



مُستقبل

المهنة الإعلامية

في ظل تطور
الذكاء الاصطناعي



ماجد بن جعفر الغامدي
@majeed_jaafar





المحتويات

03

هل مجال الإعلام مستقر؟

06

الذكاء الاصطناعي والإعلام

09

نماذج واقعية عن إعلام الذكاء الاصطناعي

17

الذكاء الاصطناعي والروبوتات تتفوق على البشر!

24

توقعات مستقبلية حول الوظائف الإعلامية

32

نماذج ناجحة

37

وظائف جديدة مرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي

41

الخاتمة

44

قائمة المراجع



هل مجال الإعلام مستقر ؟

ما أبرز الوظائف المتاحة لخريجي

العلاقات العامة والإعلام؟

أهم الوظائف المُتاحة أمام خريجي كليات وأقسام الإعلام والاتصال:



2 القطاع الخاص

في إدارات التواصل المؤسسي والعلاقات العامة والإعلام.



1 الجهات الحكومية

في إدارات التواصل المؤسسي والعلاقات العامة والإعلام.

3 الجهات الإعلامية

في إدارات التواصل المؤسسي والعلاقات العامة والإعلام.

أ المحطات التلفزيونية والإذاعية



ب المؤسسات الصحفية الورقية كالجرائد والمجلات، أو الإلكترونية (مستقبل واعد)



ج الشركات الإعلامية في المجال الرقمي (حالياً تعيش في أزمة شديدة)



د مؤسسات الإنتاج السينمائي.



وغيرها من الجهات الإعلامية المتخصصة في بعض أجزاء الإعلام التفصيلية.

مزايا الإعلام

التي تنعكس على طلاب وطالبات الإعلام :

الإعلام تخصص جميل وممتع ، وهو كنز من المهارات الحياتية ، حيث يمنح تخصص الإعلام الطلاب والموظفين في هذا المجال، عدة مزايا تساهم في إثراء مسيرتهم المهنية والشخصية، ومنها اكتساب:

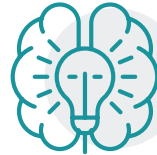
خلفية ثقافية واسعة وليست في تخصصهم فقط.



كاريزما شخصية متميزة تفتح أمامهم أبواب واسعة في الحياة.



التفكير بطريقة عقلانية ونقدية، مع تعلّم التزام الحياد والموضوعية.

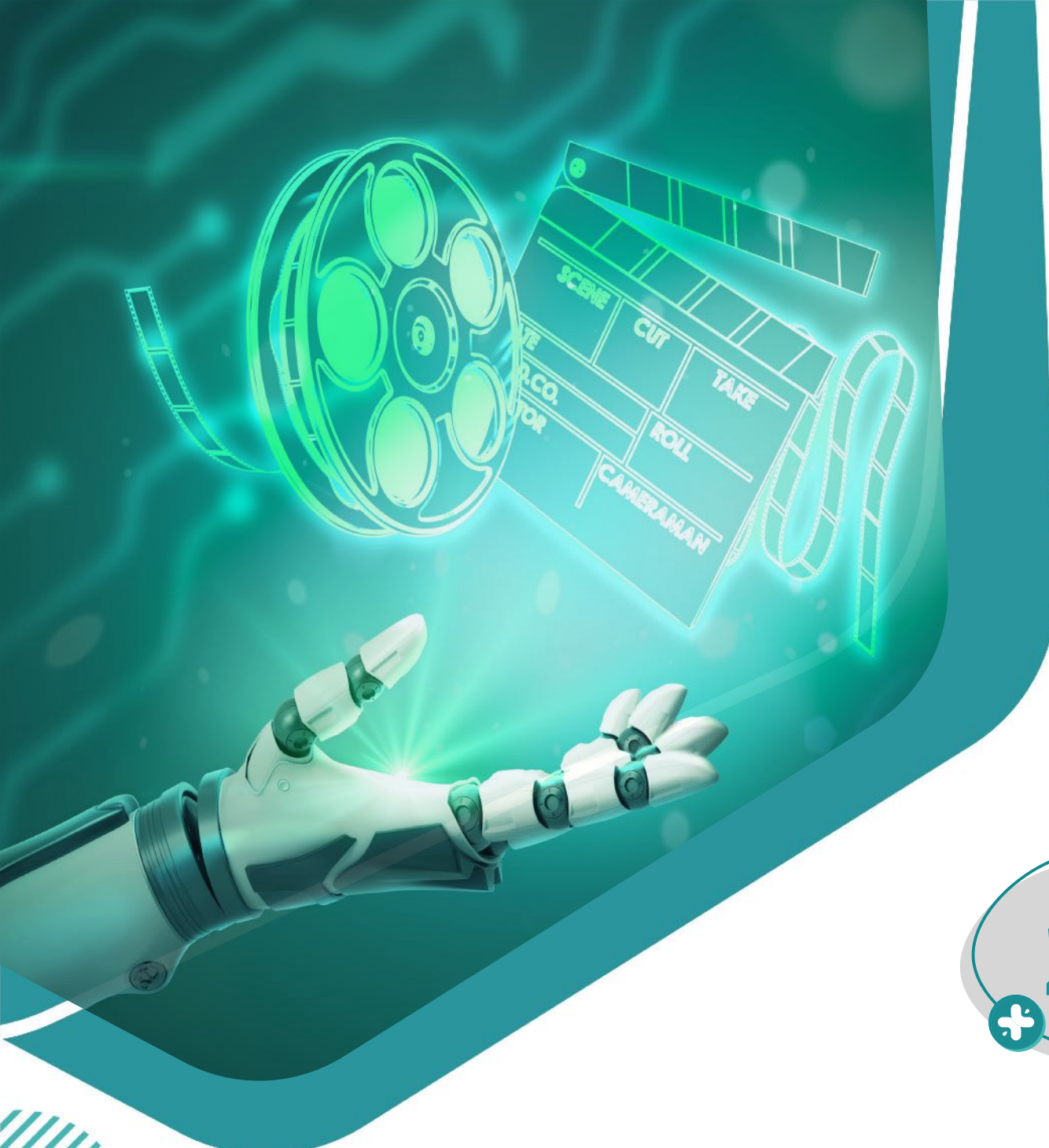


مواكبة مستمرة للمهارات الرقمية الحديثة.



مهارة التواصل والقدرة على التعبير عن الأفكار، مع مرونة في التعامل مع الآخرين وقدرة كبيرة على التفاوض والإقناع.





الذكاء الاصطناعي والإعلام

وسائل الإعلام والذكاء الاصطناعي



سيكون أوّل حديثنا عن العلاقة بين "الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence" باعتباره آخر التحولات الرقمية و"الإعلام Media" بشيْخيه التقليدي والرقمي، ثم سنتطرق لتحديات أخرى مستقبلية لها علاقة بمستقبل المهن الإعلامية عموماً، وتأثير الأزمات المختلفة على المجال في العقود القادمة، والمحاور التي سنقوم بعرضها ومناقشتها مناقشة نقديةً واستشرافيةً، مُعززةً بالاحصائيات وأحدث الدراسات المتوفرة.



