حوار

أجراه **هاني محمود**

يواجه الإعلام الصحي العربي تحديات متزايدة في ظل التطور المتسارع لأدوات الذكاء الاصطناعي، وقد أصبح الإنترنت مصدراً رئيسياً يستقي منه الجمهور معلوماته. هنا حوار مع أحد الأطباء الرواد في التوعية الصحية، رئيس الهيئة الطبية والاستشارية في موقع صحتك، عامر شيخوني

الدكتور عامر شيخوني
(العربي الجديد)

عامر شيخوني

سيرة مهنية

د. عامر شيخوني رئيس الهيئة الاستشارية لموقع صحتك. أستاذ جراحة القلب والصدر، وهو أحد روادها في سورية. له عدد من المقالات والمؤلفات الهامة عن تاريخ الطب، منها: قصة القلب.. كيف كشفه رجاله؟ قصة المناعة.. كيف كشفها رجالها؟ قصة الوراثة.. كيف كشفها رجالها؟ له اهتمام بابحاث الموسيقى والفن والفكر.

■ أصبح الإنترنت في أغلب المجالات سلاحًا ذا حدين، فلأي مدى ينطبق ذلك على المساحة الصحية أو المجال الطبي؟

كل التقنيات بحد ذاتها محايدة، لا جانب إيجابيا ولا سلبيا لها، ولكن استخدامها من قبل الإنسان هو الذي يحدد جوانبها الإيجابية والسلبية.
وفي المجال الصحي، الإنترنت يتيح وفرة في المعلومات، وهنا تأتي مسألة التأثير الإيجابي أو السلبي في مدى صحة أو دقة أو موثوقية هذه المعلومات، وكما أن الإنترنت يمكن أن تنتشر عن طريقه معلومات صحية موثوقة أو مفيدة أو مؤكدة، ومستندة إلى تجارب علمية صحيحة، أيضا يمكن أن تنتشر من خلاله معلومات غير موثوقة وغير صحيحة ولا تستند إلى دراسات علمية صحيحة، وهذا طبعا قد تكون فيه بعض الأضرار، خاصة إذا حملت معلومات تتعلق بعلاج الأمراض مثلا أو استخدام بعض الأدوية.

■ في هذا السياق كيف تقيِّم الوضع الحالي للإعلام الصحي العربي، وما أهم تحدياته؟

بشكل عام ليس هناك إعلام عربي صحي متخصص، في: الطب والصيدلة والغذاء والرياضة وما إلى ذلك. معظم من يشارك في نشر المعلومات الصحية في أغلب وسائل الإعلام العربية ومنصات التواصل غير متخصص في ما يقدمه، مما يفسح المجال لنشر معلومات غير صحيحة وغير دقيقة وغير مؤكدة بدراسات علمية.
بعضهم ينشر أي معلومة تصل إليه والبعض يسارع لكي يحقق سبقا صحافيا طبيا، فينشر معلومات غير مؤكدة وغير دقيقة، وهناك من لا يستطيع بالأساس أن يقيِّم دقة المعلومة الطبية أو الصحية، أو لا يستطيع أن يدقق في الدراسات العلمية المنشورة حول الموضوع، فينشر الموضوع غير كامل، ويضع عناوين جذابة وغير دقيقة قد تعطي المتصفح معلومات غير صحيحة، وأحيانا قد تكون ضارة للأسف.
إن قدرة وسائل التواصل الحديثة أكبر بكثير من قدرتنا على التعبير والتمحيص وتدقيق المعلومة، فلدينا وسائل قوية في الوصول إلى المتصفحين، بينما قدرتنا على تمحيص وتدقيق والتأكد من صحة ودقة الأخبار المنقولة ما زالت محدودة، وهذا تحدٍّ كبير جدا. كذلك هناك جانب المتلقي؛ فالثقافة الصحية عند المتلقي وعند القارئ العربي أيضا ضعيفة، مما يسمح بمرور كثير من المعلومات الصحية غير الصحيحة بسهولة.

