



ISSN: 1812-0512 (Print) 2790-346X (online)

Wasit Journal for Human Sciences

Available online at: <https://wjfh.uowasit.edu.iq>

Murtadha Hassan Ali Al
Shammari
University of Wasit - College of
Arts - Department of Media.

* Corresponding Author Email:
malshimary@uowasit.edu.iq

Keywords:
Artificial Intelligence -
Journalism - Professional
Practice - Iraqi Journalists

Article history:
Received: 2024-08-09
Accepted: 2024-08-08
Available online: 2024-10-01



Employing artificial intelligence techniques in journalism and its reflection on the professional practice of Iraqi journalists

ABSTRACT

The study aims to identify the use of artificial intelligence methods in the field of journalism and its reflection in the professional practice of Iraqi journalists. The researcher adopted the descriptive survey approach of the research community represented by the practitioners of journalistic work in Iraqi journalistic bodies. From department heads, editorial directors, editors and deputy editors, editorial secretaries and experienced journalists, in view of this, the researcher designed the formquestionnaire surveying the views of a purposive sample. (120), the results of the study showed that the use of artificial intelligence in the field of journalism is of great importance, and the technology "Management of journalistic content" is one of the most important technologies Artificial intelligence can be used in journalism. Finally, the researchers agree that the teaching courses on the applications of artificial intelligence in journalism in the facultyand media departments is one of the most important proposals supporting the use of artificial intelligence methods in journalism. The researcher also recommends the need to include artificial intelligence methods in the curricula of schools and media departments, and to train students to properly handle these modern technologies.Rephrase.

© 2024 wjfh.Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol20.Iss4.732>

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين

م.د. مرتضى حسن علي الشمري
جامعة واسط- كلية الآداب- قسم الاعلام

المخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على توظيف أساليب الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وانعكاسه على الممارسة الاحترافية للصحفيين العراقيين, وقد أعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي لمجتمع البحث الذي يمثله الممارسين للعمل الصحفي في الهيئات الصحفية العراقية, من رؤساء الأقسام ومديري التحرير ورؤساء التحرير ونوابهم وسكرتارية التحرير والصحفيين أصحاب الخبرة , وفي ضوء ذلك صمم الباحث استمارة الاستبانة باستطلاع اراء عينة عمدية قوامها (120) , واطهرت نتائج الدراسة أن توظيف الذكاء الصنعي في الميدان الصحفي له أهمية كبيرة , وأن تقنية "ادارة المضمون الصحفي" من أبرز الميادين التي يمكن لتقنيات الذكاء الصنعي توظيفها في الصحافة , وفي الختام أتفق المبحوثين أن تدريس مقررات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة في كليات وأقسام الاعلام من أهم المقترحات التي تدعم توظيف أساليب الذكاء الاصطناعي في الصحافة , كما يوصي الباحث بضرورة ادراج أساليب الذكاء الاصطناعي ضمن المقررات الدراسية في كليات الاعلام وأقسامه , وتدريب الطلاب على التعامل الصحيح مع هذه التقنيات الحديثة. **الكلمات المفتاحية:** أخلاقيات المهنة, أخلاقيات العلاقات العامة, المعايير الأخلاقية الدولية .

مقدمة

مجال الذكاء الاصطناعي شهد تطورات هائلة على مدى الاعوام الماضية , حيث تغير من مجرد مفهوم علمي خيالي إلى واقع ملموس يمس أغلب جوانب حياة الانسان , وفي مجال الصحافة بدأت هذه التقنيات تلعب دوراً متزايد الأهمية في إعادة هيكلة النظام الإخباري.., فقد تمكنت الأنظمة الذكية من إنجاز مهام كانت تحتاج إلى جهود بشرية كبيرة, مثل جمع البيانات الضخمة وجعلها ذات قيمة على هيئة نصوص وتقارير .

ومن أبرز ما قدمته هذه التقنيات للصحافة على وجه التحديد ما يعرف باسم "الصحافة الروبوتية" , كل هذه هي سلسلة من الأدوات الذكية في إنشاء المضمون الصحفي بطريقة مؤتمتة بالكامل في ضوء قدرة أدوات الذكاء الاصطناعي على تقليد سلوك الصحفيين, من أجل اتخاذ القرارات وإيجاد حلول لمشاكل العمل المحتملة, ولا يقتصر هذا التطور على رفع مستوى الكفاءة والإنتاجية فحسب, بل تعدى ذلك؛ إذ إن تفوق الأنظمة الذكية في تحليل المعطيات والتعلم من التفاعلات يعني أن المستقبل قد يشهد أخباراً مخصصة تتكيف تلقائياً مع اهتمامات

الجمهور وورغباتهم الشخصية ، وقد تأثرت الهيئات الصحفية العراقية بشكل كبير بالتقنية الرقمية وتبنتها، ولفهم مدى تأثير هذه التقنية على صناعة المضمون الصحفي في العراق، يجب أن ندرك حجم هذا التأثير ومدى تأثيره على الصحافة؛ ولهذا جاء هذا البحث ليتناول توظيف أساليب الذكاء الصُّنعي في مجال الصحافة وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين من خلال أربعة مباحث : الأول الإطار المنهجي والإطار النظري للدراسة (نظرية انتشار الأفكار المستحدثة)، والمبحث الثاني تناول مفهوم الذكاء الاصطناعي وكذلك الذكاء الصُّنعي والكتابة الصحفية، وأخيرا الصعوبات التي تواجه استخدامها ، فيما استعرض المبحث الثالث الإجراءات المنهجية للدراسة ، بينما كان المبحث الرابع لعرض النتائج العامة للدراسة الميدانية ، فضلا عن مجموعة من التوصيات.

