخر، يُرتقب تعمق اندماج التحليلات التنبؤية في مجال الرصد الإعلامي. سيستخدم الذكاء الاصطناعي بصورة متزايدة ليس فقط لرصد ما يحدث حاليًا في وسائل الإعلام، بل أيضًا للتنبؤ بما قد يصبح محور الاهتمام تاليًا. هناك اهتمام متزايد ببناء نماذج ذكاء اصطناعي تستوعب البيانات التاريخية والآنية بهدف توقع الدورات الإخبارية أو الأزمات المحتملة في المستقبل القريب. في الواقع، كان دور الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالاتجاهات وتوجيه التغطية الإخبارية موضوع نقاش خلال *الكونغرس العالمي للإعلام 2024*، حيث بحث المشاركون كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتوقع الأحداث والكشف عن القضايا المستجدة. [wam.ae](http://wam.ae) ومع تبني مثل هذه النماذج، قد تتمكن المؤسسات من الحصول على *إنذارات مبكرة* – فمثلًا، التنبيه إلى أن قضية بدأت صغيرة على وسائل التواصل مرشحة لتتحول إلى خبر رئيسي خلال أيام. وتقارير اتجاهات الصناعة تؤكد أن القدرات التنبؤية تُعد عنصرًا أساسيًا في مستقبل الرصد الإعلامي، إذ تمكن المختصين من استباق التحولات وصياغة الاستراتيجيات بشكل استباقي.

وفي سياق متصل، ستزداد أهمية التكامل متعدد المنصات والوسائط في أدوات الرصد. فمع ظهور أشكال جديدة من الإعلام (مثل المنصات التفاعلية، والبث المباشر عبر الإنترنت، والمجموعات الإخبارية الخاصة)، سيتعين على أدوات الرصد مواكبتها لالتقاط الإشارات من هذه المصادر أيضًا. بحلول 2025، قد نشهد منظومات ذكاء اصطناعي تجمع بين تحليل النص والصوت والفيديو ضمن منصة واحدة، لتقديم رؤية بانورامية

شاملة حول أي قضية. فعلى سبيل المثال، قد يصبح بإمكان منصة مستقبلية أن تربط تلقائيًا بين وسم متصدر في تويتر (نص) وارتفاع في مشاهدات فيديو متعلق به (فيديو) وأن تحلل محتوى ذلك الفيديو/نصّي – وكل ذلك بشكل متكامل لخدمة المحلل. إن هذه المقاربة الكلية تلوح في الأفق، مستفيدةً من المسار الحالي الذي تسير فيه الأدوات نحو مزيد من القدرة على الرصد عبر المنصات المتنوعة بصورة موحدة.

على الصعيد الأخلاقي والتنظيمي، من المتوقع أيضًا أن تتبلور بشكل أوضح الأطر التي تحكم استخدام الذكاء الاصطناعي في الرصد الإعلامي مع نهاية 2025. تعمل الحكومات والجهات الدولية حاليًا على سياسات وضوابط لضمان توظيف مسؤول وآمن للذكاء الاصطناعي في مجالات الإعلام. يُحتمل أن نشهد إرشادات أكثر تحديدًا بشأن الخصوصية (وربما قوانين جديدة تخص مراقبة وسائل التواصل)، إلى جانب متطلبات للشفافية والدقة (مثل إلزام الإفصاح إذا ما كانت محتويات التقرير نتاج تحليل آلي). كما أن وعي الجمهور نفسه بدور الذكاء الاصطناعي في تشكيل المعلومة يزداد، وسيقود ذلك إلى ضغط باتجاه المزيد من المساءلة.

وفي المحصلة، سيكون الرصد الإعلامي المعتمد على الذكاء الاصطناعي مع نهاية 2025 أسرع وأذكى وأكثر شمولًا من أي وقت مضى، لكنه في الوقت ذاته سيخضع لتدقيق أكبر وضوابط أوضح. سيظل المحللون البشر عنصرًا لا غنى عنه لضمان التوظيف السليم لهذه التقنيات والإشراف على عملها. وبالتعاون الوثيق بين الخبرة البشرية والأنظمة الذكية، ستصبح مخرجات الرصد الإعلامي أكثر عمقًا ودقة، مما يمكن صناع القرار في غرف الأخبار والمؤسسات من اتخاذ قرارات على أساس معلومات *أنيّة ومدعومة بالبيانات*. إن الفترة 2024-2025 تمثل بحق مرحلة تحويلية أصبح فيها الرصد الإعلامي عالي التقنية، وتمهد لمستقبل يعتمد فيه العاملون في الإعلام على الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد – ولكن جنبًا إلى جنب مع الحفاظ على اللمسة الإنسانية الضرورية لضمان فهم أوسع وأدق للسياق الإعلامي.

إعداد: تامر جاد

مستشار إعلامي

المستكشف للرصد الإعلامي