■ هل ترى هذه المشاكل أو التحديات خاصة فقط بالمحتوى العربي؟ أم أن هذا واقع مشترك مع كل من يتصدى لتقديم محتوى صحي؟

في مجال المقارنة بين المحتوى الطبي العربي والإنكليزي مثلا، فالمحتوى الصحي باللغة الإنكليزية أكثر دقة وأكثر موثوقية، وهذا لا يعني أنه سليم تماما مائة في المائة، لكن مقارنة بالمحتوى العربي، فهو أكثر دقة وتطورا وموثوقية، سواء من ناحية التخصص أو من ناحية تدقيق المعلومات، فترى مثلا في المواقع الصحية باللغة الإنكليزية أن المقالة التي تُنشر دائما يُنشر مَن كاتبها، وإذا كان الكاتب ليس طبيبا أو صيدلانيا، تُنشر أيضا تخصصاته، ويُذكر أن هذا المقال دقّقه الطبيب فلان أو المختص بحسب الموضوع، وتوجد دائما عادة ثابتة وهي وضع المصادر، فهناك تراث أكثر نضجا بالكتابة الصحية باللغة الإنكليزية.

■ أنتم في موقع صحتك تحاولون مواكبة ما يستجد من أدوات للتواصل مع الجمهور، لكن بعض الإحصاءات تقول أن إغلب المتصفحين يلجأون إلى تيك توك مثلا للبحث عن المعلومة الصحية، والآن مع تنامي حضور الذكاء الاصطناعي.. هل تفتح هذه الأدوات المتجددة مساحة أوسع لعملكم أم تمثل تحديا يزيد صعوبته؟

يعتمد الأمر على مدى نجاحنا في التأقلم، فوسائل التواصل الاجتماعي الحديثة زادت قوة وسرعة، والآن يدخل الذكاء الصناعي في هذه التقنيات ما سيشكل ثورة ثانية كاسحة أكثر قوة وسرعة، وفيها جانب مهم جدا هو الانتقائية، يعني أن الذكاء الاصطناعي يستطيع أن ينتقي المعلومات التي يبرمجها أصحابه، فمثلا كنت تبحث في غوغل الذي يعطيك خيارات قد تبلغ العشرات وأنت تفتح منها ما تراه مناسبا لك. أما الذكاء الاصطناعي فهو الذي يقوم بقراءة المحتوى الموجود على الإنترنت الذي يتعلق بالموضوع الذي تريده، ويضع لك النص كما يراه هو، فلم يعد أمام المتصفح خيار الانتقاء من الاقتراحات، وإنما الذكاء الاصطناعي يقدم لي الإجابة الأخيرة، فهذا يلقي عبئا إضافيا على المتصفح وعلى مدى ثقافته النقدية الجيدة، وعلى قدرته في التعامل مع هذه الأدوات ليحصل على أفضل وأصح وأكثر المعلومات دقة في المجال الذي يطلبه.

■ بعض الناس الآن يفتح (ChatGPT - تشات جي بي تي) مثلا أو أي أداة ذكاء اصطناعي ويكتب: أنا لدي أعراض كذا. ويأخذ منه التوصيات والإجراءات التي يجب أن يتبعها، ويسأله عن الأدوية التي يمكنه استخدامها. فهل أصبح الذكاء الاصطناعي بمعدل تسارع نموه وتطوره منافسا لوسائل الإعلام الصحية، أو منافسا لدور الطبيب نفسه؟

