مجلة الريادة للبحوث والأنشطة العلمية
Al-Riyadah Journal For Researches And Scientific Activities
العدد الثالث عشر
مارس March 2026

اخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي

أ. عالية عمر البوعيشى
قسم الإعلام، كلية الآداب / جامعة الزاوية
a.elbuaishi@zu.edu.ly

الملخص:

هدف البحث للكشف عن ماهية أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي خصوصاً بعد التحول الكبير الذي شهده العمل الصحفي في السنوات الأخيرة ،نتيجة التطورات التكنولوجية المتسارعة وظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت تستخدم في عمليات التحرير الصحفي بمراحله المختلفة؛ مما أتاح فرصاً جديدة لتطور الإداء الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية، إلا انه في المقابل أثار العديد من الإشكاليات الأخلاقية المرتبطة بطبيعة الممارسة الصحفية في عصر الذكاء الاصطناعي، اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال مراجعة الأدبيات العلمية، والمواثيق المهنية والتقارير الصادرة عن المنظمات الدولية، كذلك الدراسات السابقة التي تناولت الأخلاقيات الإعلامية وأهميتها في تنظيم الممارسة المهنية خاصة تلك المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام وذلك لإبراز إشكاليات التحقق من المحتوي الصحفي المنتج آلياً، والتحيز الخوارزمي وتأثيره في الموضوعية الصحفية، إضافة إلي حماية خصوصية البيانات وأخلاقيات الممارسة الصحفية، ومتطلبات الشفافية والمساءلة المهنية في استخدام التقنيات الرقمية داخل المؤسسات الإعلامية، وكشف البحث على أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تسهم في تطوره وترفع من كفاءة الإداء المهني للمحررين، إلا أنه في الوقت نفسه يطرح العديد من التحديات الأخلاقية المتعلقة بدقة المعلومات وإمكانية انتشار الأخبار الزائفة والمضللة، واحتمالات التحيز الخوارزمي، بالإضافة لبعض المشكلات الأخرى المرتبطة بحماية خصوصية البيانات الرقيمة للجمهور ،كما أكدت النتائج على ضرورة تعزيز آليات التحقق من المحتوي المنتج آلياً والمحافظة على دور المحرر البشري من خلال إشراكه في عمليات الأشراف ومراقبة المحتوي قبل نشره، وإلزامه بمبادئ الشفافية والمسؤولية في الممارسة الصحفية مع التأكيد على أهمية تأهيل

الصحفيين والرفع من كفاءتهم التقنية والمهنية بالشكل الذي يسهم في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بشكل فعال وبصورة مسؤولة تحافظ على القيم الأخلاقية المهنية وتعزز ثقة الجمهور بالمحتوي الإعلامي الذي يقدم له من قبل المؤسسات الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات العمل الصحفي، الذكاء الاصطناعي، الممارسة الصحفية، الشفافية والمساءلة المهنية.

Journalistic ethics in the age of artificial intelligence

Abstract:

The research aims to reveal the essence of professional journalistic ethics in the era of artificial intelligence, particularly following the major transformation witnessed by journalism in recent years as a result of rapid technological developments and the emergence of artificial intelligence technologies, which are now used in the various stages of journalistic editing processes; This has created new opportunities for the development of journalistic performance within media institutions. However, it has also raised several ethical issues related to the nature of journalistic practice in the age of artificial intelligence. The research adopted a descriptive-analytical approach, reviewing scholarly literature, professional charters, and reports issued by international organizations, as well as previous studies that addressed media ethics and its importance in regulating professional practice, especially those related to the use of artificial intelligence technologies in the media. This second axis highlights the problems of verifying automated journalistic content, algorithmic bias and its impact on journalistic objectivity, in addition to protecting data privacy and the ethics of journalistic practice, and the requirements of transparency and professional accountability in the use of digital technologies within media institutions. The research revealed that employing artificial intelligence technologies in journalistic work contributes to its development and raises the efficiency of editors' professional performance. However, at the same time, it poses several ethical challenges related to the accuracy of information, the possibility of the spread of fake and misleading news, the potential for algorithmic bias, and other problems. Other findings relate to protecting the privacy of the public's digital data. The results also emphasized the need to strengthen mechanisms for verifying automated content, maintain the role of the human editor by involving them in content oversight and monitoring before publication, and ensure their adherence to the principles of transparency and responsibility in journalistic practice. Furthermore, the results stressed the importance of training journalists and enhancing their technical and professional skills to effectively and responsibly utilize artificial intelligence technologies in journalistic work, upholding professional ethical values and strengthening public trust in the media content provided by media institutions.

Keywords: Journalistic ethics – Artificial intelligence – Journalistic practice – Transparency and professional accountability.

المقـــدمـــــة

شهدت الصحافة خلال العقدين الأخيرين تحولات كبيرة في بيئة العمل الصحفي، وذلك نتيجة التطور التكنولوجي السريع، خصوصا مع ظهور الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence– AI) واعتباره عنصرا مساعدا في آليات الإعلام الحديث بدءاً من جمع الأخبار والمعلومات وتحليليها وصولاً لنشرها وتلقيها من الجمهور (Diakopoulos,2019,P.2)

كل هذه التحولات غيرت طبيعة العمل الصحفي الذي انتقل من مرحلة " الأتمتة البسيطة " لجمع البيانات إلي مرحلة " الصحافة التوليدية"؛ الأمر الذي أثار العديد من التساؤلات حول الاخلاقيات المهنية في عصر الذكاء الاصطناعي الذي يمثل أحد أبرز التحديات التي يواجهها العمل الصحفي وهذا ما تؤكده الدراسة التي أجراها مركز بيو للأبحاث حيث أن نسبة 62% من الأمريكيين يشعرون بالقلق حيال قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج معلومات مضللة ، باعتباره يغير من طريقة جمع الأخبار وتحليليها وتوزيعها ،الأمر الذي يستدعي ضرورة فهم الأبعاد الأخلاقية لطبيعة عمل هذه التقنيات في العمل الصحفي (Pew Research Center,2020,p.1) ، لاسيما فيما يخص الاعتماد على المحتوي المولد آليا أو المعتمد على التوزيع الخوارزمي للأخبار والمعلومات، وهذا ما أكده(Newman,2024,Executive Summary) في تقرير معهد رويترز على إن دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ليس مجرد تحسين للكفاءة بل هو إعادة تعريف لصناعة الخبر برمتها ،والذي قد يؤدي إلي تضليل الجمهور أو انحيازه لمحتوي دون الآخر (Gillespie,2018,ch.6,p.5)

