

الكويت تحاول النهوض بالإعلام عبر استراتيجية طويلة الأمد

مقص الرقيب يطال أرشيف التلفزيون الرسمي

الإعلام الكويتي باعتباره حجر الأساس في إنجاح الاستراتيجية. وبين أن الوزارة بدأت تنفيذ عدد من الإجراءات التي من شأنها تسهيل تطبيق الإستراتيجية ومن أهمها تطوير الهوية البصرية لقنوات التلفزيون من خلال تحديث شعار التلفزيون وتنوع البرامج والمسلسلات التي تعرض فيه وتطوير هوية ومحتوى حسابات وزارة الإعلام في منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. وتم وضع مخطط زمني للإستراتيجية وتشكيل لجنة لإنتاج البرامج وتعيين ممدت رسمي للوزارة والبدء بعقد دورات تدريبية للموظفين من مديعين ومقدمي البرامج ومعدنين ومخرجين إضافة إلى وضع اللبنة الأساسية لتحقيق التحول الرقمي المقرر.

ويأمل متابعون أن تتدارك هذه الإستراتيجية مسألة أخرى تتعلق بنشر قرارات الدولة من قبل حسابات وهمية قبل أن يعلن عنها من قبل المسؤولين أو المؤسسات الرسمية، ما يجعل الإعلام الرسمي أحر من ينشر الخبر، إضافة إلى بطء الاستجابة الحكومية الإعلامية وعدم استعداد المتحدثين الرسميين وعدم وجود خطاب موحد للجهات الإعلامية في الدولة.

ومن ضمن المشكلات أيضا استخدام الطرق التقليدية والخط الإعلامي غير الاحترافية في مخاطبة الجمهور وفي الإنتاج الإعلامي والتصوير.

ووفق المطيري تحاول الإستراتيجية الجديدة تدارك هذه المشكلات، رغم أنه لم يسمها، لكنه أفاد بأنه تم الاطلاع على تجارب المؤسسات الإعلامية في الدول الخليجية والعربية والدولية في هذا الشأن.

كما تمت الإسعانة بالتجارب الماضية التي جرت داخل الوزارة سابقا والتعرف على مواطن القوة والضعف للاستفادة منها في صياغة مميزة لهذه الإستراتيجية وجعلها قادرة على النهوض بكل أوجه الإعلام الكويتي.

وأضاف أنه سيكون هناك تقييم دوري لمنجزات هذه الإستراتيجية على أرض الواقع، مؤكدا أن الإعلام الرسمي باعتباره من القوى الناعمة لتنمية ونهضة الأمم له دور في عكس صورة الكويت وتوضيح دورها المهم في محيطها الخليجي والعربي والدولي في كل المجالات.

أو الدين أو الصالح العام، من المواد الأرشيفية في تلفزيون الكويت، الأمر الذي تسبب في منع عرض الكثير من الأعمال التلفزيونية والمسرحية الكويتية الخالدة على التلفزيون الرسمي، أو في أفضل الأحوال تعرضها لسكين الرقابة التي تعد في أحيان كثيرة على النسخ الأصلية، ما يعني حذف هذه المشاهد من الذاكرة والأرشيف إلى الأبد. وينتشر الرأي العام بما تفعله الرقابة على الكتب في الوزارة، بينما لا يعلم كثيرون ما يجري في الرقابة على التلفزيون حيث أصبحت الجلسات الغنائية التراثية وغيرها ممنوعة من العرض على تلفزيون الكويت بسبب المفاهيم الرقابية الجديدة التي يدفع بها مسؤولو الوزارة.



عبدالرحمن المطيري
الشباب سيكونون
العنصر الأهم الذي يقود
تنفيذ الإستراتيجية

وأضافت المصادر أن المعيار لدى الرقابة هو الخوف من أي جدل، ومن أي رد فعل وانتقاد من الشارع أو بعض القيادات، والذي بدوره سينعكس على المنصب السياسي للمسؤول.