المبحث الأول (الإطار المنهجي للدراسة)

أولاً :- العناصر المنهجية

مشكلة الدراسة:-

في ظل توظيف واستخدام برامج الذكاء الصُّنعي في المحتوى الصحفي بدءا من جمع البيانات التي تمت ملاحظتها مؤخرا وكتابتها وتحريرها وعرضها وتسجيلها ، وبسبب حداثة تطبيق هذه التقنيات على الميدان الصحفي ، واجتاحتها الهيئات الصحفية العراقية ، لا تزال هذه التقنيات حقيقية وقابلة للتطبيق ، واستخدامها لا يزال في مراحله الأولى ، وبناءً عليه جاءت هذه الدراسة للتعرف على مدى إمكانية توظيف هذه التقنيات في مجال الصحافة وانعكاسها على الصحفيين العراقيين، وذلك من خلال تحديد درجة معرفة الصحفيين العراقيين في الهيئات الصحفية بتطبيقات الذكاء الصُّنعي ، ومعرفة مجالاتها ، ودورها في تيسير الأداء الصحفي، والجوانب السلبية والإيجابية الناتجة على استخدامها، والصعوبات التي تواجهها، ولتحقيق هذا الهدف، فإن مشكلة البحث تدور حول التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى توظيف تقنية الذكاء الصُّنعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين ؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الآتية للدراسة:

- 1- ما أهمية استخدام تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- 2- ما مدى نجاح توظيف أساليب الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- 3- ما التحديات التي يواجهها الصحفيون العراقيون في استخدام تقنيات الذكاء الصُّنعي في ميدان الصحافة؟
- 4- ما الجوانب الإيجابية والسلبية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟
- 5- ما هو تأثير تقنية الذكاء الصُّنعي على توظيف الأيدي العاملة في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟

6- ما مقترحات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين؟

أهمية الدراسة :-

1 - الأهمية النظرية للدراسة : تتجلى أهمية الدراسة الحالية في حداثة وأصالتها ، وتناولها للتكنولوجيا التي بدأت تشق طريقها في ميدان الصحافة ، من خلال تحديد الميادين الأكثر استخداماً للذكاء الصناعي في الصحافة العراقية ، وتحدد هذه الدراسة متطلبات العمل الجديدة للصحافة في ظل توظيف هذه التقنيات ، وكذلك يستفيد منه ممارسو العمل الصحفي في العراق وتضمن هذه المتطلبات والمهارات في العمل الصحفي .

2- الأهمية التطبيقية للدراسة: يعد توظيف الذكاء الاصطناعي تقنية حديثة في صناعة المضمون الصحفي؛ لذا فإن السوق العملي للإعلام بحاجة لرفده بدراسات توضح انعكاسات هذه التقنيات على إنتاج المضمون الصحفي ، ولهذا نتائج الدراسة تفيد القائمين على إنتاج المضمون الصحفي بتوظيف الذكاء الصُّنعي الطريقة المثلى لتحقيق الفائدة المرجوة منه ، وكذلك معرفة درجة اهتمام الهيئات الصحفية بتوظيف هذه التقنية في صناعة إدارة المضمون الصحفي حسب رؤية الممارسين للعمل الصحفي بالعراق .

أهداف الدراسة :-

يتمثل الهدف الأساسي للدراسة في استكشاف مدى استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في الأداء الصحفي وتأثيرها على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين؛ ومن هذا الهدف الرئيس تنبثق الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- استكشاف أهمية توظيف تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين.
- 2- معرفة تقييم المبحوثين لمدى فعالية توظيف أساليب الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي.
- 3- التعرف على صعوبات توظيف تقنيات الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين.
- 4- استكشاف الجوانب الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الصُّنعي في المجال الصحفي وفقاً لوجهة نظر الصحفيين العراقيين.
- 5- معرفة تأثير تقنية الذكاء الصُّنعي على توظيف الأيدي العاملة في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين.

6- رصد مقترحات المبحوثين بشأن استخدام تقنيات الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي.