Sunil Gupta

**Driving
Digital
Strategy**

A Guide to
Reimagining
Your Business

يرى الأستاذ في كلية هارفارد للأعمال "غوبتا سونيل Sunil Gupta" في كتابه (قيادة الاستراتيجية الرقمية) أن صفات:

"الروتين، التكرار، توقع النتائج"

هي بمثابة المقياس الذي يُمكننا من خلاله الحكم على أي وظيفة بالزوال مُستقبلاً أو بالبقاء والاستمرار، فكلما زادت تلك الصفات ارتفع احتمال اندثار الوظيفة والعكس صحيح.



- فمن المعروف أنّ الذكاء الاصطناعي والخوارزميات والآلة ستحلّ محلّ كثير
- من الوظائف في القريب العاجل، بل أنّ بعض ذلك قد بدأ فعلا، وذلك
- بنسبٍ متفاوتة في عدة قطاعات وحسب درجات تقدّم الدول.



ولو وضعنا المهن الإعلامية في مقياس (غوبتا سونيل Sunil Gupta) "الروتين، التكرار، توقع النتائج" لوجدنا أنّ الوظائف في قطاع الإعلام التقليدي أو الإلكتروني باتت مُهدّدة، لكن ما يدعوا للتفاعل أنّ الأمر لن يتم بتلك السرعة ولا بذلك الحجم المتوقع كما سنرى في استعراض الدراسات القادمة، والآلة المقصودة في حديثنا ليست تلك الآلة التقليدية المُستخدمة في المصانع، بل الآلة الذكية التي تملك القابلية للتعلم الذاتي، وفق خوارزميات معقدة وبرمجيات متقدمة.

BAIN & COMPANY

أوردت شركة الدراسات Bain & Company:

(سيتم تسريح حوالي 25% من الموظفين انطلاقا من سنة 2022م وهو ما أطلق عليه التقرير (مرحلة التحول الكبير)⁽¹⁾)





نماذج واقعية عن إعلام الذكاء الاصطناعي

وظائف سيفغزوها الذكاء الاصطناعي

نماذج واقعية عن إعلام الذكاء الاصطناعي

1 وظيفة المذيع

لنا في التجربة الصينية خير دليل، فقد قامت وكالة أنباء الصين "شينخوا Xinhua News Agency" يوم 20 فبراير 2019 بعرض مُذيعَة روبوت تقوم بقراءة الأخبار، وهي تُحاكي التصرفات والتعبيرات الوجهية البشرية وتشبه الإنسان، بالإضافة لمذيعين آليين آخرين (1)



وعربياً تصدّرت الإمارات المشهد بنجاحها في توظيف أول مذيع روبوت ناطق بالعربية، يُقدّم الأخبار باللغة العربية والإنجليزية على قنوات أبوظبي التلفزيونية في مايو من نفس السنة، وبعد ذلك بشهر حذت مؤسسة دبي للإعلام حذو نظيرتها وأطلقت روبوتها المُذيع وأطلقت عليه اسم "راشد الحل"، وتطوير هذه الروبوتات الإعلامية تمّ بالتعاون مع شركة "سوجو Sogou" للتقنية.⁽¹⁾



ومن الأمثلة على بعض الوظائف الإعلامية التي تجمع بين الصفات الثلاثة السالفة الذكر "الروتين، التكرار، توقع النتائج"، وظيفة المُذيع التلفزيوني، التي رأينا كيف أنّ مؤسسات إعلامية قد بدأت فعلاً بمحاولة أتمتها باستبدال العنصر البشري بالروبوتات، فوظيفة المُذيع ليست بالمُعقدة نظرياً فكلّ ما يعرضه يكون مُعدّاً مُسبقاً من فريق متخصصة في إعداد التقارير وجمع المعلومات وتلخيصها وترتيبها، وما عليه سوى القراءة من شاشة التلقين "الأوتو كيو Autocue Unit" مع بعض الحفظ، والمساعدة الي يتلقاها عبر سماعة الأذن من فريق الإعداد.



2 موظف اعداد الشريط الإخباري

ومن تلك الوظائف الإعلامية الروتينية القابلة للأتمتة، مُعدّ شريط الأخبار الخاص بأخبار البورصة، فهو لا يعدوا أن يقوم بإعداد تلك الأخبار التي تكون غالبا عبارة عن أرقام يتم تحديثها يوميا، لذا هو يقوم بعمل روتيني ومُتكرر ويسهل توقُّع نتائجه، باختصار يدخل على المواقع الخاصة بسوق البورصة وينقل تلك التحديثات عبر النسخ واللصق إلى شريط الأخبار، وهو ما يُمكن للروبوت البرمجي القيام به بكفاءة وسرعة، مع الحفاظ على عبارات متكررة مثل "انخفض سهم شركة (..) اليوم بنسبة..%، ارتفع سعر أونصة الذهب اليوم إلى.." وغيرها، أو الاعتماد على أيقونات صغيرة فقط، مع تحديث الأرقام.



3 وظيفة المحرر الصحفي

هل يُمكن أن تختفي هي أيضا؟ للأسف، نعم!، وهذا ما حدث في وكالات الأنباء العالمية والصحف الكبرى في العالم وإيكم الأمثلة.



تجارب

في الاستغناء عن الإعلاميين



تجربة

وكالة AP الاستغناء عن المحرر الصحفي

فحسب تجربة قامت بها وكالة "الأسوشيتد برس Associated Press" الأمريكية بالتعاون مع شركة تكنولوجيا باستخدام منصة وورد سميث WordSmith، استطاعت الوكالة عبر الاعتماد على برنامج روبوتي ذكي أن تصل لحجم إنتاج أخبار يُعادل

14 ضعفا

مُقارنة بإنتاج صحفي بشري سنويا! وهو رقم هائل ومُفغري للوكالات الإخبارية والمؤسسات الإعلامية، ومع الفكر الرأسمالي الذي يصفه البعض بالمتوحش، يُمكننا توقُّع الأسوأ.



المزيد انقر هنا

AP Associated Press

2



تجربة

تحدي بين (سارة) إعلامية مع (ايما) آلة
ذكاء اصطناعي . من انتصر ؟

تجربة "فايننشال تايمز"
"Financial Times"



FINANCIAL
TIMES

كمثال آخر، دقّت نتائج تجربة سارة كونور Sarah Connor ناقوس الخطر مرة أخرى في 4 مايو 2016 حين دخلت صحيفة "فايننشال تايمز Financial Times" في تحدٍّ لإعداد تقرير صحفي مع برنامج ذكاء اصطناعي باسم "إيما Emma" من صنع شركة "ستيلث Stealth" وقد انتهى التحدي بنصرٍ شبه كُلي لـ إيما!