وبحسب وزير الإعلام المطيري تركز الإستراتيجية على التطور التقني والتكنولوجي أكثر من تركيزها على المحتوى نفسه، وتهتم بالتحول الرقمي لقنوات تلفزيون وإذاعة الكويت وكل منصاتها الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي والأجهزة الذكية.

وستعمل الإستراتيجية على تطوير الشراكة بين وزارة الإعلام والجهات التابعة لها مع كل مؤسسات التنمية المعرفية والثقافية والفنية ذات العلاقة بالإعلام في البلاد سواء الحكومية أو تلك التابعة لمؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص.

وأشار المطيري إلى أن فريق عمل إعداد الإستراتيجية التابع للوزارة عقد العديد من الجلسات الحوارية الخاصة وورش العمل مع العاملين في الوزارة ومع الشركاء من خارجها، وقد وصل عدد الجلسات إلى 41 جلسة، لشرح رؤيتها وأهدافها التي تسعى لتنظيم وتطوير

الكويت - أعلن وزير الإعلام والثقافة الكويتي عبدالرحمن المطيري أن الوزارة ستطلق قريبا إستراتيجيتها لأعوام الخمسة المقبلة والتي من شأنها توظيف الموارد البشرية، لاسيما الشبابية، لإرساء إعلام مستدام ورائد في صناعة المحتوى. وقال المطيري لوكالة الأنباء الكويتية السبب إن الإستراتيجية تأتي لضرورة تطوير الإعلام الرسمي في البلاد وتمكين الشباب الكويتيين في شتى المجالات، لاسيما أنهم سيكونون العنصر الأهم الذي يقود تنفيذ هذه الإستراتيجية الواعدة.

وتواجه المنظومة الإعلامية في الكويت جملة من المشكلات، أثارها العديد من الصحفيين وخبراء الإعلام في وسائل الإعلام المحلية، وعلى رأسها وجود المحسوبة واللامبالاة.

وانتجت هذه المشكلات محتوى إعلاميا ضعيفا أمام الجمهور، بينما الكفاءات الإعلامية المحلية تشعر بالملل واليأس، ولا تجد لنفسها مكانا في المؤسسات الإعلامية الرسمية.

وتشير تصريحات المطيري إلى أن الحكومة أدركت أخيرا حجم المشكلة والأزمة التي يعاني منها الإعلام الكويتي، وقال إن الإستراتيجية ستسعى إلى خلق قيادات إعلامية شبابية مميزة تملك رؤية واضحة بقدرة الإعلام الكويتي الرسمي على تبني خطاب إعلامي يواكب نهضة الدولة ويحافظ على الهوية الوطنية للمجتمع وتنوع وإعلاء قيمة الاجتماعية وينتهج من الدراسات والأبحاث العلمية أساسا له ويشجع على الإبداع والتنافسية.

وأضاف أن الإستراتيجية تركزت على أن يكون الإعلام الرسمي للدولة عابرا للحدود متسلحا بالوعي والحرية ويتمتع بتعددية الآراء، كما سيولي اهتماما أكبر بالثقافة والفنون والتراث الكويتي والعربي والإسلامي والإنساني. ولم يتطرق الوزير إلى مسألة الرقابة في التلفزيون الكويتي التي ينسبها الإعلاميون وصناع الدراما ويؤكدون أنها ساهمت في إضعاف الإنتاج التلفزيوني بسبب تزايد المحظورات.

وتكرت مصادر في وزارة الإعلام أن الموظفين في تلفزيون الكويت يتلقون تعليمات باتت تعرف بسياسات الرقابة الجديدة، وتقتضي بقطع كل المشاهد المرفوضة رقابيا، بذريعة القيم المجتمعية

مستقبل الصحافة: الذكاء الاصطناعي يجمع الأخبار والتحليل للمحرر

خوارزميات تحريرية بالاستفادة من خبرات الصحفيين



الذكاء الاصطناعي لن يأخذ مكان الصحفي

ويمكن أن يسهل التطبيق الأعمال الصحفية لأنه يعدّ تقنية تتميز بتعريفها على الصور والأشياء والكائنات من خلال التحليل البصري. ويعدما أطلقت النسخة الأولى من التطبيق في أكتوبر 2017، جرى دمجه لاحقا في تطبيق الكاميرا في الهاتف.