مما يتطلب إعطاء أهمية كبيرة للأخلاقيات المهنية أثناء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ،وتحديد من يتحمل المسؤولية التحريرية لهذا المحتوي الذي تداخلت طرق انتاجه بين العنصر البشري والتقنية الرقمية الحديثة ، لحماية الثقة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور، ما يجعل التمسك بأخلاقيات المهنة الصحفية أمرا في غاية الأهمية وفق ما جاء في توجهات اتحاد الصحفيين العرب الأخيرة التي تؤكد على ضرورة " *التدقيق البشري في المادة المولدة آلياً* " ضمانا لمصداقية المعلومة على اعتبار أن هذه التقنيات قد تؤدي إلي " تغييب التعددية وتعزيز غرف الصدى" كما حذر مركز الجزيرة للدراسات (2022،ص8)، أو كما

جاء في ميثاق باريس للذكاء الاصطناعي والصحافة (The Paris charter,2023,principle.3) الذي أكد هو أيضا على جوهر الشفافية لحماية حق الجمهور ومواجهة التضليل الرقمي، وغياب الحس البشري في العمل الصحفي ومعالجة الفجوة الأخلاقية الناتجة عن تدخل الخوارزميات في انتاج المحتوي الاخباري ،والتي تمس بالممارسة المهنية للعمل الصحفي ونزاهته في عصر الذكاء الاصطناعي وتقنياته المتطورة.

مشكلة البحث:

تواجه اخلاقيات العمل الصحفي مع التقدم التكنولوجي السريع بروز العديد من التحديات المتعلقة بالأخلاقيات المهنية، خاصة مع ظهور الذكاء الاصطناعي وتطور تقنياته التي ساهمت في تغيير السياسة التحريرية للأخبار والمعلومات، من خلال انتاج المحتوي الأخبارى المولد آلياً، ومشاركة الخوارزميات في جمع الاخبار وصياغتها وإعادة توجيهها للجمهور، الأمر الذي أثار شكوك الكثيرين في دقة ومصداقية الأخبار المنتجة من خلالها، ووضع العمل الصحفي أمام مسئولية اخلاقية كبيرة خصوصا بعد تداخل العمل البشري مع النظم الآلية ، والاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وبناءً على ما سبق تتحدد مشكلة البحث في الإجابة على السؤال الرئيس المتمثل في:

- **ما أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي؟**

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في التعرف على ماهية أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي وتقنياته المختلفة، خصوصا فيما يتعلق بتوليد المحتوي الاخباري والتحيز الخوارزمي، مما جعله يؤثر على الواقع المهني الجديد للعمل الصحفي بالمؤسسات الإعلامية، وذلك من خلال ما تفرضه طبيعة هذا التطور التقني من تحديات، دون الاخلال بالمعايير المهنية التي تدعم مفهوم الثقة بين الوسيلة والجمهور.

أهداف البحث: تتمثل أهداف البحث في الآتي:

1- دراسة التأثيرات التي تحدثها تقنيات الذكاء الاصطناعي جراء استخدامها في العمل الصحفي ومدي الالتزام بالأخلاق المهنية.

2- التركيز على مدى توافق هذه التقنيات مع مبادئ الصدق والموضوعية في المؤسسات الإعلامية، وتحمل مسؤولياتها تجاه الجمهور.

3- مراقبة المحتوى المولد آليا وتقليل مخاطر التحيز الخوارزمي وحماية الخصوصية، لضمان سلامة المعايير الأخلاقية.

4- الإسهام في تقديم سياسات إعلامية واضحة ترتبط من خلالها التقنيات الذكية بالممارسة الأخلاقية بشكل يضمن الصدق والموضوعية في العمل الصحفي.

منهجية البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال تحليل الأدبيات العلمية المتخصصة في أخلاقيات العمل الصحفي والذكاء الاصطناعي، وكذلك المواثيق المهنية والتقارير المرتبطة بذات الموضوع، كما يقوم البحث بتقديم قراءة تحليلية لنماذج من الممارسات الصحفية المعاصرة في ظل التحول الرقمي، بالاعتماد على أداة التحليل المرجعي للمواثيق والتقارير الدولية والمحلية، واستخلاص أبرز المبادئ الأخلاقية المشتركة بينهم.

مصطلحات البحث:

- **اخلاقيات العمل الصحفي:** تعرف على أنها " منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة مع التقليل إلي أقصي حد من الأضرار التي بمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين " (عامر،2019 ص ص24-25).
- **الذكاء الاصطناعي:** هو " فرع من علوم الحاسوب يهدف إلى إنشاء آلات قادرة على أداء مهام تتطلب عادة ذكاء بشرياً، يشمل ذلك القدرة على التعلم، حل المشكلات، فهم اللغة الطبيعية، التعرف على الأنماط، واتخاذ القرارات" **(فتحي،2025 ص 11)**.
- **كما يعرف ايضا** " هو سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج الحاسوبية تجعلها تحاكي القدرات البشرية وأنماط عملها" **(سليمان،2020 ص 81)**.

الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة حول موضوع البحث وتبين أن هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بدراسة استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام وأبرز التحديات التي تواجه العمل الصحفي من خلال استخدام تقنياته منها:

1-دراسة ضويقى (2024) التي هدفت للتعرف على تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، وكشف محاولة تفوقه على العقل البشري، وتوظيفه من أجل صناعة المحتوي الإعلامي، وتأثير كل ذلك على مصداقية الأخبار، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير كبير لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوي المزيف أكثر من تعزيز المصداقية، وأن تطبيقات الكشف عن الأخبار الزائفة لاتزال قاصرة بسبب حداثتها من جهة وعدم تفوقها في كثير من الأحيان على العقل البشري من جهة أخري.

2- دراسة توفيق (2023) التي تناولت أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية والتي هدفت من خلالها لرصد وتحليل النماذج المتاحة من الإرشادات والضوابط الأخلاقية المعنية باستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بالاعتماد على منهج المسح بشقه التحليلي وأسلوب المقارنة للتفرقة بين النماذج المتاحة من تلك الإرشادات والضوابط الأخلاقية، وتوصلت الدراسة إلى أن الإرشادات والمبادئ والضوابط الأخلاقية التي وضعتها العديد من الهيئات والمنظمات الدولية والإقليمية ،تركز على عدد من القيم المهنية والأسس الأخلاقية التي تمثل جوهر ضوابط وأخلاقيات العمل الإعلامي و الصحفي ، رغم عدم تطرق تلك الإرشادات بشكل مباشر إلي كيفية التنظيم والضبط الأخلاقي لأنظمة الذكاء الاصطناعي على مستوى العمل الصحفي.