التي استغرقها إعداد التقرير



35
دقيقة

سارة



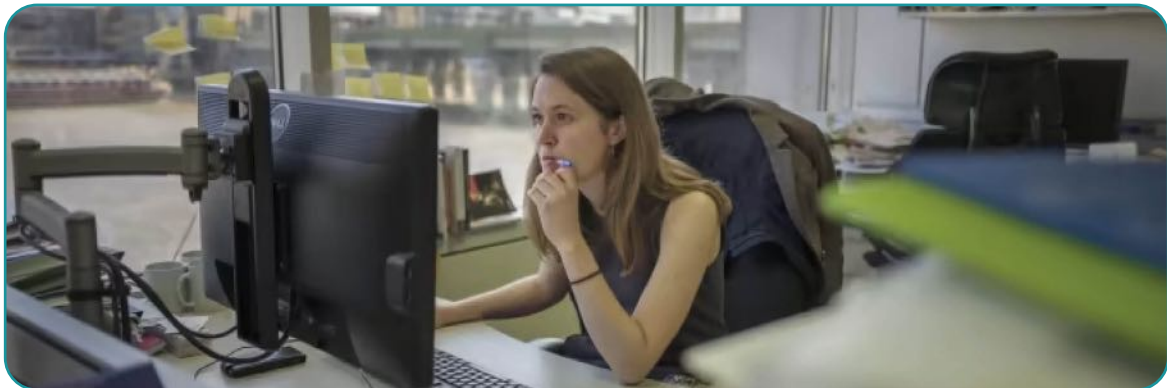
إيما

12
دقيقة



وتفوقت "إيما Emma" في الدقة، بينما البشر (سارة) في الجوانب التي تتطلب وعياً وإدراكاً بشرياً.

لذا بات الأمر حقيقة وليس خيالاً علمياً كما يظن البعض، فما هي إلا مسألة أشهر وليس سنوات، حتى تقضي هذه التطبيقات على الإعلام الحالي بشكل كُلي أو شبه كُلي، لندخل في عصر "إعلام الذكاء الاصطناعي"⁽¹⁾



للمزيد انقر هنا

3



تجربة

ومن ذلك دراسة (كريستر كليروال Christer Clerwall) بعنوان "الصحفي الآلي:

تصورات المستخدمين للمحتوى الآلي"



للمزيد انقر هنا

حيث أُجريت على عدد من القراء لاختبار ما إذا كانوا سيُفرقون ويُميزون بين المحتوى المُحرر من قبل الصحفيين والمُحتوى المُحرر من طرف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وخُصّصت الدراسة إلى أنّ المحتوى الآلي بدأ أفضل من نظيره الإنساني، أو أنّ هذا الأخير كان ضعيفا.



PA Press Association

هل تعلم

تُنتج جمعية الصحافة البريطانية

Britain Press Association

أكثر من 30 ألف

قصة خبرية بالشهر بالاستعانة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي.



للمزيد انقر هنا



4 الصحافة المؤتمتة

ولو رجعنا للخلف 20 عاماً لوجدنا أنّ أول استخدام لروبوت صحافي كان في عام 2002م على يد شركة جوجل التي طوّرت مُحرراً آلياً يختص بـ "اختيار أنسب الموضوعات، ثم البحث عن المعلومات بشأنها، ثم تدوينها، انتهاءً بالتفاعل مع التعليقات والرد عليها..". ولكن لم يكن الروبوت بذلك التطور الذي نشهده اليوم، بل كان مُجرد بداية متواضعة وجزءاً من مشروع عام هو "خدمة أخبار جوجل Google News Service" لكنه أسّس لـ (1) صحافة الروبوت Robot Journalism

هذا ما أدى لظهور مفهوم "الصحافة المؤتمتة Automated Journalism" والتي هي عبارة عن عمليات معقّدة تعتمد على الخوارزميات لتحويل المعلومات والبيانات التي يتم جمعها آلياً لنصوص إخبارية ومقالات، دون أدنى تدخل بشري بعدي "حسب تعريف كارلسون مات Matt Carlson"، (2) ولو أضفنا لهذا واقع

أنّ مواقع التواصل اليوم أصبحت تعمل

كمستودعات غير محدودة للمعلومات والبيانات الإعلامية، مُدعمة بالذكاء الرقمي وتطبيقاته، لوجدنا أنّ الصحافة الاعتيادية قد لا يُمكنها مُجاراة الصحافة المؤتمتة التي تتطور بشكل مُستمر ومُستدام. (3)



نماذج واقعية عن إعلام الذكاء الاصطناعي

4



للمزيد انقر هنا

AFP

تجربة

تعتمد وكالة الأخبار الفرنسية (AFP)

على الذكاء الاصطناعي للكشف عن الصور التي تم التلاعب بها، قبل أي عملية نشر أو استخدام لتلك الصور منذ يناير 2016. (4)

1. محمد الأمين موسى، دراسة بعنوان: مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، 02 سبتمبر 2021

2. محمد الأمين موسى، دراسة بعنوان: مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، 02 سبتمبر 2021

3. حمود المحمود، المهن الإعلامية التي بدأت تسيطر عليها الآلة والمهن الجديدة التي ستولد، منصة هارفارد بزنس ريفيو العربية، 2019

4. Professor: Patrick White, How artificial intelligence can save journalism, The Conversation, May 5, 2020



4

الروبوتات والذكاء الاصطناعي تتفوق على البشر!

مما يزيد مخاوف جميع الموظفين وليس الإعلاميين فقط، معرفة أنّ برامج الذكاء الاصطناعي قد تفوقت بالفعل على البشر في العمليات الذهنية.



ففي عام 2017م جرت مباراة الشطرنج (خماسي التاج) بين الصيني "كي جاي Ke Jie" بطل العالم في لعبة "غو Go" الصينية المعقدة والأصعب من الشطرنج بمراحل مع "ألفا غو Alpha-Go" الذي صممه شركة "ديب مايند DeepMind" التابعة لجوجل، وفازت الآلة وبرنامج الذكاء الاصطناعي على البطل في 3 جولات متتالية.⁽¹⁾

ماذا يمكن أن تقوم به الآلة في مجال الإعلام؟

من أهم ما تجيد هذه البرامج القيام به:

1 التبويب



تحديد القسم المناسب لنشر كل خبر ومقال بشكل ذكي، مع تحديث البيانات في متن المقالات الإخبارية وغيرها بشكل آلي ودوري.

2 كتابة الاسكربت التلفزيوني



تحويل نصوص المقالات والملفات الإلكترونية إلى "سكريبتات Scripts" لصناعة مقاطع فيديو دون مساعدة بشرية إلا نادراً.

4



3 التأكد من حقوق الملكية الفكرية

التأكد من أنّ الصور المستخدمة في الخبر أو المقال خالية من حقوق الملكية وذات صلة بالموضوع ومناسبة حجماً وجودة.

الذكاء الاصطناعي والروبوتات تتفوق على البشر!