الإطار النظري للدراسة (نظرية انتشار الأفكار المستحدثة)

تستند النظرية إلى كيفية قبول الأفكار والابتكارات الجديدة ، وكيف يتبناها الجمهور ويقبلها ، وكيف تتفاعل بين الناس ، وقد ظهرت النظرية بداية على يد جو بوهلين عام 1957 م، وطورها روجرز Rogers عام 1962م، (عبدالحاميد، 2016، صفحة 199) ، ويذكر (Rogers) أن الانتشار هو عملية نقل الأفكار والممارسات

الجديدة من مصدر ابتكارها إلى الأفراد ، والفشل المصاحب للنجاح أو الآخر الذي يتزامن مع بعض هذه الابتكارات ، وحالة النجاح وسبب الفشل ، ودرجة حداثة الفكرة تقاس بالفترة الزمنية التي استخدمت فيه لأول مرة. (باديس، 2015، صفحة 18) ، ويحل المهتمون بالانتشار عملية الانتشار إلى أربعة عناصر رئيسية :
العنصر الأول هو التجديد والابتكار، بينما العنصر الثاني يتعلق بعملية الاتصال ، أما العنصر الثالث فهو التكيف الاجتماعي الذي يحدث ضمن إطار اجتماعي محدد. وأخيراً، العنصر الرابع وهو الوقت، ويُعد التكيف الاجتماعي مفهوماً شائعاً في علم النفس الحديث، إذ يشير إلى مجموعة من الأفراد المتنوعين الذين يمكنهم تحقيق الأهداف الجماعية. هؤلاء الأفراد يمثلون أعضاء هذا الإطار الاجتماعي، فضلاً عن المجموعات والهيئات والمنظمات غير الرسمية. (المشاقبة، 2011، صفحة 29).

فرضية النظرية:

تستند هذه النظرية إلى فرضية مفادها أن وسائل الإعلام تلعب دورًا أكبر في تعزيز المعرفة حول الابتكار، بينما تعد الوسائل الاتصالية الشخصية ذات فعالية أقوى في تشكيل الآراء حول الابتكارات الجديدة. كما أن أسلوب نشر الابتكار يرتبط بشكل أكبر بالتفاعل مع وسائل الإعلام. نحن نفترض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عبر أفراد يُعرفون بقيادة الرأي الذين يتميزون عن الآخرين بكونهم إيجابيين ونشطين. (عبد الظاهر، 2021، صفحة 27).

وستستفيد هذه الدراسة من نظرية نشر واعتماد الابتكارات في دراسة أساليب الذكاء الاصطناعي كأحد الابتكارات الجديدة في الصحافة العالمية ، ودرجة الاعتراف بهذه التقنيات كأحد الأفكار الجديدة للمؤسسات الصحفية العراقية واهتمامها بها ، والقدرة على تبني هذه التقنيات ، وعناصر نجاح هذه التقنيات ، وآثارها.
المفاهيم والمصطلحات :

- **تقنية الذكاء الاصطناعي** : وهي مجموعة أدوات تكنولوجية مثل الخوارزميات والأنظمة والبرامج الذكية وغيرها من الأدوات الفنية القادرة على التعلم ومحاكاة سلوك وذكاء البشر، والذكاء الاصطناعي يعتمد على التعليم العميق وكذلك محاولة حل المشكلات مثل الإنسان، والذي يسمح بأداء المهام الصحفية بشكل آلي دون اللجوء على الصحفي البشري. (القرار، 2020، الصفحات 5-14).

- **العمل الصحفي** : هو المهنة التي يتولى الصحفي فيها جمع الأخبار ومعلومات الحدث وتحليلها وتقديمها بما يتفق مع معايير المهنة وقواعد الأخلاق الصحفية .

- **الممارسة المهنية** : " تُعرف بأنها الإطار الذي يمنح الأخصائي الاجتماعي قاعدة نظرية انتقائية لممارساته ، حيث تتناول التغييرات في الهيكل على مختلف مستويات الممارسة، بدءًا من الفرد وصولاً إلى المجتمع " . (عبد الحميد ، 2008، صفحة 17)

- **الصحفيون العراقيون** : هم الأشخاص الذين يزاولون مهنة الصحافة في المؤسسات الصحفية العراقية.

ثانيا : الدراسات السابقة :

1- دراسة (شنطاوي، 2024) : هدفت إلى التعرف على حجم اهتمام الهيئات الصحفية بتوظيف الذكاء الاصطناعي في المضمون الصحفي ، وقد اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة لجمع المعلومات من المبحوثين بطريقة منهجية وصولا إلى النتائج . وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها: إن توظيف الذكاء الصُّنعي في صناعة المضمون الإعلامي في الهيئات الصحفية الأردنية له أهمية بدرجة كبيرة بلغت نسبتها %80.4 حسب رؤية خبراء الإعلام الأردني، ويجد خبراء الإعلام الأردنيون أن المؤسسات الإعلامية الأردنية لم تول اهتماما كافيا لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ إذ انخفض اهتمامها بنسبة %55.9 .

2- دراسة (لطيف، 2024): هدفت إلى تحديد ماهية الإعلام الرقمي وتمييزه عن المفاهيم الأخرى ، ومعرفة وكشف الاعتبارات الأخلاقية والمهنية في توظيف الذكاء الاصطناعي لضبطه وعدم إساءة استخدامه ، وتوصلت إلى نتائج أهمها : أن الإعلام الرقمي وأدواته وخصائصه المتزايدة النمو في الفضاء الرقمي الذي بات سيفا ذا حدين ، وأن الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الصُّنعي تركز على أخلاقيات التعامل بعدالة وشفافية وتسعى لتحقيق المساواة وسهولة الإيضاح توجيهها بشأن القضايا الحساسة.