وقامت صحيفة نيويورك تايمز باستخدام عدسة غوغل في عالم الصحافة، حيث أعلنت في 12 مارس 2020، أنه بات بإمكان قراء النسخة المطبوعة من المجلة التابعة لها استخدام عدسة غوغل، للعثور على محتوى إضافي من خلال توجيه كاميرا الهاتف الذكي إلى غلاف الصحيفة وعبر صفحاتها المطبوعة، ما سيمنحهم من استكشاف عناصر رقمية إضافية لمقالات مختارة، وحفظ ومشاركة المقالات رقميا بسرعة أكبر مع مطبوعة، واستكشاف عملية التصفية لكل غلاف من خلال سلسلة مقاطع الفيديو.

وظفت نيويورك تايمز أيضا تقنية جديدة للذكاء الاصطناعي لتبسيط العملية الصحفية فقد تعلم الكمبيوتر التعرف على الكلمات المفتاحية الدالة على الملامح الرئيسية في النص، والتي تساعد المستخدمين في سرعة عمليات البحث، واستخراج المعلومات والتحقق من الأخبار.

كما تستخدم الصحيفة الذكاء الاصطناعي في إدارة تعليقات القراء، لأن قسم "تعليقات القراء" تتم إدارته بواسطة فريق عمل مكون من 14 محررا يتولى مسؤولية مراجعة حوالي 11 ألف تعليق يوميا. ولكن التقنية الجديدة التي طورتها شركة "جيكساو" تمكن من إدارة وتنظيم تعليقات القراء بفعالية، والتفاعل مع التعليقات التي تروق لهم وتجنب التعليقات التي تحمل وجهات نظر عدائية.

وتتطلع الخوارزميات في الوقت الراهن بانواع محددة من المهام الصحفية، وتحديد المهام الروتينية التي تسهل معالجتها ولا تحتاج إلى صياغة معقدة مثل تلك التي تتناول التقارير المالية والأحداث الرياضية وإنذارات الزلازل. وتساعد على جعل عملية الأخبار أسرع وأسهل للصحافيين.

ويقول مخصصون إن الخوارزميات مناسبة أكثر للأخبار الروتينية القائمة فقط على الحقائق التي لا مجال لتأويلها أو للتشكيك فيها، مثل متى واين وقع الزلزال. لكنها لا تستطيع وصف ما حدث وتعجز عن توضيح سبب حدوثه، وهو ما يجعل الجمهور يفضل القصص الصحفية المكتوبة من قبل البشر على المنتجة آليا.

وهناك العديد من الطرق التي يمكن من خلالها استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة. كالخدمة التي تقدم قصصا إخبارية جاهزة أو ربما توجد أداة للذكاء الاصطناعي يمكنها مساعدة الصحفيين في أبحاثهم في مواضيع محددة، مثل تطبيق عدسة غوغل وهو محرك بحث مرئي طوّره شركة غوغل.

وتورث شركة أميركية حديثة خوارزميات تحريرية لاستخدامها في إنتاج المواد الصحفية باستخدام الذكاء الاصطناعي، المجال الذي يشهد تطورا متزايدا وإقبالا من قبل المؤسسات الإعلامية العالمية لتسهيل العمل الصحفي وتحسينه وتقليص النفقات.

وقد أعلنت شركة أبلويد إكس إل الأميركية الناشئة جمع 1.5 مليون دولار لاستثمارها في استخدام أدوات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لتطوير ما تسميها "عدسة صحافية"، لمواكبة اتجاه متزايد للمؤسسات الإعلامية العالمية للاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي.