4 الكتابة بما يتناسب مع الجمهور

إمكانية إعادة صياغة نفس المقال عدة مرات بما يتناسب مع طبيعة ونوع القراء والمنصات الناشئة.



5 التأكد من المصادر

التحقق من المصادر عبر البحث عنها إلكترونياً بسرعة هائلة، وفهمها للتأكد من صحة المعلومات المنقولة منها.



6 رصد الشائعات

رصد الأخبار الكاذبة وحذفها آلياً أو تحديدها وترك قرار البتّ فيها للعنصر البشري.



7 صناعة العناوين

اقتراح عناوين مناسبة للأخبار والمقالات بناء على معرفة ميولات القراء واهتماماتهم.



8 الربط بين المعلومات

اكتشاف العلاقة بسرعة وسهولة بين البيانات الضخمة والمعلومات المتفرقة.⁽¹⁾

من أهم مميزات تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الإعلام

الذكاء الاصطناعي والروبوتات تتفوق على البشر!



السرعة في البحث والإعداد والنشر، مع إنتاج كميات كبيرة ومضاعفة الأخبار والمحتوى.



الجمع بين جودة العمل وموافقة معايير جذب الجمهور



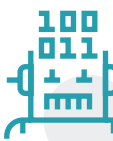
برمجة المواضيع وإرسال تنبيهات للجمهور في الوقت المناسب



الشفافية في التعامل مع الأخبار والمحتوى لخلو الآلة من العواطف البشرية المُنحازة في غالب الأحيان.



جودة المحتوى باعتبار أنّ الخوارزميات Algorithms تمت برمجتها على مقياس قدرات أفضل الإعلاميين وأكثرهم خبرة.



ما الحل إذا؟

4

الذكاء الاصطناعي والروبوتات تتفوق على البشر!



ماذا على مُوظّفي الإعلام أن يفعلوا ليُحافظوا على وظائفهم وفرصهم المستقبلية في ظل هذه المُتغيّرات السريعة؟

ببساطة لا حلّ آخر غير الاستعداد الجيّد لمُجابهة هذه التحديات، وبتعبير أكثر تفائلاً "فواكبتها" والسباحة مع التيّار، فحسب الاتحاد العالمي للصحفيين International Federation of Journalists المعروف اختصاراً بـ IFJ فالإعلاميون لن يكونوا قادرين على التغلب على هذه التحديات، لكنهم قد ينجحون في التأقلم معها، والنضال في سبيل مصالّحهم⁽¹⁾.

IFJ
IFIP
IFJ



من أبرز الحلول

1 تحديث المناهج

يبدأ من الجامعات والمدارس التي تحتاج إلى تحديث مناهج التدريس فيها حسبما يتطلبه المجال الإعلامي الجديد والمُتجدد، وذلك لخلق فُرص واعدة لخريجي الكليات الإعلامية في العشر سنوات القادمة، فلم يعد تمتع الإعلامي بخلفية ثقافية واسعة وكاريزما شخصية وإتقان برامج ومهارات الكتابة والبحث والتدقيق... كافياً، بل أصبح إتقان مهارات أخرى ضرورياً كمهارات "صناعة وتحرير مقاطع الفيديو والموشن جرافيك والمونتاج، التسويق الإلكتروني، التصميم الجرافيكي، الكتابة الإبداعية، العصف الذهني، التفكير خارج الصندوق..."

فإدماج مُقررات تخص الذكاء الاصطناعي وطُرق استخدامه وتوظيفه لصالح المؤسسات الإعلامية في مناهج طلبة الإعلام، كفيلٌ بتوفير مهارات إعلامية رقمية ستحتاجها الوكالات والمؤسسات الإعلامية مستقبلاً، فإن لم نستطع أن نجعل الإعلامي أكثر سرعة وإنتاجاً ودقة من البرمجيات والروبوتات، فعلى الأقل يُمكننا تحضيره ليتمكن من إحداث تكامل بينه وبينها مع فهم أعمق لطُرق وأساليب عملها، وتعمق أكبر في مهارات العصر «صحافة البيانات، إعلام الوسائط الرقمية أو مواقع التواصل الاجتماعي، صحافة المحمول أو الهاتف الذكي...».



2 التّأهيل الوظيفي الذكي

وَجوب أن يتفهم مسؤولوا ومالكوا المؤسسات الإعلامية ضرورة وأهمية تأهيل موظفيهم الحاليين وإعادة تدريبهم وفق المتطلبات الجديدة، للتأقلم مع الفترة المقبلة، فأن يقتسم الإعلاميين وظيفته أو مهامه مع برنامج ذكاء اصطناعي أو روبوت، خيرٌ له من أن يخسر وظيفته بالكليّة! بل قد يكون المستقبل فرصة للإعلاميين لتخفيف العبء والجمل الثقيل المُلقى على عاتقهم، فيتحولون لمُشرفين على تلك البرامج، ما سيجعل العمل مُمتعاً ويوفر مُتسعا من الوقت للعائلة والحياة الشخصية، خاصة مع انتشار ثقافة العمل عن بُعد بين أرباب الأعمال والمؤسسات.



للمستثمرين في الإعلام اهتموا بـ:

استقطاب الموارد البشرية ذات الكفاءة العالية والمختصة في الذكاء الاصطناعي لمؤسساتهم الإعلامية لتطويرها قبل فوات الأوان.

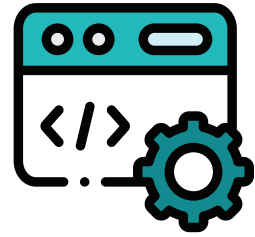


الاستثمار أكثر وأكثر في قطاع الذكاء الاصطناعي، بشكل مُتفرد أو ضمن شركات ثنائية أو متعددة وهذا هو الأفضل.



نقترح على المسؤولين الحكوميين توفير دعم مناسب للمؤسسات الإعلامية لكيلا تنهار وتترك مكانها لشبكات التواصل الاجتماعي، بتوفير:

تطوير القوانين والأنظمة، وإلغاء التشريعات والقوانين القديمة التي لا تتناسب مع التطورات الحالية والمستقبل المرعب في تسارع تطوراته التقنية.



مُحفزات مادية للمؤسسات التي تُبادر لتبني الذكاء الاصطناعي، بشرط الحفاظ على موظفيها أو على الأقل نسبة كبيرة منهم.



على مستوي المُختصين والخبراء الإعلاميين



هناك مسؤولية كبيرة مُلقاة على عاتقهم، تتمثل في وُجوب أن يضعوا لائحة مُفصلة بأسماء الوظائف الإعلامية التي ستختفي بعد 10 سنوات مثلا، مع تقديم تفسيرات وشُروحات وافية حول طبيعة تلك الوظائف التي ستبقى وكيف ينبغي التعامل معها، وغير ذلك مما يُستحب التنبؤ به الآن، لكيلا يُترك شئ للصدفة التي قد تُكلف الكثيرين مصادر عيشهم وشغفهم.