3- دراسة سالم، صبري، وآية (2024) التي سعت إلي رصد تصورات الصحفيين للضوابط الأخلاقية والمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوي الصحفي بالمواقع الإخبارية وعلاقتها بمستويات الإبداع لديهم وكذلك درجة أهمية توظيفها، ومراحل تبني تلك المواقع لهذه التقنيات، والكشف عن تأثيراتها السلبية والإيجابية في إنتاج المحتوي الصحفي، والتحديات المهنية والأخلاقية التي تواجهها، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (150مفردة) من الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية والمواقع الإخبارية ، وكان من أهم نتائجها أن نسبة

(53.3%) منهم لديهم معرفة كافية إلي حد ما بتقنيات الذكاء الاصطناعي ، كما أن نسبة (52%) يؤكدون على أهمية توظيف هذه التقنيات في العمل الصحف وان أهم المعايير المهنية تتمثل في معيار ضرورة تعريف الكوادر الإعلامية والصحفية بالمفاهيم الجديدة للتضليل والانحراف في العمل الصحفي ،وتصدر معيار القيم الأخلاقية المتعلقة بمواثيق الشرف الإعلامي المعايير والضوابط الأخلاقية التي يجب أن تتبع عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوي الصحفي.

4- دراسة الزهراني (2022) التي سعت للتعرف على مدي تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية، وذلك من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في العمل الصحفي، ورصد أبرز معوقات تبني المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات وتوصلت الدراسة إلى أن لدى الصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي، وأن لدي (24.6%) منهم معرفة محدودة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير المحتوي الذي يعتمد على هذه التقنيات ، بينما (43.7%) ترى أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم استخدام الروبوت والدرون وعملية الكتابة للمحتوي بدون تدخل بشري، بالإضافة إلي استخدام تطبيقات كتابة المحتوي المعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

5- دراسة الدبيسي (2023) هدفت الدراسة إلى معرفة تطور مفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي، وصياغة تعريف علمي لها في ظل تعدد التسميات والمفاهيم، والتعريف بدور الخوارزميات في التحرير الصحفي، وكذلك تحديد مزايا صحافة الذكاء الاصطناعي، ومجال تفوقها على الصحافة التقليدية، وأبرز التحديات التقنية والمهنية والأخلاقية التي تواجهها، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الأدبيات الأجنبية التي تبحث في تأثير تقنية الذكاء الاصطناعي على الصحافة، وخلصت الدراسة إلى صياغة تعريف شامل لمفهوم صحافة الذكاء الاصطناعي، وأن الذكاء الاصطناعي جعل العمل الصحفي أكثر كفاءة في غرف الأخبار، واسهم في زيادة إنتاج كم وتنوع المحتوى، فضلا عن زيادة المردود المالي للمؤسسات الإعلامية، وأن التحديات التي تواجه صحافة الذكاء الاصطناعي، ما تزال في مجال الحدود الدلالية والتفسيرية، وأبرز هذه التحديات نقص المعلومات أو عدم دقتها يؤثر على مصداقية صحافة الذكاء الاصطناعي نتيجة لإنتاج اخبار وتقارير ومعلومات متضاربة وغير دقيقة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة يتضح أنها تتفق مع الدراسة الحالية في العديد من الجوانب أبرزها في الأهداف التي سعت إليها والمتمثلة في الكشف عن أبرز التحديات التي تواجهها المؤسسات الإعلامية والمرتبطة بأخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي خلال استخدام تقنياته في أنتاج المحتوي المنتج آلياً الذي في يعاني في بعض الأحيان من عدم الدقة والمصداقية كما هو في دراسة الدبيسي (2023)، أو من ناحية التأثيرات الإيجابية والسلبية في إنتاج المحتوي الصحفي، والتحديات المهنية والأخلاقية التي تواجهها المؤسسات الإعلامية كما في جاء في دراسة سالم، صبري، وآية (2024) ، كذلك دراسة توفيق (2023) التي ساهمت في رصد وتحليل النماذج المتاحة من الإرشادات والضوابط الأخلاقية المعنية باستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ،والتي استفادت منها الدراسة الحالية في المنهجية المتبعة بالإضافة للجانب التحليلي واستعراض استخدام بعض النماذج لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحديد أبرز التحديات الأخلاقية التي تواجه العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي .

خطة البحث: تتكون من:

المبحث الأول: أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم – الأهمية – الممارسة المهنية

المبحث الثاني: أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي (بين التحديات والمعايير المهنية)

المبحث الاول: أخلاقيات العمل الصحفي

المفهوم – الأهمية – الممارسة المهنية

تعتبر أخلاقيات العمل الصحفي الركيزة الأساسية التي تقوم عليها مهنة الصحافة، والتي تعتمد من خلالها على مجموعة من المبادئ والمعايير المهنية أثناء ممارسة العمل الصحفي، خصوصا مع ظهور تقنيات جديدة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والذكاء الاصطناعي التي باتت تقنياته تعمل جنبا إلى جنب مع العنصر البشري، وأحيانا تحتل دوره أيضا فيما تقدمه من أخبار مولدة وتحيز معلوماتي، فأصبح من الضروري أخذ الاعتبارات الأخلاقية بشكل مسؤول لضمان مبادئ النزاهة والموضوعية أثناء ممارسة العمل الصحفي ، في عالم تتدفق

فيها المعلومات بشكل سريع ، الأمر الذي يتطلب إعادة تقييم للأخلاقيات التقليدية بما ما يتناسب مع البيئة الإعلامية الحديثة [International Federation of Journalists, IFJ],2019)، فالالتزام بالأخلاقيات المهنية أصبح ضرورة ملحة لضمان مصداقية الإعلام وحيادتيه ،وحماية الجمهور من الأخبار المزيفة واحترامه، كما نص في مدونة أخلاقيات (Society of professional Journalists, **[SPJ].2014,principle.1**)، والاتحاد الدولي للصحفيين **(IFJ,2019,principle.1)**.

- **مفهوم أخلاقيات العمل الصحفي:**

يتفق العديد من الباحثين على إن أخلاقيات العمل الصحفي هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي تنظم عمل الصحفي وتوجه سلوكه أثناء ممارسة مهنته، من خلال تحديد كيفية جمع المعلومات والتعامل مع المصادر وطريقة عرض الأخبار بطريقة مهنية مس **(Ward,2018,p.167: Kovach& Rosenstiel,2014,p.12)**، وهذا ما يشير إليه الدكتور شريف اللبان حينما عرف مفهوم العمل الصحفي بأنه " مجموعة القواعد والمعايير المهنية التي تضبط سلوك الصحفي في جمع الأخبار ومعالجتها ونشرها بما يحقق التوازن بين حق المجتمع في المعرفة وحقوق الأفراد في الخصوصية والكرامة الإنسانية"**(اللبان،2016،ص14)**

وفي المقابل فإن الأخلاقيات الصحفية تمثل الإطار العام الذي يحدد المبادئ والقيم التي تضبط مجال الاعلام بشكل عام، من خلال السياسات والمعايير المهنية التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية ككل، بما يضمن للصحفيين الالتزام بالشفافية والمسؤولية أثناء ممارستهم المهنية، ويدعم الثقة بين الوسيلة والجمهور **(SPJ,2014,principle.1)**.

لاسيما في ظل التطورات التقنية المتسارعة، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوي الصحفي، الأمر الذي يجعل الالتزام بهذه الأخلاقيات المهنية أمرا في غاية الأهمية للحفاظ على مصداقية العمل الصحفي.