3- دراسة (محمد، 2023) : هدفت الدراسة إلى تحليل توجهات النخبة الإعلامية والأكاديمية بشأن استخدام الذكاء الاصطناعي في ميدان الصحافة، من خلال عينة تضم (112) فردًا، تتكون من 54 من النخبة الإعلامية و58 من النخبة الأكاديمية. وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباطية متوسطة دالة إحصائية بين توجهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو استخدام الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي.

4- دراسة (Catherine Young، 2022) : هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام الروبورت الأخباري في نشر الأخبار للجمهور عبر المنصات الاجتماعية الخاصة بمؤسسة (ABC News Digital) الإعلامية في أستراليا ، وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها: استمرار الصحفيين في مؤسسة ABC الإعلامية بأستراليا في توظيف ممارسات تحريرية ، مع استخدام الروبورت الصحفي لمساعدة الصحفيين في استكمال المهام التحريرية الخاصة بهم ، وكشفت الدراسة أيضا أن استخدام الروبورت لم يقلل من عبء المهام التحريرية على الصحفيين، بل خلق نوعا جديدا من المهام الصحفية.

5- دراسة (Fahmy, Abdulmajeed، 2022) : هدفت إلى تحليل المستوى الثاني لعدد 35 دراسة محكمة متعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي والصحفي في الفترة من 2014 إلى 2022 ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج الدراسة عن تجربة إدخال الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار

دون إعداد كاف للصحيين الذين يعانون من صعوبة التوصل إلى المعلومة مفتوحة المصدر ، وما يثيره ذلك من مخاوف وتحديات تتطلب مزيدا من البحوث الأكاديمية ، مع الإشارة إلى دور شركات البيانات الضخمة في تعزيز الابتكار في غرف الأخبار في المؤسسات.

6- دراسة (الشرقاوي، 2022) : هدفت الدراسة إلى رصد مدى اعتماد الهيئات الصحفية في مصر على أدوات الذكاء الاصطناعي خلال جائحة كورونا، فضلا عن إلقاء الضوء على الاختلافات التي طرأت على غرف الأخبار خلال هذه الأزمة، وتم الاعتماد على منهج المسح بشقه التطبيقي من خلال إجراء المقابلات المعمقة على عينة مكونة من (11) صحفي ينتمون إلى مؤسسات صحفية مختلفة، وخلصت الدراسة إلى أنه تمت الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي في الهيئات الصحفية خلال جائحة كورونا بشكل محدود جدا وبشكل فردي من بعض الصحفيين المدربين على هذه الأدوات .

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

من خلال نظرة تحليلية للدراسات التي تمكن الباحث الوصول إليها التي تم اختيار بعضها لعرضها بسبب علاقته بموضوع الدراسة الحالية قدمت هذه الدراسات رؤى مختلفة بشأن التوقعات المستقبلية لتوظيف تقنية الذكاء الصُّنعي، فقد أشار بعضها إلى أنه يعد فرصة إيجابية لازدهار صناعة الصحافة في المستقبل من خلال إسهامه بشكل جديد في الميدان الصحفي من خلال المساعدة في الكتابة الصحفية، وتجميع البيانات، والقيام بدور القائم بالاتصال من خلال القيام بنشر المعلومات إلى الجمهور المستهدف بشكل آلي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة ساعدت الباحث على تحديد أبعاد الموضوع وتحديد مشكلة الدراسة ومتغيراتها ووضع تساؤلات الدراسة بشكل أفضل وتحديد العينة ، وكذلك التعرف على المنهج والأطر النظرية المستخدمة ، فضلا عن معرفة أبرز أدوات جمع البيانات المستخدمة، وخاصة نظرية انتشار الأفكار المستحدثة ، وعلى المستوى النظري ، ساعدت على إثراء الإطار النظري وتوسيع معلومات الباحث في رصد الأهمية الخاصة بالذكاء الصُّنعي ودوره في تطوير الميدان الصحفي.

((المبحث الثاني / الإطار المعرفي للدراسة))

أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي

يشير مفهوم الذكاء الاصطناعي إلى كيفية محاكاة القدرات الذهنية للبشر، ويتعلق بالذكاء المرتبط بمجموعة متعددة من السلوكيات الإنسانية ، ويعرفه (غريوال) بأنه نظام محاكاة يقوم بجمع المعرفة والمعلومات من مجالات مختلفة حول العالم، ثم يعمل على توزيعها ومعالجتها وذلك للاستفادة منها في شكل ذكاء تطبيقي. (العزام، 2020، الصفحات 467-499).

ويعد الذكاء الصُّنعي أحد فروع علم الحاسوب، وكذلك من أحد الأسس الجوهرية التي تعزز قطاع التكنولوجيا في الوقت الحديث ، ويعتمد هذا الميدان على الفرضية القائلة بأن القدرة على التفكير يمكن وصفها بدقة كافية تسمح للآلة بمحاكاتها ، ويشير الذكاء إلى القدرة على استيعاب المواقف ؛ مما يعني القدرة على إدراك وتعلم الظروف الجديدة. أما كلمة "الاصطناعي"، فهي مرتبطة بفعل "يصنع" أو "يصطنع"، وتستخدم للإشارة إلى الأشياء التي تنتج من خلال نشاط إنساني، متميزة عن الأشياء التي تتشكل بشكل طبيعي دون تدخل بشري. بناءً على ذلك، يعد الذكاء الصُّنعي بشكل عام هو الذي يُنتجه العقل البشري في الآلات. (الزغنون، 2021، الصفحات ١٥-٣١).