5



توقعات مستقبلية حول الوظائف الإعلامية

في ظل التغيرات التكنولوجية والاقتصادية السريعة

دراسة

5

توقعات مستقبلية حول الوظائف الإعلامية



الرئيسة التنفيذية للمعهد الأمريكي "المستقبل اليوم" إيمي ويب Amy Webb أجرت دراسة سنة 2016 صنّفت فيها عدداً من الوظائف الإعلامية التي ستختفي في القريب العاجل وهي:



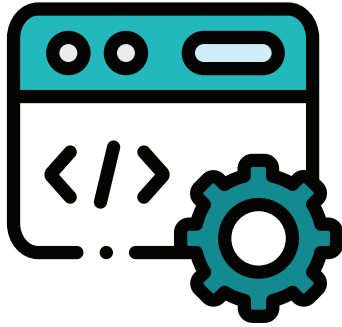
للمزيد انقر هنا

كلها وظائف ستحلُّ مكانها أخرى أكثر شمولاً أو تخصصاً وتُدار من قبل برامج الذكاء الاصطناعي أو الروبوتات بشكل كلي أو جزئي مشترك مع العنصر البشري.



وظائف إعلامية ستزدهر

ووفقاً لتقرير بعنوان "مستقبل المهن: والوظائف، الكفايات، واستراتيجيات الموارد البشرية في ظل الثورة الصناعية الرابعة" صدر من قبل "المجلس العالمي المعني بـ مستقبل الوظائف" أحد هيئات المنتدى الاقتصادي العالمي، ستزدهر المهن ذات العلاقة بهذه المهارات:



1 | تطوير التطبيقات والبرمجيات

2 | تحليل البيانات

3 | أغلب المهارات الرقمية الحديثة

ازدهار الوظائف السينمائية

وحسب التقرير أيضاً قطاع الصناعة السينمائية، والإعلام، سيعرف نمواً وازدهاراً بفضل تطور التقنية وإمكانية تسخيرها لصالحه، دون خسارة العنصر البشري، وهذا سيمتد لعشر سنوات قادمة، في المقابل زوال أو شبه زوال للمهن الإعلامية التي ترتبط بالمهارات غير التقنية.⁽¹⁾



1. The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution, World Economic Forum, Klaus Schwab & Richard Samans, January 2016



متى سيتم الاستغناء عن المحرر الصحفي؟

في استطلاع لجامعة أوكسفورد البريطانية تنبأ مختصون أن تستحوذ برامج الذكاء الاصطناعي على وظيفة الكتابة الصحفية بحلول سنة 2024، وفي الحقيقة الأمر موجود الآن في عدة وكالات عالمية مثل "صحيفة واشنطن بوست The Washington Post، نيويورك تايمز The New York Times.. رغم وجود عدة مواطن خَلل في هذه البرامج وهو أمر طبيعي لأن الأمر في بدايته وظوّر التجربة ولم يستقرّ بعد.⁽¹⁾



للمزيد انقر هنا

تسريح 1000 صحفي!!

كما تذكر أحدث الأخبار والاحصائيات بتزايد تسريح الإعلاميين في الفترة الأخيرة، ومن ذلك ما أقدمت عليه مؤسستا "هافينغتون بوست - Huffing-ton Post الإعلامية و"بازفيد BuzzFeed" اللتان سرحتا ألف موظف في الربع الأول من سنة 2019 حسبما نقلته صحيفة "ذو غارديان - The Guard-



ian البريطانية" رغم أنهما مؤسستان كبيرتان وتمتلكان أحدث التقنيات وأمهر الإعلاميين والصحفيين! وكذلك فعل الموقع الإخباري الإلكتروني العملاق "ياهو Yahoo".

تقرير

وفي تقرير Reporters Without Borders تقلّص عدد الموظفين في القطاع الصحفي بالولايات المتحدة إلى النصف في آخر 10 سنوات!⁽²⁾





ما الأسباب؟

الأسباب كثيرة منها:

1 - تواضع مهارات الإعلاميين

تواضع مهارات الكثير من الإعلاميين وعدم مواكبتهم للتغيرات، وتوجه الكثير من خريجي الإعلام نحو قطاعات العلاقات العامة والتسويق الإلكتروني والإعلانات وريادة أعمال منصات التواصل كمؤثرين وُصْناع مُحتوى..



تقرير

وهذا حسبما أورده استطلاع قام به الموقع العالمي الأول في التوظيف "إنديد Indeed" شمل خريجي الإعلام بالجامعات الأميركية، وهو ما ذهبت إليه دراسة للإعلامية المتخصصة بالبيانات "ميتسكـر ميريديث Metsucker Meredith" قامت فيها بتحليل مليون ونصف سيرة ذاتية لإعلاميين عاملين.⁽¹⁾



للمزيد انقر هنا

2 - عدم فهم البيئة الرقمية جيداً

تسرّع بعض الإعلاميين في الانتقال إلى بيئة العمل الرقمية، أدى بالكثير منهم للفشل في مسيرتهم والإضرار بمؤسساتهم، نظراً لجهل بعضهم بقواعد الكتابة على شبكة الإنترنت وفق معايير محددة كمعايير "السيو SEO" التي يُقصد بها إنشاء محتوى موافق لمحركات البحث، الهادفة لتقديم تجربة مستخدم ممتازة لعملائها بالتوازي مع توفير مساحات مناسبة للمُعلنين المتعاقدين معها!



3 - ضعف المواقبة

عدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية على مُجاراة المواقع الإخبارية الموازية التي تتميز بالسرعة وكثافة المحتوى وامتلاك سياسة تسويقية ناجحة، لأنها لا تُركّز على جودة المحتوى المعروض، بقدر ما يهتمها الكسب المادي من خلال إثارة الرأي العام بأخبار صادمة أو تمس العواطف، وهذا ليس خسارة للإعلام المهني فقط، بل خسارة للمصداقية حول العالم، حيث أصبحت أغلب الأخبار غير حقيقية وهدفها تجاري وإعلاني بحث عبر التهويل تارة والتقزيم تارة أخرى⁽¹⁾.



4 - سيطرة الشركات الكبرى على الإعلانات الرقمية

استحوذ شركتي "فيسبوك Meta وفرعها انستغرام، وجوجل وفرعها يوتيوب" على حوالي 75% من عوائد الإعلانات الرقمية في العالم، وسيطرة شبه تامة على سوق عرض الأخبار والإعلانات العالمية، وهاتان الشركتان مُستقبل الإعلام الذكي أو على الأقل أهم لاعبيه حالياً، فالأولى بدأت تجربة الواقع الافتراضي المُعزّز "ميتافيرس" مؤخراً، والثانية شركة لا تتوقف عن الابتكار في المجال الرقمي وهي الرائدة في صناعة الذكاء الاصطناعي وتطوير الخوارزميات والروبوتات عبر شركتها "ديب مايند DeepMind" وغيرها⁽²⁾. وبالتالي فمسألة تدني مصادر الدخل وتراجعها، أحد أهم التحديات التي باتت تواجه المهن الإعلامية.