- **أهمية أخلاقيات العمل الصحفي**

اهتم المتخصصون بمختلف العلوم الإنسانية بإعطاء الأخلاقيات المهنية أهمية كبيرة لمختلف المجالات، الا أن هذا الاهتمام يبرز بوضوح أكبر في مجال الإعلام ، ادراكا

منهم بأهمية ما يؤديه من مهام ووظائف مهمة للمحافظة على مسار الثقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور (مهدى2021،ص194-227)، في إطار أخلاقيات العمل الصحفي التي تنظم الممارسة المهنية للصحفيين، وترسخ المبادئ والقيم التي تحكم عمليات جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها بما في ذلك الأخبار المنتجة آليا ، الأمر الذي يسهم في تعزيز المصداقية، ويحمي حقوق الأفراد من خلال الالتزام بمعايير الخصوصية والتحيز الخوارزمي **([SPJ].2014,principle.1)** بالإضافة إلي إلزام الصحفيين بضرورة تحمل مسؤولياتهم تجاه محتوى الأخبار والتقارير المنشورة ، لضمان النزاهة المهنية في العمل الصحفي **(الدليمي ،2018 ص115).**

كما تؤكد تقارير وكالة رويترز إلى أن تراجع الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور يرتبط بضعف الالتزام بالقيم والمعايير المهنية، التي تأتي من خلال سرعة النشر وزيادة التضليل الإعلامي خصوصا في البيئات الرقمية.**(Euters Institute, 2020,p.10)**

- **الممارسة المهنية لأخلاقيات العمل الصحفي**

ترتبط الأخلاقيات المهنية في العمل الصحفي بالممارسات اليومية التي تعكس مدي التزام الصحفيين بهذه المبادئ ، فمن خلال دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي غرف الأخبار أصبح من المهم أن يقوم الصحفي بدوره كمراقب للمحتوي المنتج آليا بصفته حارس للبوابة ،لضمان توافق هذا المنتج المخرج آليا مع المعايير المهنية خصوصا الدقة والموضوعية، مما يؤكد على ضرورة دمج الممارسات المهنية التقليدية مع الضوابط التقنية الحديثة التي تفرض على الصحفي دورا جديد كمحرر ومراقب للجودة الخوارزمية **(Diakopoulos, 2019& UNESCO,2023, p.69)** ، وذلك من خلال ما يلي:-

1-التحقق من صحة الأخبار والمعلومات قبل نشرها لضمان دقتها، ودعم الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور **(International Fact- Checking Network,2021)**

2-الاعتدال في عرض وجهات النظر المختلفة، خاصة في الموضوعات والقضايا المثيرة للجدل، وذلك لتحقيق مبدأ عدم التحييز في التغطية الإعلامية **(Reuters Institute.2020,P.)**

3-التأكيد على احترام خصوصية الأفراد وحقوقهم، من خلال عدم نشر أي معلومات تنتهك خصوصيتهم **(Center for Media Engagement, 2021)**

4-تحمل مسؤولية المحتوي المنشور، خصوصا مع تداخل الأدوار بين الصحفي والتقنيات المستخدمة في أنتاج المحتوي المولد، والالتزام بالتصحيح في حالة الوقوع بالخطأ، خاصة عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع البيانات أو تحرير المحتوي، لتعزيز الثقة بين الصحفي والجمهور **(Kovach & Rosenstiel,2014, p p.71-74)**

كما يري كوفاتش وروزنستيل أيضا أن المسؤولية المهنية مرتبطة ارتباطا وثيقاً بالتحقق والشفافية' أما دياكوبولوس يركز على مسؤولية إشراف الصحفي على المحتوي المنتج آلياً **((Diako poulos,2019,p.69،** وهذا يتوافق مع ما أكد عليه الباحثون العرب على ضرورة تحمل المسؤولية المهنية أثناء ممارسة العمل الصحفي، لا سيما في ظل انتشار الأخبار المضللة **(اللبان، مرجع سابق ص214)**.

المبحث الثاني: أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي: ما بين التحديات والمعايير المهنية

بما أننا في زمن أصبحت فيه للتكنولوجيا تأثير متزايد على جميع جوانب حياتنا، برز الذكاء الاصطناعي (AI) كأحد التقنيات التي غيرت طرق التعامل والاستخدام ،خصوصا في العمل الصحفي فأستخدم في جمع المعلومات، وتحريرها ونشرها، لتحسين جودة العمل وتزايد سرعته إلا أنها أحدثت تحديات أخلاقية جديدة تحتاج من المؤسسات الإعلامية إعادة تقييم للمبادئ الأخلاقية المرتبطة بمهنتهم في عصر الذكاء الاصطناعي **(UNESCO,2023p5-9)**، وذلك لمواجهة مخاطر التزييف المعلوماتي ، والتحيز الخوارزمي الذي قد يؤثر في انتقاء الاخبار، وفقا لتوجهات معينة مرتبطة بالخوارزميات وفقدان طابع الخصوصية والدقة والموضوعية **(Diakopoulos,2019.p p.67-72)**، ما يتطلب من ممارسي العمل الصحفي الالتزام بالضوابط الأخلاقية والمعايير المهنية للمحافظة على نزاهة المهنة الصحفية ، مع الأخذ في الاعتبار أن هذه التحديات لا تأتي من التقنية ذاتها و أنما تأتي من كيفية استخدامها داخل المؤسسات الإعلامية، ومدى حرص ووعي الصحفيين بمسؤولياتهم الأخلاقية التي تمثل جوهر العمل الصحفي، ولضمان تقديم معلومات موثوقة للجمهور **(توفيق ،2023،ص ص653-995)** .

فقد أشارت تقارير معهد رويترز إلى أن تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام يرتبط بمدى التزامهم بالمعايير المهنية خاصة الرقمية منها، والتي تعتمد أغلبها على سرعة نشر الأخبار وعدم التأكد من مصداقية مصادرها (Reuters Institute,2020,p.13) الأمر الذي يضع العمل الصحفي أمام اختبارا مزدوجا: بين الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، والالتزام بالأخلاقيات والمعايير المهنية من ناحية، والمحافظة على ثقة الجمهور وصحة المعلومات التي تقدم لهم من ناحية أخري خصوصا في ظل التطورات السريعة التي تطرأ على وسائل الإعلام المعاصر.