ثانيا : الذكاء الاصطناعي والكتابة الصحفية :

يتفق الخبراء على أن اعتماد برامج الذكاء في مجال الكتابة الصحفية يمكن تصنيفه إلى ثلاث مراحل رئيسية هي:

1- اكتشاف القصة: يتم ذلك عن طريق مسح المستندات والبيانات للعثور على أنماط جديدة وإنشاء روبوت وتبنيه المراسل أو المحرر تلقائياً (Broussard، 2019، صفحة 148) ، لكن الجزء الصعب من استخدام الخوارزميات لاكتشاف القصص هو التمييز بين ما إذا كانت تصنع شيئاً جديراً بالنشر أم لا، ومن ثم يحتاج المحررون إلى فحص كل ما ينشر (Diakopoulos، 2021).

2- إنتاج القصة : يتم ذلك من خلال إنشاء المحتوى الآلي، ويتم تنفيذه أولاً في الأماكن التي توجد فيها البيانات الإحصائية اليومية مثل الرياضة والجريمة والطقس ، وقد بدأت وكالة أسوشيتدبرس في أتمتة تقارير الأرباح المالية عام ٢٠١٤ ، من خلال نشر ٣٠٠ تقرير كل أربعة شهور ، ويرى كثير من المختصين أن العدد مرشح للزيادة .

3- توزيع القصص: يمكن للهيئات الصحفية بإنشاء روبوتات وأدوات تتبع تاريخ القراءة والتوصية بالقصص للمتلقيين ، مثل اعتماد مؤسسة بلومبيرج للذكاء الصناعي في توزيع القصص من خلال تطبيقها على الموبايل ، الذي يحتوي ملخصات لأهم القصص، ويكون تحديثها إما يدوياً أو من خلال فتح التطبيق (Bloomberg، 2021) ، إذ إن هناك تحديد استراتيجية لتوزيع القصص الصحفية على المنصات من خلال تفاعل المستخدمين مع المحتوى المطروح (Southern، 2021).

وهناك خطوة لزيادة استخدام أساليب الذكاء الاصطناعي داخل الهيئات الصحفية للوصول إلى التحول الذكي المطلوب وأبرزها (موسى ، عبد الفتاح، 2020، صفحة 57) :

1- دراسة واقع الهيئات الصحفية من خلال تشخيص نقاط القوة والضعف وكذلك فرص تطويرها وتحسينها، وتقديم الحلول التقنية الملائمة لها، فضلاً عن وضع الاستراتيجية المثلى لهذا التحول وآلياته.

2- توزيع المهام على المسؤولين عن استخدام التكنولوجيا واعتمادها كمراجع إدارية.

- 3- وضع أهداف تفصيلية ومراحل محددة للتطبيق العملي بشكل تدريجي، وفقاً لأهمية كل منها للمؤسسة.
- 4- البدء بالتطبيق وفقاً للخطة الزمنية ، ومن خلال إشراك الجميع للاستفادة من هذه التقنيات.
- 5- الرصد المستمر وقياس مدى فعاليته في قراءة البيانات وتحليلها والتوافق مع متطلبات الميدان الصحفي للوصول إلى التحويل الذكي.

ثالثاً : توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي:

شهدت تكنولوجيا الذكاء الصُّنعي تحسین ملحوظاً في مجال الصحافة، فقد أفرزت مجموعة من المفاهيم الجديدة مثل صحافة البيانات ، والصحافة الروبورتية ، ومع بداية النهضة الصناعية 4 واستمرار تطورها، ظهرت مفاهيم إضافية مرتبطة بالذكاء الصُّنعي ، مما جعل هذه التقنية قادرة على أداء العديد من الأنشطة التي ينفذها الصحفيون البشريون ، ولم يقتصر دور الذكاء الصُّنعي على جمع المعلومات وتحليلها وكتابة المقالات ونشرها، بل توسع ليشمل العمل مع قواعد البيانات الكبيرة بغية الوصول إلى نتائج تسهم في إنتاج قصص صحفية متميزة ، ويتم ذلك من خلال استخدام برامج الذكاء لتحليل كميات هائلة من البيانات، وهذا ساعده على ظهور "صحافة البيانات"، الذي يركز على تقديم نتائج مبسطة للمستخدمين العاديين. (فرجاني، 2021، الصفحات 143-152).

وتسهم هذه التقنية في الأداء الصحفي وذلك في عدة مراحل على الترتيب الآتي: (Barceló، 2021، صفحة 138):

- مرحلة جمع وهيكلة وتنظيم البيانات والصور وملفات الصوت والفيديو اللازمة .
- مرحلة الكتابة الصحفية ، ويتم خلالها صياغة المعلومات.
- مرحلة توزيع المعلومات عبر المنصات المختلفة ، وتعتمد هذه المرحلة على تخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات المستخدمين.
- مرحلة الأرشيف والحفظ ، يتم من خلال هذه المرحلة الاحتفاظ به لاستخدامه لاحقاً.
- مرحلة تلقي المحتوى واستخدامه ، وفيها يتم تتبع سلوك المستخدمين والمؤثرين في استهلاك المحتوى مع تحليل ردود أفعاله.