5 - توفّر المحتوى في منصات مجانية بديلة

توافر المنصات الإخبارية الشعبية المجانية، التي تتكون أغلبها من فرق صحفية أو كُتاب ومحررين هواة غير مُتخصصين، وبعضهم ممول من جهات معينة لنشر أفكار محددة أو نشر الشائعات وغير ذلك، وأحيانا تكون مُسيرة من قبل شخص واحد فقط لا علاقة له بالإعلام! وعليه فسهولة الوصول إلى الأخبار وتوافرها إلكترونياً جعل الناس يعزفون عن شراء النسخ الورقية للصحف التقليدية وأحيانا كثيرة حتى العزوف عن الدخول للمواقع الإلكترونية التابعة لهذه الصحف⁽³⁾.



1. محمد الأمين موسى، دراسة بعنوان: مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، 02 سبتمبر 2021
 2. حمود المحمود، المهن الإعلامية التي بدأت تسيطر عليها الآلة والمهن الجديدة التي ستولد، منصة هارفارد بزنس ريفيو العربية، 2019
 3. محمد الأمين موسى، دراسة بعنوان: مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، 02 سبتمبر 2021

رأي آخر

بل الإعلاميون هم القيمة المضافة في الإعلام

يرى أستاذ الصحافة في جامعة كولومبيا بنيويورك "Francesco Marconi" أنّ الذكاء الاصطناعي لن يحلّ محلّ الإعلاميين أو يقضي على الوظائف المرتبطة بالصحافة، حيث يعتقد ماركوني أنّ

8% - 12% فقط

من المهام الحالية للصحفيين ستتولاها الآلات مستقبلاً، الأمر الذي سيؤدي في الواقع إلى إعادة توجيه المحررين والصحفيين نحو المحتوى ذو القيمة المضافة

"كالصحافة الطويلة المحتوى، والمقابلات الروائية

والصحفية، والتحليل والصحافة القائمة على البيانات،

والصحافة الاستقصائية.." وقد ألف ماركوني في هذا الشأن

كتاباً بعنوان "صُناع الأخبار، الذكاء الاصطناعي، ومستقبل الصحافة

(1) "Newsmakers, Artificial Intelligence and the Future of Journalism"



لمزيد انقر هنا

ويُتوقع حسبما نقله موقع DegreeQuery المتخصص في مستقبل التخصصات الدراسية

DEGREEQUERY

والوظائف، أن ينمو قطاع الصحافة بنسبة 6% بحلول 2026 أي في غضون الأربع سنوات القادمة، مع ارتفاع متطلبات المؤسسات الإعلامية في توظيف خريجي الكليات الإعلامية ليتم اشتراط شهادة البكالوريوس في الإعلام.(2)

هل التكامل بين الإعلامي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ممكن؟

نعم وهو أحد الخيارات المطروحة مستقبلاً، وهو أهون الخيارين وربما أفضل حل، فاليوم نرى التكامل بين الآلة والإنسان في جميع مناحي الحياة تقريباً، بحيث تُوفر تلك البرمجيات الوقت والجهد على الإعلامي، مع دفعه إلى تطوير مهاراته بشكل مُستمر ما يخلق حيوية ونشاط ودافعيةً مُتجددة، تعود بالنفع على المؤسسات الإعلامية؛

1. Professor: Patrick White, How artificial intelligence can save journalism, The Conversation, May 5, 2020
2. Sam Mazany, Top 50 Degrees for the Future, DegreeQuery

هل تعلم



استحوذت شركتي "فيسبوك Meta وفرعها انستغرام،
وأيضاً شركة وجوجل وفرعها يوتيوب" على حوالي

من عوائد الإعلانات الرقمية
في العالم **75%**

وسيطرة شبه تامة على سوق عرض الأخبار والإعلانات
العالمية.

ماذا يعني ذلك ؟





6

نماذج ناجحة

قامت بتطبيق الذكاء الاصطناعي
في الإعلام



للمزيد انقر هنا

1 برمجية ووردسميث WordSmith

تم تطويرها من طرف شركة **Automated Insights** والهدف منها توليد الكلمات عبر تحليل البيانات وكتابتها بتلقائية، تم استخدامها من عدة وكالات عالمية أهمها "الأسوشيتد برس" منذ 2014 والتي ضاعفت تقاريرها السنوية حول أرباح الشركات من 300 إلى 4000 مع توفير 20% من وقت إعلاميها، وتفوقت البرمجية في المجال الإعلامي المالي والرياضي أكثر، وتُركز على تحديث الأرقام، وتترك أمر الحكمة القصصية للصحفيين، وبرمجية **Quill** مشابهة لها أيضا.

2 كورال بروجكت Coral Project

أطلقت في 2013 كبرمجية مجانية مفتوحة المصدر، مختصة في إدارة التعليقات الواردة على المحتوى الإلكتروني، وجاءت نتيجة تعاون ثلاثي بين صحيفة نيويورك تايمز وواشنطن بوست ومؤسسة موزيلا Mozilla، وحاليا تُدير هذه البرمجية حوالي 50 غرفة أخبار متوزعة على 11 دولة، بما في ذلك صحف مرموقة.



3 كوايك بوت Quakebot

تم تطويره من قبل صحيفة لوس أنجلوس تايمز **Los Angeles Times** لتنبيه غرفة الأخبار في حال رصد إشعارات صادرة عن هيئة المسح الجيولوجي الأمريكي، وفق شروط مشددة، ليقوم بدها بكتابة مقال إخباري عاجل حول النشاط الزلزالي المتوقع حدوثه.



نماذج برمجية ناجحة في الإعلام

6

نماذج ناجحة



بالإضافة لهذه البرمجيات هناك "بوتات Bots" تختص في عدة مجالات، يُقسمها "Paul Bradshaw" من جامعة "برمنجهام" لـ 3 أنواع:

1 بوتات تقترح مواضيع معينة للكتابة حولها، اعتماداً على حجم البحث اليومي عنها واستقراء اهتمامات المستخدمين عبر الكوكيز.