- **التحديديات الأخلاقية للممارسة الصحفية في عصر الذكاء الاصطناعي**

يواجه العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي العديد من التحديات الأخلاقية الجديدة في ظل استخدام تقنياته التي غيرت مفهوم الممارسة الصحفية التقليدية ومعاييرها المهنية، وذلك من خلال العديد من التحديدات أبرزها: –

1– **المصداقية والتحقق من المحتوي الصحفي المنتج آليا**:مع تزايد دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي لغرض تحسين كفاءة العمل وسرعته برزت العديد من التحديات التي يتمثل أغلبها في صعوبة التحقق من المحتوى المنتج آليا ،ومدي مصداقيته سواء أكان في أنتاج النصوص الإخبارية، أو الصور، أو حتى مقاطع الفيديو، على اعتبار أن هذه التقنيات قادرة على أنتاج محتوي خوارزمي مكتمل شكليا، ولكنه في كثير من الأحيان يفتقر إلى الدقة والنزاهة، مما يضعف الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام إذا نشر بسرعة دون تدقيق أو مراقبة مهنية، لأن الجمهور في كثير من الأحيان لا يعرف ما إذا كان المحتوي المقدم له محتوي بشرى أو منتج آليا (UNESCO,2023, p .24).

ففي دراسة أجراها ضويق حول تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، والتي يرصد من خلالها مبدأ تعزيز المصداقية وتنامي الأخبار الزائفة تبين وجود تأثير بالغ المدى لهذه التطبيقات في إنتاج المحتوي المزيف أكثر من دعم مصداقيته، وان تطبيقات الكشف عن الأخبار المضللة تظل قاصرة رغم حداثتها، وهذا يثبت تفوق العقل البشري على هذه التقنيات رغم تطورها، مما يدعو المؤسسات الإعلامية إلي ضرورة تدقيق كل محتوي إعلامي ينتج عنها (ضويقي 2024 ص ص115–153).

وهذا ما أشارت إليه العديد من المؤسسات الإعلامية الدولية التي واجهت هي أيضا تحديات تتعلق بمصداقية الصور والفيديوهات المنتجة آليا بما يعرف بتقنية " التزييف العميق"، فقد أبلغت الهيئة الماليزية للاتصالات والوسائط المتعددة عن 63 ألف حالة محتوي مزيف في سنة 2024 بهذه التقنية (Rashid& Ramlan,2025, p47).

ما دفع وكالة أسوشتيدبرس على حث الجميع لمراجعة أي محتوي ينتج أو يدعم بالذكاء الاصطناعي مراجعة بشرية صارمة قبل نشره تفاديا لأي تزييف أو تضليل قد يلحق به وأكدت على معاملته كمادة " مصدرية غير مفحوصة "، رغم اعتمادها منذ عام 2014 على أنظمة آلية في إنتاجها للتقارير الرياضية والأرباح المالية (Associated Press,2023, p.12) ، كما يرى دياكوبولوس ان اعتماد المؤسسات الإعلامية على الأنظمة الآلية في العمل الصحفي يؤدي إلى إحداث ما يعرف " بفجوة المساءلة " التي تزداد بروزا عندما يصعب معرفة المسؤول عن الأخطاء المهنية في المحتوى المنشور إذا كانت حدثت بفعل المنطق الخوارزمي المستخدم، أو من خلال البيانات المدرجة في هذا المحتوي، الأمر الذي يعرض المؤسسة الإعلامية للشك في أخلاقياتها المهنية من طرف جمهورها ويطرح مقابل ذلك مفهوم "المساءلة الخوارزمية " التي يتوجب على المؤسسات الإعلامية من خلالها إجراء عمليات تدقيق واضحة لفهم طريقة عمل الخوارزمية ومدي تأثيرها على المحتوي المولد أو المنتج آليا، موكدا أن الأتمتة لا تعفيهم كصحفيين من مواجهة التحديديات الأخلاقية الناجمة من جراء استخدامها لهذه التقنيات، بل تجعلهم كمراقبين لها لضمان التزامهم بالمعايير المهنية، والحد من التحيز الخوارزمي الناتج عنها (Diakopoulos,2019, p.148).

كل ذلك يؤكد ان إشكالية المصداقية والتحقق من المحتوي الصحفي المنتج آلياً لا تأتي من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وأدواته، وإنما من طريقة إدخاله في العمل الصحفي بشكل مسؤول يحافظ على معايير النزاهة المهنية في الإعلام.

2- التحيز الخوارزمي وتأثيره على الموضوعية الصحفية

على اعتبار ان الخوارزميات من أهم التقنيات المستخدمة في الأتمتة الصحفية المعاصرة التي تشكل المحتوي التحريري المتعلق بتدفق الأخبار وتوليدها آليا، والذي يبرز من خلاله التحيز الخوارزمي الذي لا يتعلق بالجانب التقني فحسب، وإنما يؤثر على الموضوعية الصحفية التي تعتبر من أهم

المعايير المهنية التي حثت عليها الضوابط والمواثيق الأخلاقية **(معهد الجزيرة 2020، ص44)**.

ما جعل التحيز الخوارزمي من أكثر التحديات التي تواجه العمل الصحفي، فعندما تعتمد خوارزميات الذكاء الاصطناعي على بيانات غير متوازنة التغذية ، أو عند حدوث أي انحراف في منطقها البرمجي تظهر مشكلة التحيز، من خلال بروز موضوعات على حساب الأخرى وأن كانت أكثر أهمية، ما يؤثر بشكل سلبي على مبدأ الموضوعية في العمل الصحفي(**Diakopoulos,2019**) حيث تميل هذه الخوارزميات في توزيع الأخبار التي تنتجها إلي المحتوي المثير الذي يحدث تفاعلا أوسع بين أوساط الجمهور ، مما يقلل التنوع الأخباري ويضعف ثقة الجمهور بالمؤسسة الصحفية على المدي الطويل بسبب ما قد يحدثه ذلك من تضليل لهم ، وهذا ما يشير إليه معهد رويترز لدراسة الصحافة (Newman et al,2020 p.10)، لهذا نشرت وكالة أسوشيتد برس معايير واضحة لاستخدام الذكاء الصناعي التوليدي في الأخبار، فعند إنتاج تقارير الأرباح الفصلية للشركات الأمريكية يتم أنتاج المسودة الأولي آليا ثم يتم مراجعتها من قبل محرر بشري للتأكد من صحة الأرقام والمصادر لتحري الدقة والموضوعية ولضمان عدم التحيز في المحتوي قبل النشر **(Associated Press,2023, p.14)**

كما قامت قناة الجزيرة نت هي أيضا باستخدام تقنيات الذكاء الصناعي في تحليل تفاعل المستخدمين مع الأخبار وتخصيص المحتوي الرقمي، إلا انها في الوقت نفسه التزمت بالتحرير البشري للمحتوي بشكله النهائي لتعديل أي محتوي قد يحمل تحيزا أو معلومات مضللة، وذلك لضمان الدقة والمهنية في موضوعاتها (الجزيرة، د.ت).

وبالرغم من اعتماد العديد من المؤسسات الإعلامية على هذه التقنيات، ألا انها في الوقت ذاته تحذر من وجود إشكاليات أخلاقية تتعلق بالتحيز الخوارزمي سواء أكان في ترتيب الأخبار، أو في التركيز على محتوي دون الآخر خصوصا في الأخبار المهمة، لهذا يبقي دور المحرر البشري مهما لمراجعة أي محتوى منتج بشكل آلي.

