المحاضرة الرابعة: تكنولوجيا الإعلام وصناعة المحتوى

الجزء2

التكنولوجيا ليست غاية:

وليس بعيداً عن الحدثين السابقين، فإن دراسة حديثة أجراها معهد رويترز لدراسة الصحافة بالتعاون مع جامعة أكسفورد تثبت أيضا أن التكنولوجيا المتاحة بوفرة كبيرة عبر المنصات الإلكترونية؛ لا تحل المشكلة بالنسبة لتلك المنصات من ناحية إعلامية في ظل الأضرار الجسيمة الناجمة عن انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل والدعاية، وهو ما لا يزال تحدياً مهماً يواجه تلك المنصات في إطار سعيها لتحقيق التوازن بين التزامها بتوفير أقصى قدر من حرية التعبير مع الحفاظ على جودة المحتوى وتخليصه من الشوائب التي يمكن أن تعكر صفوه.

دراسة معهد رويترز "الصحافة ووسائل الإعلام والتكنولوجيا: اتجاهات وتوقعات 2018"، لا تنكر أن عصر الذكاء الاصطناعي سيجلب فرصاً جديدة للإبداع والكفاءة؛ لكنه لن يخلو أيضا من انتشار المزيد من المعلومات الخاطئة والتضليل الإعلامي والتلاعب بالحقائق. وأمام هذه التحديات ترى أن تغيير الثقافة التي تهيمن على الإعلاميين بخصوص تلك التطورات سيكون لها دور مهم في مواكبة التغيير مع ضرورة تبني الاستراتيجيات الأكثر ملاءمة لأوضاعها واحتياجاتها.

الثورة الرقمية والتكنولوجية الهائلة لم تتمكن بعد من تبديد مخاوف الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية المتعلقة بالحفاظ على مستوى المهنية وجودة المحتوى؛ فزيادة الاعتماد على التكنولوجيا زادت من أخطار انتشار الأخبار المفبركة Fake News والصور والفيديوهات غير موثوقة المصادر التي تتعرض لتغييرات في جوهرها باستخدام برامج التحرير والمونتاج القادرة على قلب الصورة بمضمونها رأساً على عقب.

التدفق الإخباري كان تحت سيطرة وكالات الأنباء الكبرى في العالم والمؤسسات الإخبارية العملاقة؛ غير أن هذا التدفق تفرع عنه مئات القنوات والشرايين التي تمد الجمهور بكل شيء وفي شتى المجالات دون اعتبار لمدى قربه أو بعده عن المعايير المهنية والمواثيق الأخلاقية للصحافة، وهو ما ضاعف الأصوات المطالبة باعتماد "التحقق" بصورة أكثر مهنية في العمل الإعلامي.

الاتجاه السائد اليوم يميل أكثر إلى ترجيح كفة التكنولوجيا حتى لو كان على حساب التضحية ببعض المعايير المهنية، فهو يسعى بكل قوة إلى تقديم الإعلام بنكهة تكنولوجية تطغى على طعمه الأصلي الأصيل المستمد من القيم والمباديء السامية، وهنا مكمن الخطر. ليس مطلوباً من الإعلام أن ينأى بنفسه وجمهوره وأدواته عن مسيرة التطور التي لا تتوقف؛ بل أن يستثمر التكنولوجيا المتاحة في تطوير أدائه وتجويد محتواه، لأن الإعلام ليس مجرد أداة تكنولوجية متطورة بل رسالة وقيم مهنية وأخلاقية سامية وصمام أمان لحماية حرية الرأي والتعبير في المجتمعات.

من الخطأ التسليم بأن العصر الحالي هو عصر التكنولوجيا فقط بالنسبة للإعلاميين ومؤسساتهم تحديدا، لأن ذلك يؤثر على طبيعة إدماج التكنولوجيا في الإعلام ويلغي العديد من الوظائف الأساسية للإعلام ويستبدلها بأخرى غير متوافقة مع المجتمع، كما يتيح المجال أمام الشركات التقنية إلى التحكم في الإعلام وقيادة دفته والتأثير بصورة كبيرة على عملياته ومجرياته.