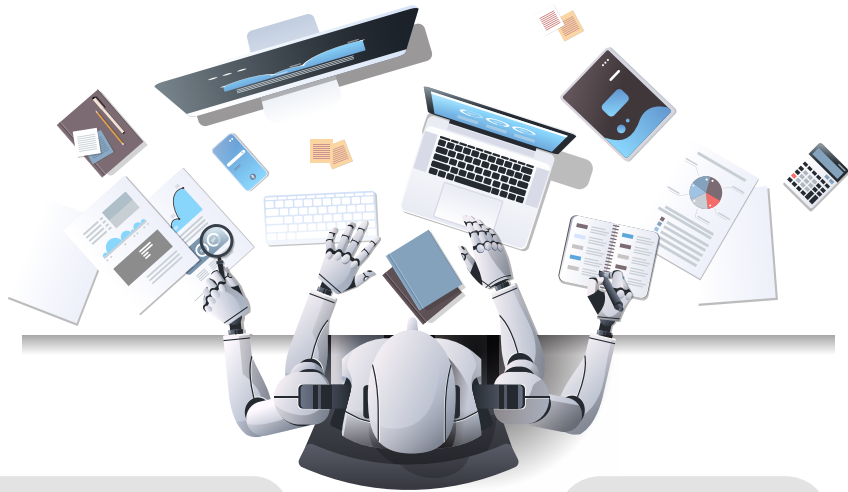
2 بوتات يُمكنها تحديث البيانات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تلقائياً عند تلقي بيانات أحدث من مصادر محددة.

3 بوتات تختص في الإجابة على استفسارات المستخدمين وتعليقاتهم والتفاعل معهم.⁽¹⁾

مُخَلِّصَةٌ

S U M M A R Y

إن تزايد دور برمجيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي والروبوتات في الميدان الإعلامي، خاصة مع انتشار الكاميرات التي ترصد الأماكن العامة والخاصة ليل نهار، وانتشار إنترنت الأشياء وتقنية النانو، سيجعل الإعلام التلفزيوني، الإذاعي، الورقي، الإلكتروني، يتراجع خطوات للوراء، بدون أدنى شك، فإمّا:



تنافس المهام بين الإنسان والآلة - التكامل

الذي يرى "نعوم لاتار Noam Latar" المختص في الصحافة الروبوتية أنه سيحصل لا محالة، ورغم تشائمه، إلا أنه في الحقيقة يبقى أقل ضرراً مقارنة بالخيار الأول

الزوال التام

وهو السيناريو الأسوأ لكنه مُستبعد إلى حد ما

أو



للمزيد انقر هنا

مهام عمل الإعلامي في المستقبل

وعليه سيُصبح على الإعلامي مستقبلا التركيز على أداء هذه المهام أكثر، باعتبارها مُتعدّرة على الفهم الآلي والبرمجي:



العمق

التفرّغ أكثر للتعامل مع مهام أكثر عمقا وتأثيرا في المجتمعات، خاصة اكتساب القدرة على التعامل مع الانفجار التواصلي الحالي الذي جعل الجميع يتواصل مع الجميع، والتعامل مع "الإغراق المعرفي" الذي تسبب في اكتساب الكثيرين لما يُسمى بـ "وهم المعرفة"

التقييم

الاهتمام بتفسير معاني الأخبار والحُكم على المعلومات وطبعا بكل حيادية وموضوعية قدر المستطاع.

التأكد

التأكد من عدة جُزئيات ونقاط في المحتوى الآلي المعروض بُغية التصحيح.

الأخلاقيات

وضع المحتوى الذي تُنتجه البرمجيات على مقاييس أخلاقية قبل عرضه أو مراجعته بعد عرضه.

التوجهات

إبراز الخلفيات الثقافية والسياسية وغيرها للمحتوى المعروض سواء كان مرثيا أو مسموعا أو مكتوبا.

التطوير

تعزيز تعلم البرمجيات والروبوتات الإعلامية من خلال تصحيح أخطائها وبرمجتها بشكل أفضل يوما بعد الآخر.



وظائف جديدة مرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي

وظائف جديدة مرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي

7

وظائف جديدة مرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي:




قامت منصة "فايفر Fiverr" للعمل عن بعد، بوضع قائمة بالوظائف الجديدة التي ستتشكل قريباً أو بدأت بالفعل، كنتيجة للتطورات الرقمية الهائلة وخاصة تلك المرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي ذات الدور الإعلامي:

1 مصمم الصور المتحركة Gif Designer

1



الطلب يزداد يوماً بعد الآخر على هذا النوع من خُبراء التصميم، من قبل شبكات التواصل الاجتماعي كاسنتغرام، فيسبوك، تيك توك، واتساب.. التي تحتاجها كثيراً في تطوير أنظمة الدردشة الخاصة بها وفي جُزئيات فنية أخرى، وحسب فايفر فقد ارتفع الطلب عالمياً بنسبة 73% على مصممي الصور المتحركة

2 مطور الفلاتر الفوتوغرافية Developers of Filters

2



أصبح استخدام المُرشّحات الفوتوغرافية لأغراض تحسين مقاطع الفيديو والصور أو الترفيه والزينة.. مطلوباً بكثرة، بالإضافة للمؤثرات الصوتية والمرئية، وعالمياً ارتفع الطلب على هذا التخصص بـ 109%

7



3 مدير تسويق في التيك توك Tiktok Manger

وظيفة تسويقية بحتة، تهدف من خلالها منصة تكتوك لتوظيف خبراء تسويق رقميين للوصول إلى استهداف إعلاني أدق للفئات الصغرى من جيل z-المولودين بين 1995 و-2010 الذين يُعتبرون أكبر الفئات العمرية المستخدمة لمنصة التيك توك، وهذا التخصص ارتفع الطلب عليه عالمياً بنسبة 200%

وظائف جديدة مرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي:



4 مصمم الحركة Motion Designer

خبير الرسوم المتحركة والتصميم الجرافيكي وكل ما يُمكن تحريكه رقمياً، ويزداد الطلب عليه حالياً ومستقبلاً، لكون منصات التواصل الاجتماعي ذات الدور الإعلامي خاصةً، أصبح محتواها مرئياً أكثر منه مكتوباً



5 مصمم روبوتات الدردشة Bots Designer

بوتات الدردشة الآلية هي أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، المختصة في الرد على استفسارات العملاء والجماهير وتوجيههم والتفاعل معهم، وهذا التخصص صعب لذا سيُعتبر أصحابه ذوي أهمية بالغة اليوم ومستقبلاً⁽¹⁾



1. The future is on social media: five new digital jobs on the rise, Morning Future, 18 December 2020

أهم الوظائف التي ستزدهر أكثر في مجال الإعلام الاجتماعي

7

وظائف جديدة مرتبطة بمنصات التواصل الاجتماعي:

UF UNIVERSITY of FLORIDA

دراسة

كلية الإعلام والاتصال بجامعة فلوريدا الأمريكية، نشرت دراسة لوكالة الأبحاث الوظيفية Onward تضمنت قائمة بأهم الوظائف المرتبطة بالسوشيال ميديا التي ستزدهر أكثر قريباً، وهي كالآتي:⁽¹⁾