ويساعد "سيبورج" وكالة بلومبرغ في سباقها ضد منافستها في مجال الصحافة المالية السريعة رويترز، إضافة إلى أسوشيتد برس التي مكنتها الخوارزميات من زيادة عدد الأخبار المنشورة حول تقارير الأرباح الفصلية من 300 إلى 3700 خبر.

وفي السنوات الأخيرة ازداد عدد الصحف العالمية التي بدأت في استطلاع وتجربة الخوارزميات القادرة على إنتاج المحتوى الصحفي مثل واشنطن بوست ولوس أنجلوس تايمز والغارديان وفوربس، إضافة إلى بلومبرغ وأسوشيتد برس.

وحلل ماركوني في كتاب "صناع الأخبار" تحديات وفرص الذكاء الاصطناعي من خلال دراسات ميدانية تتراوح من التحقيقات المالية باستخدام الخوارزميات لكتابة تقارير الأرباح، إلى الصحافيين الاستقصائيين الذين يحلون مجموعات البيانات الكبيرة، إلى المنافذ التي تحدد توزيع الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي.

ويؤكد صانعو الأخبار أن الذكاء الاصطناعي يمكنه زيادة وليس أتمتة صناعة الأخبار، مما يسمح للصحافيين بنشر المزيد من الأخبار بسرعة أكبر مع توفير وقتهم في نفس الوقت لتحليل أعمق.

ويتبنى ماركوني رؤى مستمدة من تجربة مباشرة وخرايط إعلامية تحولت عن طريق الذكاء الاصطناعي إلى أفضل. ويؤكد في كتابه الحاجة المستمرة للرقابة التحريرية والمؤسسية.

وتعتبر شركة أبلويد إكس إل، واحدة من الشركات الكثيرة التي تسعى لتلبية حاجة المؤسسات الإعلامية لمواكبة التطورات التقنية وتسهيل العمل الصحفي وتقليص النفقات في نفس الوقت.

ويمكن للخوارزميات مراجعة كميات كبيرة من البيانات بسرعة والعثور على التفاصيل الأكثر صلة، مما يتيح للصحافيين كتابة المزيد من القصص في وقت أقل.

سان فرانسيسكو (الولايات المتحدة) -

أعلنت شركة أبلويد إكس إل الأميركية الناشئة جمع 1.5 مليون دولار لاستثمارها في استخدام أدوات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لتطوير ما تسميها "عدسة صحافية"، لمواكبة اتجاه متزايد للمؤسسات الإعلامية العالمية للاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي.

ويقدم منتج يمكن تسويقه، لكنها الآن مستعدة للتركيز على أول قطاع رئيسي وهو "علوم الحياة" مع منتج سيتم طرحه على نطاق واسع خلال الصيف الحالي. وأفاد موقع تك كرانش المتخصص في موضوعات التكنولوجيا، بأن شركة أبلويد إكس إل تأسست من خلال شركة نيو لاف فينشر استديو في العام الماضي.

وأوضح ماركوني أن تكنولوجيا أبلويد إكس إل تتكون بشكل أساسي من "سلسلة من الخوارزميات التحريرية التي طورها صحافيون آليون. وهذه الخوارزميات استغفدت من وجهات نظر وخبرات الصحافيين، إلى جانب الوضع في الاعتبار عوامل مثل الشفافية والتحيز وموضوعات أخرى تنجم عن التطور المستمر للتعلم الآلي".

وأشار إلى أن أبلويد إكس ستستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات أخرى، كما تفعل وكالة بلومبرغ للأخبار وخدمة داو جونز للبيانات الاقتصادية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع وتحليل البيانات المالية وتصنيفها.

وأصبح المحررون في بلومبرغ قادرين على نشر الآلاف من الأخبار والمقالات حول النتائج الفصلية للشركات في وقت قياسي، بمساعدة البرنامج الآلي المسمى "سيبورج" وما يقرب من ثلث المحتوى الذي تنتشره "بلومبرغ نيوز" يستخدم شكلا من أشكال التكنولوجيا الآلية.