بالنسبة لمنافسة الذكاء الاصطناعي للمواقع الصحية على الإنترنت، فالجواب نعم منافس قوي وسيتغلب في زمن قصير، لأننا أمام تجميع وعرض معلومات وهذه نقطة قوة في أدوات الذكاء الاصطناعي، فهو يستطيع أن ينافس وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث التقليدية، وبقوة وبسرعة هائلة، فبعد فترة لا تزيد عن سنتين أو خمسة بالكثير سيختفي غوغل وغيره من محركات البحث، ما إن يصبح المستخدم أكثر خبرة في التعامل مع برامج الذكاء الاصطناعي. أما منافسته لعمل الطبيب أو الصيدلاني أو خبير التغذية أو خبير العلاج الطبيعي الفيزيائي فهذه مسألة أقل وضوحا، لأنها ليست فقط نقل وتجميع معلومات، وإنما هي طريقة استخدام المعلومات للوصول إلى ما يسمى التشخيص وبالتالي الوصول إلى العلاج المناسب لكل مريض. أيضا نجحت برامج الذكاء الاصطناعي في تشخيص الأمراض الجلدية مثلا لأنها تلتقط الصورة وتحللها، ويمكن تعليم برامج الذكاء الاصطناعي أن تحلل الصور بشكل جيد وتقارنها بمخزون كبير من المعلومات لصور سابقة وقد تصل إلى تشخيص، كذلك في مجال تشخيص صورة الأشعة وتشخيص فحص العينات تحت المجهر في اختصاص الفحص النسيجي أو الباثولوجي، فأنت تحلل صورًا وهنا برامج الذكاء الاصطناعي قوية وسريعة ولديها خبرة كبيرة.
المشكلة التي لم نستطع حتى الآن اختبار برامج الذكاء الاصطناعي فيها، هي وجود مجموعة من الأعراض التي يذكرها المريض، فكيف نصل من خلال هذه المجموعة من الأعراض إلى تشخيص مرض ووضع خطة العلاج؟ هذا الجانب ليس فقط تجميع وعرض معلومات وإنما كيفية استخدام هذه المعلومات للوصول إلى نتيجة محددة مفيدة للشخص الذي أمامنا حصريا، هذا الجانب لم تُختبر برامج الذكاء الاصطناعي فيه بقوة.
ربما يكون ذلك لسبب بسيط، فنحن الذين نبرمج برامج الذكاء الاصطناعي، والطبيب أو الصيدلي نفسه لا يعرف كيف تقفز إلى ذهنه فكرة معينة أو تشخيص معين بناء على مجموعة المعلومات التي أمامه، فهذه عملية ما زالت غامضة حتى بالنسبة للطبيب. فبمجرد دخول المريض إلى الغرفة، ينظر الطبيب إلى شكله ورائحته وطريقة مشيته ووقوف أهل المريض حوله وطريقة مشيتهم معه إلى الكرسي، وتكون قد بدأت عملية التشخيص في ذهن الطبيب، وقد يقفز إلى التشخيص مباشرة. كيف يحدث هذا؟ نحن الأطباء لا نعرف، وبالتالي لا نستطيع أن نعلم خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتفعل ذلك.

■ هل تشير إلى أن المسؤولية الكبرى في ضبط استفادتنا من إيجابيات هذه الأدوات وتجنب سلبياتها، تقع على عاتق الجمهور؟

هي تقع على الطرفين؛ يجب أن نعرف كيف نعرض المعلومات الطبية بطريقة ذكية تسهِّل على المستخدم الوصول إلى المعلومة الموثوقة، خاصة المستخدم غير الواعي، نحن الآن نستخدم وسائل تحسين الظهور في محركات البحث العادي (SEO) لكي تظهر معلوماتنا. وظهر الآن تخصص جديد وهو الـ(GEO) أي كيف نحسِّن إنتاج المعلومات في برامج الذكاء الاصطناعي، لنقدم محتوى طبيا يراعي طريقة عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي، فتظهر المعلومات الطبية الموثوقة أكثر مما تظهر المعلومات الطبية غير الموثوقة، فيجب أن نتعلمه استعدادا للموجة القادمة.

■ ما المعايير التي يجب أن تتبعها المواقع الصحية لضمان تقديم محتوى طبي يمكن للجمهور الاعتماد عليه والثقة فيه؟ وما الضوابط التي على الجمهور أن يتَّبعها عند التعامل مع المحتوى الطبي على الإنترنت؟

سؤال جيد وعملي ومهم جدا، وهو بحد ذاته يحتاج إلى بحث كامل. أولا، يجب أن يدرك ويتعلم مقدمو المحتوى الصحي العربي وسائل تحسين إنتاج المعلومات على برامج الذكاء الاصطناعي وأن نغني المحتوى الطبي الموثوق المتوافق مع مواصفاتها. ثانيا، أن يكون المحتوى الذي نقدمه موثوقا ومدققا ومعتمدا على دراسات علمية صحيحة. ثالثا، أن نقدم المحتوى بالشكل الذي يناسب الجمهور العربي، فالمتصفح العربي لا يحب أن يقرأ نصوصًا طويلة، مثلا نسبة المتصفحين لموقع صحتك من الهاتف الجوال 92%، لذا يجب أن يكون شكل الموقع والمحتوى متوافقا مع الهاتف الجوال، وإذا كان أغلب المستخدمين يتابعون التيك توك مثلا، فعلينا أن ننتج محتوى مناسبا للتيك توك، وهكذا؛ وعلينا أن نعتمد على الصورة أكثر من اعتمادنا على الكلمة المكتوبة. أما من جانب المتصفح فيجب أن يكون حذرا جدا، وهنا واجبنا في تحسين المستوى الثقافي الصحي لدى المتصفح العربي بشكل عام لكي يستطيع أن ينتقي المصادر والمعلومات التي يقبلها، كما أشرت سابقا.