مختص مواقع التواصل الاجتماعي
Social Media Specialist

2

مدير محتوى
Content Manager

1

مُنسق التفاعل والمشاركة
Engagement Coordinator

4

مُشرف الإعلام الرقمي
Digital Media Supervisor

3

مدير المجتمعات الرقمية
Online Community Manager

6

محلل منصات التواصل الاجتماعي
Social Media Analyst

5

مدير التسويق الرقمي
Digital Marketing Manager

8

مدير العلاقات العامة
Public Relations Manager

7

مسؤول التواصل الرقمي
Online Communication Director

10

مدير العلامات التجارية
Brand Manager

9

مدير التسويق بمنصات التواصل الاجتماعي
Social Media Marketing Manager

12

مُحامي العلامات التجارية
Brand Advocate

11

واضع استراتيجيات منصات التواصل الاجتماعي
Social Media Strategist

13

1. Social Media Careers Are Rising, A Bright Future, University of Florida: College of Journalism and Communications



الخاتمة

هذه أبرز الآراء الشخصية لبعض المختصين والخبراء في المجال والتي كثيراً منها مبنية على دراسات وتجارب أو توقعات فُبررة، كالتشبيه البليغ للمُنتج الإعلامي والسينمائي المخضرم "بريان ميدافوي Brian Medavoy" لِمُستقبل المهن الإعلامية خاصة المرئية منها والسينمائية، الذي يقول:

"إن مُستقبل المهن الإعلامية والسينمائية أشبه بالتنقل فوق الرمال المتحركة!"
وذلك دلالة على عدم الاستقرار مستقبلاً⁽¹⁾

وتقول ليزا غيبس Lisa Gibbs رئيسة قسم الشراكات في الأسوشييتد برس Associated Press:

"إن عمل الإعلام إبداعي، إنه يتعلق بالفضول، يتعلق برواية القصص، بالتحقيق والاستقصاء، إنه تفكير نقدي، إنه حُكم واعي، وهنا نريد أن يُنفق إعلاميوننا طاقتهم"

في إشارة منها لعدم أهمية استحواذ برمجيات الذكاء الاصطناعي والروبوتات حالياً ومستقبلاً على المهام الإعلامية الروتينية.⁽²⁾

ومع كل هذا يبقى أن مستقبل المهن الإعلامية متطور حسب تطورات التقنية الحديثة، والأهم لكل إعلامي هو التركيز على تطوير مهاراته وكذلك المرونة العالية في فهم المتغيرات والإستجابة الذكية لكل ما هو جديد.

ماجد بن جعفر الغامدي
@majed_jaaf



1. What The Future of Media Means For The Future Of Acting Careers, Brian Medavoy

2. AI in the newsroom: Robots are now helping drive up subscriptions, Whats New in Publishing (WNIP), 2019



مجموعة مُقترحة

من الكتب والتقارير والمقالات
المتخصصة لمن أراد التوسع
في الموضوع

مجموعة مُقترحة من الكتب والتقارير والمقالات المتخصصة لمن أراد التوسع في الموضوع



1 | د. محمد عبد الظاهر، العولمة 4.0 ومستقبل الإعلام في حقبة صحافة الجيل السابع: نموذج العلاقات العامة التفاعلية الأكثر ذكاء، صادر بالعربية والإنجليزية عن مؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف بدبي، ودار بدائل للنشر بمصر (الكتاب مدفوع)

1



2 | الثورة الصناعية الرابعة ... حليف أم عدو للوظائف؟ الذكاء الاصطناعي والحاجة لليد العاملة، صدى الموارد البشرية، مجلة نصف سنوية متخصصة بالموارد البشرية تصدر عن الهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية، العدد 10، أبوظبي، الإمارات، أبريل 2019

2



3 | د. أشرف العيسوي، وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي، تريندز للبحوث والاستشارات، أبوظبي - الإمارات العربية المتحدة، 25 مارس 2020

3

4

Edited by: Joanna Zylinska, With: Goldsmiths Media, The Future of Media, (Paid Book)



5

The Rise of the Robot Reporter, New York Times, 05-02-2019 (Paid Article)



6

The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution, World Economic Forum, , January 2016



7

By: Francesco Marconi & Alex Siegman & Machine Journalist, The Future of Augmented Journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines, The Associated Press



8

Mikael Trnwall, The future of journalism in A Networked Society, Exploring potential new business models and smarter journalism for the digital era, Ericsson Networkd Society Lab, 2017



Reference

قائمة المراجع

المراجع العربية:

1. محمد الأمين موسى، دراسة بعنوان: مستقبل الصحافة الإلكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات، 02 سبتمبر 2021
2. محمد سيد، تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، الألوكة، 04 فبراير 2013، مقتبس من مؤتمر "مستقبل الإعلام في مصر"
3. مهارات المستقبل للشباب، البوابة الإلكترونية لدولة الإمارات، 11 مارس 2021
4. حمود المحمود، المهن الإعلامية التي بدأت تسيطر عليها الآلة والمهن الجديدة التي ستولد، Harvard Business Review بالعربية، 2019
5. محمد فرج، للنشرة العربية، تحرير: أحمد صبحي خليفة، شينخوا تقدم مذيعة روبوت عبر تقنية الذكاء الاصطناعي، 3 Reuters، مارس 2019
6. دبي تطلق أول روبوت مذييع في مؤسستها الإعلامية، ومذييع آلي في أبوظبي للإعلام، مؤسسة دبي للمستقبل (مرصد المستقبل)، 16 يونيو 2019
7. روجر ديكسون، وباري جونتير، وسائل الإعلام في العالم العربي: ماذا يحمل المستقبل؟، ترجمة: داوود سليمان القرنة، الطبعة 1، شركة العبيكان للتعليم، الرياض، 2018، ص 251-255

المراجع الأجنبية:

1. Future of Journalism: Journalism is facing unprecedented challenges, International Federation of Journalism (IFJ)
2. What The Future of Media Means For The Future Of Acting Careers, Brian Medavoy
3. Sam Mazany, Top 50 Degrees for the Future, DegreeQuery
4. The Future of Media: Concepts and Trends for Communication Professionals, Maryville University, 2021
5. Sebastiaan van der Lans, The Future Of Journalism Is Transparent Publishing, Forbes, Jul 21, 2021
6. 2020 World Press Freedom Index, Reporters Without Borders (RSF), 2020
7. The future is on social media: five new digital jobs on the rise, Morning Future, 18 December 2020
8. Professor: Patrick White, How artificial intelligence can save journalism, The Conversation, May 5, 2020
9. Nic Newman, Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020, Digital News Report, 2020
10. Rasmus & Selva, What do we know about the future of journalism?, World Economic Forum, 23 January 2019
11. AI in the newsroom: Robots are now helping drive up subscriptions, Whats New in Publishing (WNIP), 2019
12. Google AI defeats human Go champion, BBC, Bbc News, 25 May 2017
13. Rubina Madan Fillion, UNLOCKING THE POTENTIAL OF AI, Nieman Lab, Dec 2017
14. Klaus Schwab & Richard Samans, The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution, World Economic Forum, , January 2016



«نحن في زمن

المهارات

وليس الشهادات فقط»

ماجد بن جعفر الغامدي
@majed_jaaf

إضافة إثراء إعلامي



ماجد بن جعفر الغامدي
@maged_jaafr



@maged_jaafr