ويمكن لـ"سيبورج" قراءة وتحرير التقرير المالي للشركة بمجرد إصداره، وإعداد قصة إخبارية تتناول أهم الحقائق والإرقام الموجودة به بشكل فوري.

فيسبوك تقدم للمستخدمين أخبارا على الطلب

وأضاف "الناس لا يريدون أن تسيطر السياسة على تجربتهم" وبشكل منفصل، كانت فيسبوك تختبر طرقا لإزالة المنشورات السياسية من خلاصة الأخبار.

وتختبر أيضا أداة أخرى لمساعدة المستخدمين على التحكم بشكل أكبر في ما يرونه باستخدام زر x جديد في الزاوية العلوية اليمنى من المنشور، لإخفاء المنشور في خلاصة الأخبار.

وتسمح الخدمة للمستخدمين بإخفاء المنشورات، لكن الخيار مخفي ضمن قائمة الخيارات، وقد لا يعرف الكثير من الناس أنه موجود.

وخفضت الشركة لتدقيق مكثف لمساعدتها في زيادة الانقسام السياسي في الولايات المتحدة ولعب دور كبير في الانتخابات، بسبب المعلومات المضللة التي تم نشرها عبر المنصة.

وقالت فيسبوك في بيان "حتى عندما يحتوي قسم آخر الأخبار على منشورات من الأصدقاء والمجموعات والصفحات التي تختار متابعتها، نعرف أن بعض أقرب الأصدقاء وأفراد الأسرة يرسلون مشاركات حول موضوعات لا تهتم بشكل حقيقي أو أنك لا تريد مشاهدتها".

وأضافت "يريد المستخدمون محتوى ملهما لأنه يحفزهم ويمكن أن يكون مفيدا لهم خارج المنصة". وبدأت فيسبوك نهاية شهر مارس الماضي، بإدخال مرشحات للسماح للمستخدمين بتخصيص خلاصة الأخبار، وتأمل الشركة الآن في معرفة المزيد حول ما يحبه المستخدمون وما لا يعجبهم.

وكان مارك زوكربيرغ قد قال في شهر يناير، إنه يريد تقليل كمية المحتوى السياسي في خلاصة الأخبار بشكل عام،

سان فرانسيسكو (الولايات المتحدة) -

قررت شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك إطلاق دراسة كبيرة لتحديد تفضيلات المستخدمين، بهدف تحسين الخدمة الإخبارية التي تقدمها لهم خلال الأشهر المقبلة.

وبحسب ما ذكرته الشبكة فإنها ستقوم خلال الأشهر القليلة المقبلة بجمع تقييمات أكثر تحديدا من المستخدمين بشأن المشاركات التي ينشأونها، ثم استخدامها لتحسين طريقة عرض المحتوى على صفحاتهم.

وقالت فيسبوك في تدوينة "نسمع تعليقات من الأشخاص على نحو متزايد بأنهم يرون الكثير من المحتوى حول السياسة وأنواع أخرى كثيرة جدا من المشاركات والتعليقات التي تنتقص من تجربة خلاصة الأخبار، ونعمل على فهم أنواع المحتوى المرتبطة بهذه التجارب السلبية".

ومن الطرق التي ستستخدمها فيسبوك للوصول إلى هذا الهدف، إجراء اختبارات عالية لاستطلاع آراء الأشخاص وتحديد طبيعة المنشورات المهمة للمشاركين والذين يريدون رؤية المزيد منها على صفحاتهم مثل: الطهي والرياضة والسياسة، والهدف من ذلك هو عرض المزيد من هذا المحتوى على قمة قسم "آخر الأخبار" على صفحة المستخدم. كما ستسأل الشبكة المستخدمين عما إذا كانوا يريدون رؤية أكثر أو أقل من المواد المتعلقة بموضوعات محددة، وستستخدم الشبكة البيانات التي سيتم تجميعها لعرض المزيد من المحتوى عن الموضوعات التي يهتم بها المستخدم بصورة أكبر.



فيسبوك تسأل المستخدمين ماذا يحبون