3-خصوصية البيانات وأخلاقيات الممارسة الصحفية

مع تزايد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي لم يعد إنتاج المحتوي معتمدا على مهارة الصحفي فحسب، وانما بات مرتبطا بقدرة التقنيات والأنظمة المستخدمة

فيه خصوصا فيما يتعلق بتحليل بيانات الجمهور وسلوكه، الأمر الذي يشكل تهديدا مهنيا جديدا للمؤسسات الصحفية سواء أكانت الصحافة الورقية التقليدية أو الرقمية ، نظرا للتدفق الهائل للبيانات الضخمة مما يستدعي وعيا أخلاقيا يحدد عمليات جمع البيانات وطرق نشرها ، فجمع بيانات المستخدمين وتحليلها بغرض توجيه المحتوي أو تخصيصه دون مراعاة لهم يعد انتهاكا لخصوصيتهم التي تمثل الرابط الأكثر مهنية في اخلاقيات الممارسة الصحفية للمحافظة على ثقة الجمهور واحترام ما يوجه لهم، دون المساس بحقوقهم أو استغلال بياناتهم لتحقيق سبق إعلامي أو ربحي، وهذا ما تؤكد عليه العديد من المؤسسات والمنظمات الدولية أبرزها مجموعة القواعد و الارشادات التي أوصت بها منظمة اليونسكو ،التي حثت على ضرورة وضع معايير واضحة لحماية البيانات وضمان الخصوصية والشفافية باعتبارها من أخلاقيات الممارسة الصحفية المبنية أساسا على المهنية (**p,31 UNESCO,2023.**).

كما تبنت صحيفة " نيويورك تايمز " سياسات رقابية مشددة من طرف المحرر البشري على المخرجات الآلية التي تنشر بها للحفاظ على الدقة وخصوصية البيانات عند توظيف أدوات التحليل الرقمية التزاما منها بمبدأ المهنية والمصداقية **(The New York Times. 2021, p.19)**

أما صحيفة لوس انجلوس تايمز الأمريكية فقد اعتمدت على نظام (Quakebot) في عام 2014، وذلك بهدف تحرير ونشر أخبار الزلازل فور وقوعها بسرعة فائقة تتجاوز قدرة البشر ،من خلال تدفق لحظي للبيانات التي يتم وضعها في " قالب " صحفي جاهز، ترسل من بعدها إلي نظام إدارة المحتوي بالصحيفة حيث يتم مراجعتها من قبل المحرر المسؤول الذي بدوره يعطي أمر الموافقة على النشر لضمان دقة المعلومات وحماية الخصوصية وعدم الأضرار بالمصلحة العامة ، مما جعلها تتفوق على وكالات الأنباء من حيث السرعة والنزاهة المهنية في نشر الأخبار (شفينكي، 2014)، كذلك اعتمدت جريدة الشرق الأوسط في ترتيب أخبارها الرقمية بموقعها على تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع الحفاظ على الرقابة التحريرية البشرية ليضمن لها الدقة والالتزام بالأخلاقيات المهنية، وحماية الخصوصية، وعدم نشر الأخبار المضللة **(جريدة الشرق الأوسط. 2023)**.

الأمر الذي يوضح لنا ان الأتمتة لا تعني بأن نتخلى عن مسؤوليتنا المهنية، وإنما تزداد حرصا في استخدامها وإخضاعها للتدقيق من طرف المحرر البشري، خاصة إذا ما تعلق الأمر

بالمعلومات أو البيانات التي تمس خصوصية الأفراد، وهذا ما أكدت عليه مواثيق الشرف الصحفية التي وازنت بين" حق *الجمهور في المعرفة، وحق الفرد في حرمة الحياة الخاصة*" ففي ليبيا أصدرت الهيئة العامة لرصد المحتوي الإعلامي " مدونة قواعد السلوك المهني الإعلامي " في فبراير عام 2022 التي تضمن من خلاله نصا صريحا في المبدأ رقم (6) لاحترام الخصوصية (الهيئة العامة لرصد المحتوي الإعلامي، 2022) عليه فإن خصوصية البيانات في عصر الذكاء الاصطناعي لم تعد إشكالية مرتبطة بالنشر الإلكتروني فحسب وإنما طالت الصحافة الورقية التقليدية، من خلال قدرة الظرفين على البقاء في حالة توازن بين هذا الزخم الهائل من الزحف المعلوماتي، والالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي، فالتقنية التكنولوجية في حالة تغير وتجدد دائم، أما المسؤولية المهنية تبقي صمام الأمان الذي يحمي خصوصية الجمهور من الهلوسة المعلوماتية والتحيز، والتضليل الإعلامي.

4-الشفافية والمساءلة المهنية في الممارسة الصحفية

إن الثقة بين الجمهور والمؤسسة الإعلامية من الضروري أن تقوم على المسؤولية ومبدأ الشفافية باعتبارهما من الركائز الاساسية في أخلاقيات العمل الصحفي التي تقوم في أساسها على وضوح مصادر المعلومات، وبيان طرق انتاجها والجهة المسؤولة عن محتواها، لا سيما بعد إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملياتها التحريرية من خلال الخوارزميات التي تعمل على تحليل البيانات والتوليد الآلي للأخبار، ما يجعلها تتحمل مسؤوليات مضاعفة أمام الجمهور خصوصا بعد هذا التحول التقني الذي يفرض نظاما صارما للمساءلة المهنية التي لا تكتفي فيه المؤسسة الإعلامية بالإفصاح عن استخدام هذه التقنيات، وإنما يجب أن تكون قادرة على توضيح هذه المخرجات الخوارزمية ، وتحمل كافة التبعات الأخلاقية والقانونية المترتبة حيالها ، وهذا ما أكدت عليه منظمة اليونسكو في دليلها الصادر حول الذكاء الاصطناعي والصحافة ،على أن استخدام الأنظمة الآلية لا يعفي المؤسسة الصحفية من الالتزام بالشفافية أو المسألة المهنية ، بل يلزمها بمزيد من الوضوح بخصوص مشاركة هذه التقنيات في إنتاج المحتوي الصحفي، كما يلزم المحرر البشرى بالمشاركة الفعلية في عمليات التدقيق وإعطاء الموافقة على النشر .(UNESCO,2023, p.42)

كل ذلك دفع المؤسسات الإعلامية والوكالات لتبني سياسات واضحة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهذا ما حثث علية وكالة أسوشتيد برس حينما تبنت معايير صارمة جراء استخدامها لهذه التقنيات، والتي أكدت من خلالها على أن الأتمتة تستخدم في المهام المتكررة، أما مسؤولية المراجعة والتدقيق تقع على عاتق الصحفي، ما يجعله الطرف الأول الذي يتعرض للمساءلة عند استخدام هذه الأنظمة، لذا فهي تشدد على ضرورة التوضيح عند استخدام الأنظمة المولدة للمحتوي **(Associated Press,2023, p.15)**

ومن خلال ذلك يتضح لنا إن التحول التقني الذي يشهده العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي، لم يقتصر على تقنيات الإنتاج والنشر وإنما امتد ليصل لأخلاقيات المهنة الصحفية خاصة بعد استخدام الأنظمة الخوارزمية في إنتاج الأخبار ومعالجتها، الشيء الذي يثير العديد من الإشكاليات المرتبطة بالمصداقية والتحقق من المحتوي المولد آليا، كذلك احتمالات التحيز الخوارزمي وتأثيره على الموضوعية الصحفية، إضافة إلى التحديات المتعلقة بخصوصية البيانات وحمايتها، وتعزيز مبدأ الشفافية والمساءلة المهنية لضمان زيادة الحرص في التعامل مع هذه التقنيات.