■ هل هناك فرصة لبناء ما يمكن أن يسمى رابطة للإعلام الصحي؟ تضع ميثاق شرف لمن ينضمون إليها من مؤسسات تقدم المحتوى الطبي سواء كانت مواقع مستقلة مثل موقع صحتك أو الرسمية المرتبطة بوزارات الصحة أو المؤسسات الصحية العربية، بما يتيح للمستخدم العربي الاعتماد عليها واللجوء إليها في ما يحتاج من معلومات طبية؟

دون شك هذه الفكرة صحيحة وجيدة وأتمنى أن تتحقق، للأسف الهيئات ووزارات الصحة العربية لم تنتبه إلى أهمية نشر الثقافة الصحية العامة على الإنترنت إلا مؤخرا، وكان لانتشار وباء كورونا دور في هذا، لكن ما زال هذا النشاط ضعيفا. طبعا فكرة عمل نوع من الرابطة للإعلاميين الصحيين العرب فكرة جيدة جدا ونرجو أن تكون لها فاعلية لإرشاد أو توعية المتصفح العربي للمواقع الموثوقة التي يمكن الاعتماد عليها، وألا نهمل وسائل التواصل الاجتماعي أيضا.
وأيضا أريد أن أركز على أهمية أن نزيد المحتوى البصري، فنحن نميل في المواقع العربية لكتابة المقالات، ولدينا مثلا في موقع صحتك أكثر من عشرة آلاف مقال، ويجب أن تتحول جميع هذه المقالات أو أكثرها لمحتوى بصري؛ صورة وإنفوغرافيك وفيديو قصير، بناسب وسائل التواصل الاجتماعي. وأريد أن أؤكد هنا أننا نتوجه إلى المحتوى البصري في موقع «صحتك»، ولدينا محتوى بصري صحي غني جدا، مقارنة بالمواقع الأخرى لدينا مئات الصور الطبية والإنفوغراف حتى بعض أفلام الفيديو القصيرة الصحية، ونحن سباقون في هذا المجال على جميع المواقع الصحية باللغة العربية وإن شاء الله نتابع ذلك في المستقبل.

> **الذكاء الاصطناعي منافس قوي للمواقع الصحية وسيتغلب عليها في زمن قصير**

> **المؤسسات الصحية لم تنتبه لدور الإنترنت في التوعية إلا مع كورونا**

موقع صِحَّتُك

موقع صحي عربي متخصص، يسعى لتقديم خدمة إعلامية صحية ذات مصداقية، تتميز بالمهنية والموثوقية والإبداع والتفاعلية والتكامل، وتواكب اهتمامات واحتياجات الجمهور العربي المتجددة. ويهدف إلى إتاحة المعلومة الطبية التي يحتاجها المستخدم العربي، بتميز ودقة وسهولة وسرعة، مراعياً الخصوصية والتنوع الجغرافي والتخصصي، مستفيداً من الأدوات التي تتيحها شبكة الإنترنت ويطور مواد بصرية صحية. لديه شراكة مع مؤسسات عالمية كبرى تعمل في مجال التوعية الصحية، وشبكة من الأطباء العرب الموثوقين والمرموقين في تخصصاتهم. يقدم الموقع خدمة رائدة في الاستشارات الطبية عبر الإنترنت، ويؤكد على مبدأ أن أي محتوى تثقيفي صحي، ليس بديلاً عن تلقي الخدمة الطبية من مصادرها المباشرة، ولا يغني عن استشارة الطبيب عند مواجهة مشكلة صحية.