كما تلعب تقنية الذكاء الاصطناعي أيضاً دوراً مهماً كوسيلة لتعزيز نشر المعلومات ، فقد بدأت المنظمات الدولية مثل وكالة أسوشيتد برس باستخدام الروبوتات الصحفية في إنتاج المقالات الإخبارية للمال منذ عام 2015 ، وفي نفس العام ، اعتمدت صحيفة لوموند الفرنسية على الروبوتات الصحفية لتغطية الانتخابات المحلية ، كما ذكرت صحيفة واشنطن بوست. في فنلندا ، التي اعتمدت على الذكاء الصُّنعي الذي تمثله التكنولوجيا " الثلاثية الأبعاد " لتغطية الألعاب الأولمبية في عام 2016، أما في فنلندا فقد استخدمت محطة "YLE" الروبوت " Voitto " لإنتاج 100 قصة و 250 صورة في الأسبوع الواحد ، كذلك استطاع الذكاء

الاصطناعي تتنوع سلوكيات المستخدمين في استهلاك الأخبار عبر المنصات الرقمية، فقد اعتمدت وكالة أسوشيتدبرس على تطبيق "NewsWhip" لتتبع اتجاهات المستخدمين عبر الفيسبوك وتويتر وبينترست ولينكد إن، في حين استخدمت وكالة رويترز تطبيق "News Tracer" لتتبع اتجاهات الجمهور والأخبار العاجلة على تويتر (Bremme, 2019، صفحة 153). ويمكن تحقيق الاستفادة من الامكانيات الهائلة لتقنية الذكاء الصُّنعي في تحويل الكلام إلى نصوص ، وكل هذه المزايا تكون في عمل الصحفيين، وكذلك تقدم لهم تعزيز الأرشيف الخاص بهم عن طريق التعرف على صورهم (Fanta, 2017، صفحة 22)، وعلى الرغم من الفرص الفريدة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار. (Marinescu, 2022، الصفحات 295-311).

رابعا : التحديات التي تواجه تقنية الذكاء الاصطناعي :

تواجه تقنية الذكاء الصُّنعي مجموعة من الصعوبات المتعلقة بحماية خصوصية بيانات المستخدمين وضمان عدم تسريب البيانات، فضلا الصعوبات الاقتصادية واللوجستية المرتبطة بتوظيف مثل هذه التقنيات، وكذلك أثير جدل أخلاقي مؤخرا يتعلق بمدى إمكانية التزام المبرمجين المسؤولين عن تغذية هذه التقنية الذكية بالمعايير المهنية، ومدى تأثير قدرة المبرمجين في تصميم خوارزميات نشر الأخبار، وتأثير ذلك يكون من خلال دقة القصص الصحفية التي يتم نشرها آليا، وبالمحصلة يتطلب الأمر إعادة إحياء التمسك بأخلاقيات المهنة ، كذلك ضرورة تطوير هذه المعايير وتضمينها بما يتطابق مع هذه التقنية الذكية مثل مراعاة مبدأ الشفافية والكشف عن كيفية الوصول للمعلومات والاعتراف بالأخطاء وتصحيحها مع السماح للمستخدمين بالمشاركة في ذلك (Torrijos, 2021، الصفحات 124-137).

إن دمج تقنية الذكاء الاصطناعي مع مرحلة صناعة الأخبار يفرض رؤية مختلفة لهذه التقنيات ، كما أنها تصبح مصدر المعلومات والمستقبل والبائع لها ، ولكن للتأكد من أن هذه التقنيات تعمل بشكل صحيح وتحت السيطرة ، من الضروري مواصلة عمل الصحفيين بجانب تقنية الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار .

نحتاج أيضا إلى سد فجوة المعرفة والتواصل بين المبرمجين الذين يصممون خوارزميات برامج الذكاء والصحفيين الذين يستخدمون هذه الخوارزميات (Intelligence, 2017، صفحة 21). ويرى الباحث بأن الذكاء الصُّنعي هو تقنية تنتج من خلال الكمبيوتر ، ويهدف إلى إنتاج التقنيات والألات التي يمكنها أداء المهام البشرية بعد توفير البيانات ، وتعتمد الهيئات الصحفية على استخدام تطبيقات الذكاء الصُّنعي في مختلف الميادين والوسائل ، وتمنح هذه التكنولوجيا الصحافة في مجالات عدة ومن أبرزها تحليل البيانات، تحسين أساليب البحث، اختيار المواضيع، التحرير ، التصويب ، تحسين المحتوى، التنبؤ، فهم الفيد باك الإنسانية والتعليقات العامة، مكافحة الأخبار الزائفة.

المبحث الثالث _ الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج البحث ونوعه:-

"تعتبر من الدراسات الوصفية التحليلية التي تروم إلى فهم الأوصاف الظاهرة التي قام الباحث بتحليلها، من حيث الطبيعة والجوهر، وتتمثل هذه الظاهرة في استكشاف اتجاهات الممارسين في مجال الصحافة بالعراق تجاه اعتماد الذكاء الصُّنعي في العمل الصحفي. (حسين، 2024).

وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي، ويعرف بأنه دراسة استطلاعية يقوم الباحث بها من أجل الكشف عن مشاكل المجتمع.

مجتمع البحث وعينته :-

تكون مجتمع الدراسة في الممارسين في مجال الصحافة في الهيئات الصحفية العراقية الرسمية والخاصة، من رؤساء الأقسام ومديري ورؤساء التحرير ونوابهم وسكرتارية التحرير والصحفيين أصحاب الخبرة، واختار الباحث هذه الفئة باعتبارها من الفئات التي تحظى بالتأثير في من حولها، فضلاً عن كونهم مشاركين أساسيين في صناعة القرارات المتعلقة بتبني أدوات جديدة في العمل الصحفي، وتم تطبيقها على عينة عمدية من (120) مبحوثاً من الممارسين للعمل الصحفي في الهيئات الصحفية العراقية الرسمية والخاصة.

حدود البحث :-

- الحد المكاني : دولة العراق

- الحد الزمني :- يبدأ الميدان الزمني للبحث من بداية توزيع الاستبانة من تاريخ 2024/6/28 ولغاية استخلاص النتائج المتعلقة بالمحاور.

- الحد البشري :- الممارسون للعمل الصحفي في الهيئات الصحفية العراقية الرسمية والخاصة.

أسلوب جمع البيانات:-

سُتَعْمِلَ الباحث أداة الاستبانة وسيتم إخضاعها للدراسة والتحليل من خلال تحديد المحاور التي ستضمونها الاستبانة ليتسنى للباحث استخلاص النتائج ووضع الاستنتاجات الصحيحة للدراسة، وذلك عن طريق أداة الاستبيان الالكترونية الذي تم إرساله إلى المبحوثين من الممارسين للعمل الصحفي في العراق عينة الدراسة من خلال نماذج غوغل (google forms). (مشاقبة، 2010، صفحة 60).

صدق الأداة وثباتها

أ- اختبار الصدق : تم تقديم استمارة تحليل المضمون إلى مجموعة من المحكمين لتقييم صلاحيتها كأداة قياس، والتأكد من قدرتها على قياس العناصر المطلوبة. وقد تم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظات المحكمين، حتى أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية جاهزة للتطبيق. المحكمون هم : أ.م.د. إسراء شاكر حسن، أ.م.د. زهراء حداد ، م.د. أسيل خالد .

ب إجراءات الثبات : بعد إتمام التحليل، تم إعادة تحليل عينة فرعية من عينة الدراسة بواسطة باحث آخر لحساب معامل الثبات. وقد قامت أ.م. د. إسراء شاكر حسن، رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب في جامعة الإسراء، بتطبيق "معامل هولستي" على نسبة (10%) من العينة. وقد بلغ متوسط معامل الثبات (0.94)؛ مما يشير إلى نسبة اتفاق بين الباحثين بلغت (93%)، وهو معدل ثبات مرتفع يدل على استقرار النتائج التي أسفرت عنها أداة الدراسة.

المبحث الرابع / الدراسة الميدانية

تحليل نتائج الدراسة :-

جدول (1)

يبين بيانات المبحوثين

المتغير	البند	ت	%
1 النوع	ذكر	89	74.1%
	انثى	31	25.9%
2 العمر	18 إلى 25 عاما	19	15.8%
	26 إلى 40 عاما	52	43.3%
	41 إلى 50 عاما	28	23.4%
	51 عاما فأكثر	21	17.5%
3 المستوى الدراسي	اعدادية	12	10%
	بكالوريوس	63	52.5%
	ماجستير	32	26.6%
	دكتوراه	13	10.9%
4 الخبرة	5 سنوات فما دون	51	42.5%
	5 إلى 15 سنة	38	31.6%
	15 سنة فأكثر	31	25.9%
م		ن = 120	

المبحث الرابع / الدراسة الميدانية

تحليل نتائج الدراسة :-

جدول (1)

يبين بيانات المبحوثين

المتغير	البند	ت	%
1	النوع	ذكر	74.1%
		انثى	25.9%
2	العمر	18 إلى 25 عاما	15.8%
		26 إلى 40 عاما	43.3%
		41 إلى 50 عاما	23.4%
		51 عاما فأكثر	17.5%
3	المستوى الدراسي	اعدادية	10%
		بكالوريوس	52.5%
		ماجستير	26.6%
		دكتوراه	10.9%
4	الخبرة	5 سنوات فما دون	42.5%
		5 إلى 15 سنة	31.6%
		15 سنة فأكثر	25.9%
م		ن = 120	

جدول (2)

يبين مدى أهمية توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي:-

أهمية التوظيف	ت	%
مهم جدا	72	60%
مهم إلى حد ما	36	30%
غير مهم	12	10%
م	120	100%

يوضح الجدول السابق أهمية توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الممارسين للعمل الصحفي في العراق , إذ اعتبر 60% من الصحفيين العراقيين الموضوع (مهم جدا) يليه مهم (إلى حد ما) بنسبة 30% , فيما اعتبر 10% الموضوع (غير مهم) , وهذا ما يعكس أهمية توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي لدى أكثر من نصف العينة إجمالاً.