نتائج البحث:

خلص البحث في إطار عرضه النظري لأبرز التحديات التي تهدد أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي، والتي باتت تمس جوهر القيم المهنية التي تقوم عليها الممارسة الصحفية من خلال خدمة المجتمع وتزويد جمهوره بالأخبار والمعلومات الموثوقة إلى العديد من النتائج أبرزها:

1. أن أخلاقيات العمل الصحفي تمثل الإطار المرجعي الذي ينظم الممارسات المهنية داخل المؤسسات الإعلامية، التي تقوم على العديد من القيم والمبادئ التي تهدف لتقديم محتوي إعلامي مبني على الصدق والموضوعية والمسؤولية الاجتماعية، بما يخدم حق الجمهور في المعرفة.
2. ضرورة الالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي وذلك لمساهمتها في دعم مصداقية المؤسسات الإعلامية، وبناء الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور لاسيما في عصر الذكاء الاصطناعي الذي غير طرق انتاج المحتوي، ومنح سرعة تداول المعلومات وتعدد مصادرها حتى أصبحت بعض مراحل إنتاج الأخبار تعتمد في أغلبها على الأنظمة الرقمية في جمع البيانات وتحليلها وصياغتها، وهذا طبعا لا يلغي دور المحرر الصحفي بل يفرض عليه المزيد من

المسؤوليات التي تعزز من دوره المهني، وهذا ما أكدت عليه منظمة اليونسكو وكالة رويترز أو أسوشتيدبرس، كذلك النماذج التطبيقية التي تم استعراضها في البحث.

3. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوي الصحفي قد يطرح العديد من التحديات خاصة فيما يتعلق بمصداقية المعلومات وصحة التحقق منها، وذلك لاعتماد أنظمة الخوارزميات على البيانات المتاحة، ما يؤدي في بعض الأحيان إلى إعادة الأخطاء أو إلى وجود معلومات غير دقيقة تزيد من احتمالية انتشار الأخبار الزائفة أو المضللة خاصة إذا لم تخضع لرقابة المحرر البشري، ما يلزم المؤسسة الإعلامية بضرورة القيام بدورها المهني في حماية الجمهور من تلقي هذه الأخبار، وتقديم محتوي إعلامي قائم على النزاهة.
4. التحيز الخوارزمي الذي ينشأ نتيجة طبيعة البيانات المستخدمة في تدريب الأنظمة التقنية، أو ترتيب الأخبار وتحليلها تمثل أبرز التحديات الأخلاقية التي تواجه العمل الصحفي في الصحافة المعاصرة، حيث يمكن أن تعكس هذه التحيزات أنماطا مغايرة من التغطية الصحفية، أو أولويات تحريرية معينة قد تؤثر على مستوي التوازن والموضوعية في التغطية الصحفية.
5. استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وتخصيص المحتوي الاخباري، قد يؤدي في كثير من الأوقات للتركيز على الأخبار الأكثر جدبا، والتي تحدث تفاعلاً رقمياً أكثر بين أوساط الجمهور الأمر الذي يقلل من تنوع المحتوي الإخباري، ويحصر اهتمامات الجمهور بالموضوعات السطحية لضمان الانتشار الرقمي، ما يؤدي لتراجع الاهتمام بالقضايا الجادة التي تخدم المجتمع.
6. ان التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي خاصة في تحليل البيانات الرقمية المتعلقة بالجمهور، قد يتسبب في الكثير من الإشكاليات الأخلاقية التي تتعلق بحماية الخصوصية، وذلك في ظل اعتماد المؤسسات الإعلامية على هذه البيانات لفهم اتجاهات الجمهور، وطرق توجيه المحتوي الإعلامي له، وهذا يوافق مع ما خلصت له دراسة (ناصري، 2025) التي استهدفت إبراز العناية التي أولتها اللوائح الدولية لمسألة الحق في خصوصية البيانات في عصر الذكاء الاصطناعي.
7. الشفافية في استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية تعتبر من أخلاقيات العمل

الصحفي، التي يجب الالتزام بها أثناء الممارسة الصحفية، فالإفصاح عن طبيعة استخدام هذه التقنيات سواء في إنتاج المحتوي أو معالجته يحافظ على الجمهور ويدعم ثقته.

8. تعد المساءلة المهنية عن المحتوي الصحفي المنتج آليا بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي مسؤولية بشرية بالدرجة الأولي، إذ تعتبر المؤسسة الإعلامية والمحرر الصحفي هما المسؤولين أخلاقيا ومهنيا عن المحتوي المنشور.

9. أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يمكن أن يساعد الصحفيين، ويسهم في تطوير العمل الإعلامي ويزيد من كفاءته، لكنه ليس بديلاً عن الخبرة البشرية مما يتطلب توازنًا بين الاستفادة من امكانياته التقنية المتطورة، والالتزام بالقيم الأخلاقية للمهنة الصحفية.

التوصيات: استنادا إلى النتائج الذي توصل إليها البحث حول أخلاقيات العمل الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي نوصي بما يلي:

1- ضرورة وضع سياسات تحريرية صارمة داخل المؤسسات الإعلامية تتحدد من خلالها الضوابط الأخلاقية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وضمان توظيفها بما يتوافق مع قيم النزاهة والموضوعية والمسؤولية المهنية.

2- تطوير آليات مهنية واضحة للتحقق من دقة المحتوي الصحفي المنتج آليا بمساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي، للحد من نشر الأخبار الزائفة والمضللة التي من الممكن أن تفاقم الاستقطاب وتشكل خطرا حقيقيا على المجتمع.

3- التأكيد على أن المسؤولية المهنية والأخلاقية عن المحتوي المنشور تظل مسؤولية الصحفي والمؤسسة الإعلامية، لتعزيز مبدأ الشفافية والمساءلة المهنية.

4- الحد من عمليات التحيز الخوارزمي من خلال مراقبة البيانات والخوارزميات المستخدمة في أنظمة الذكاء الاصطناعي، التي قد تؤثرعلى تنوع المحتوي وتوازن التغطية الإعلامية.

5- حماية الحق في خصوصية البيانات الرقمية للجمهور ومنع انتهاكها في عصر الذكاء الاصطناعي.

6- إعداد برامج لتأهيل الصحفيين والرفع من كفاءتهم التقنية والمهنية، خصوصا عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وضمان ربطها بالقيم الأخلاقية.

المراجع العربية:

أولاً: الكتب

1-اللبان، شـــريف درويش. (2016). الأخلاقيات المهنية في الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي، ص14.

2-الدليمي، عبد الرزاق. (2018). أخلاقيات الممارسة الإعلامية. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص115.

3-سليمان، نورهان (2020). تكنولوجيا الإعلام المتخصص – ديناميات مستقبلية، مؤسسة حورس الدولية 2020، ص81.

4- عامر، فتحي حسين (2019). إعلام بدون أخلاق قواعد وأخلاقيات العمل الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع ،2019ص24-25.

5- فتحي محمد (2025). المســـتقبل الموجه بالخوارزميات – كيف يشـــكل الإعلام في زمن الذكاء الاصطناعي؟ (كتاب الالكتروني) منصة كتبنا للنشر الشخصي 2025، ص11.

ثانياً: الدراسات والبحوث العلمية

1- الدبيسي، عبد الكريم (2023). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 2023، المجلد (31) – العدد (3).

2- الزهراني، أحمد علي، (2022). تبني الصـــحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصـــطناعي في المؤســـســـات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد (05) – العدد (01) 2022، ص15.

3-توفيق، شريهان محمد. (2023). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية، المجلة المصرية لبحوث الأعلام، 2023 (85) ص 595-653.

4-سالم، محمد سامي صبري، عبد الفتاح، وآية نبيل حمزة (2024). تصورات الصحفيين للضوابط والمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوي الصحفي بالمواقع الإخبارية وعلاقته بمستويات الأبداع لديهم. المجلة العلمية لبحوث الصحافة 2024 (30) ، 103-200، 2024.

5- ضويقي محمد. (2024). تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، بين تعزيز المصداقية وتنامي الأخبار الزائفة. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. المجلد (12) العدد 3، ص 115-153.

6- مهدى، محمد عبود. (2021). أخلاقيات العمل الصحفي – المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت عليهم السلام العدد (3)، ص ص194 -227.

7- ناصري، عبد القادر. (2025). دور الأمم المتحدة في تقييد مخاطر استعمال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي (حماية الحق في الخصوصية من تهديدات الذكاء الاصطناعي في ظل منظومة الأمم المتحدة). مجلة القانون العام الجزائري والمقارن. المجلد رقم (11)، العدد (2).

ثالثاً: المقالات، التقارير، المواثيق

8-الجزيرة. قناة (د.ت) سياسية الخصوصية الرقمية / https:// www. Aljazeera.net privacy- policy

9- الهيئة العامة لرصد المحتوي الإعلامي. (2022)، مدونة قواعد السلوك المهني الإعلامي، المبدأ رقم (6) طرابلس – ليبيا مسترجع من: https:// gammc.ly

10- جريدة الشرق الأوسط الرقمية ،2023. استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار الرقمية مع الحفاظ على المصداقية والخصوصية. / https: // www. Aawsat.com home/article/ 4199646

11-شفينكي. (17 مارس 2014). كيفية كتابة قصة زلزال في ثلاث دقائق. لوس أنجلوس تايمز. مسترجع من https:// www. Latimes.com / local / lanow / la-me-ln-how-to- write-an-earthquake-story-in-three-minutes-20140317-story.html.

12- مركز الجزيرة للدراسات (2022). الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي: الفرص والتحديات. الدوحة: الدار العربية للعلوم، ص4.

13- معهد الجزيرة للإعلام. (2020). أخلاقيات الصحافة في البيئة الرقمية، الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، ص44

14- وكالة أسوشتيدبرس.(AP) (2023) 16 أغسطس. معايير الذكاء الاصطناعي التوليدي. أسوشتيدبرس.

ثانياً: المراجع الأجنبية

15-Associated Press. (2023, August 16). Standards around generative Al. https://apnews.com/article/generative-ai-standards.

16- Center for Media Engagement. (2021.privacy and artificial intelligence. (Media Ethics Initiative). University of Texas at Austin. https://mediaengagement.org/research/privacy-and-artificial-intelligence/

17-Diakopoulos, N. (2019). Automating the News; How Algorithms Are Rewriting the Media. Harvard University press. p.67-72

18- Gillespie, T. (2018). Custodians of the Internet; Platforms, Content Moderation, and Hidden Decisions' that Shape Social Media. Yale University Press.

19- International Fact- Checking Network, (IFCN). (2021). Fact-checking: A global survey. http://www.ifcn.org.

20- International Federation of Journalists, (IFJ). (2019). Global Charter of Ethics for Journalists https; //www.ifj.org/ who / rules- and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.

21-Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of Journalism: What news people should know and the public should expect (3rd ed). New York, NY: three Rivers press.

22-Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of Journalism: What news people should know and the public should expect (3rd ed). New York: Crown publishing Group, p71-74.

23-The New York Times. (2021, April.12) *p*rivacy Guidelines for Journalists in the digital Age. https://www . anytime. Com / 2021/04/12/ insider / privacy – guidelines – journalists.html.

24-Newman, N. (2024). Journalism, Media, and Technology Trends and predictions 2024.Reuters institute for the study of Journalism, University of Oxford. Executive Summary (Online Report).

24-Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). Digital News Report 2020 Reuters Institute for the Study of Journalism.

25- Pew Research Center. (2020.June 16). Americans and digital Knowledge; A Survey of the public's views on the impact of Artificial intelligence".

26- Rashid, M.A.L., & Ramlan (2025).AL and the Democratization of Storytelling: IS Professional Journalism at Risk? Mass Communication Newsletter.

27- Reporters Without Borders (RSF). (2023). The Paris Charter on Al and Journalism. Paris: RSF International.

28- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2020). Digital news report 2020. University of Oxford. https:// www.digitalnewsreport.org / survey/2020. P12-9.

29- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2020).Trust in news:A global perspective. https://erutersinstitute.politcs.ox.ac.uk.

30- Society of professional Journalists. (SPJ). (2014). SPJ code of ethics https; //www.spj.org / ethics code .asp.

31- UNESCO. (2023). Guidelines for the governance of digital platforms: Safeguarding freedom of expression and access to informational, Unesco. p18-22 https://unesdoc.unesco,org/ark;/48223/pf0000387339.

32-UNESCO. (2023). User's guide to artificial Intelligence and Journalism. UNESCO pp5-9. https: // unesdoc. Unesco. org/ ark:/48223/pf0000380518

33- UNESCO. (2023). Reporting on artificial Intelligence: A handbook for Journalism educators. https://unesdoc. Unesco.org/ ark:/ 48223/pf000380454.

34- Ward, S.J.A. (2018). Ethics and the media: An introduction. Cambridge, UK: Cambridge University Press.