جدول (3)

يبين مدى نجاح استخدام تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي :-

مدى النجاح	ت	%
ناجح بدرجة كبيرة	94	78.3%
ناجح بدرجة متوسطة	21	17.5%
ناجح بدرجة محدودة	5	4.2%
م	120	100%

يشير الجدول السابق أن 78.3% , من المبحوثين ترى أن اعتماد تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي (ناجح بدرجة كبيرة) , وأن 17.5% من عينة الدراسة يعتقدون أنه (ناجح بدرجة متوسطة) , بينما 4.2% من عينة الدراسة يعتقدون أنه (ناجح بدرجة محدودة) , وتعتبر هذه نتيجة واقعية؛ لأن استخدام هذه التقنيات في الميدان الصحفي قد سهلت كثيرا من العمل, وفتحت أيضا أبوابا عديدة في دقة العمل وجودته.

جدول (4)

يبين مجالات توظيف تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي :-

البند	ت	%
1	41	20.7%
2	31	15.6%
3	30	15.1%
4	24	12.1%
5	23	11.7%
6	16	8.1%
7	14	7%
8	12	6.2%
9	7	3.5%
م	198	100%

يبين الجدول السابق أبرز المجالات التي يمكن للذكاء الصُّنعي توظيفها في الميدان الصحفي من وجهة نظر الممارسين للعمل الصحفي في العراق , وتبين أن (تقنية ادراة المضمون الصحفي) جاءت في مقدمة هذه المجالات بنسبة 20.7 % , تلتها (أتمتة القصص الصحفية) بنسبة 15.6% , ثم (الأعتماد على الروبورت الصحفي في تغطية مناطق الخطر) بنسبة 15.1% , وأخيرا (أستخدام تقنية الاستجابة المباشرة للتفاعل مع الجمهور) بنسبة 3.5% , ويتضح أن تقنية إدارة المحتوى تفوقت على باقي الميادين لعدة أسباب, ولعل منها أنها حررت الصحفي من عدة أعمال روتينية, مثل كتابة أخبار الطقس وأخبار البورصة, وكذلك متابعة نتائج المباريات وغيرها من الأعمال.

جدول (5)

يبين الصعوبات المترتبة على توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي:

الضعوبات	ت	%
1	66	32.4%
2	53	25.9%
3	41	20.2%
4	32	15.6%
5	12	5.9%
م	204	100%

الجدول السابق يشير إلى الصعوبات الناتجة من توظيف الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي ، فقد جاءت (عدم فهم هذه التقنيات للقيم الإنسانية الاجتماعية) بالمقدمة بنسبة 32.4%، تلتها (عدم وجود قدرة مؤهلة لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي) بنسبة 25.9% ، ثم (ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات) بنسبة 20.2% ، واخيرا (صعوبة في معالجة هندسة اللغة) بنسبة 5.9% ، وعليه نلاحظ وجود العديد من الصعوبات التي تواجه توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي ومن أبرزها هي صعوبة فهم هذه التقنيات للعواطف البشرية فالمقالات الطويلة والتحليلات المفصلة ، والقصص الصحفية ، تحتاج إلى ابداع العقل البشري بصورة أكبر ، كذلك يصعب على الذكاء الصُّنعي فهم الذكاء العاطفي والتواضع والتعاطف مع الحالات الإنسانية.

جدول (6)

يبين الإيجابيات المترتبة على استخدام الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي :-

الايجابيات	ت	%
1	72	20.9%
2	58	16.9%
3	55	15.9%
4	52	15.2%
5	43	12.5%
6	41	11.9%
7	23	6.7%
م	344	100%

تبين من خلال الجدول السابق الايجابيات المترتبة على استخدام الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية المبحوثين , وقد جاءت في المقدمة إيجابية (إنجاز مهام الميدان الصحفي في وقت وجهد أقل) بنسبة 20.9% , تلتها إيجابية (زيادة إنتاج الموضوعات الصحفية) بنسبة 16.9% , ثم إيجابية (تصحيح الأخطاء في المضمون الصحفي) بنسبة 15.9% , وأخيرا إيجابية (البعد عن التحيز في صياغة المضمون الصحفي) بنسبة 6.7% , ويرجع ذلك إلى أن اعتماد تقنيات الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي يقلل من الوقت والجهد اللازم لتحرير الأخبار من خلال التطبيقات التي تسهل على الصحفي أداء مهامه بسرعة, مثل تطبيقات تحويل الصوت إلى نص مكتوب , أو تفرغ محتوى الفيديو وتحويله إلى نص مكتوب , وكل هذه تتطلب جهد لن يكون سهلا إذا ما قام الصحفي بهذه المهام بنفسه.

جدول (7)

يبين السلبيات المترتبة على توظيف الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي :-

البنء	ت	%
1	67	21.2%
2	61	19.2%
3	52	16.3%
4	48	15.1%
5	43	13.4%
6	26	8.2%
7	21	6.6%
م	318	100%

نستنتج من الجدول السابق مجيء (جمود المضمون الصحفي وغياب الروح الإنسانية) في المستوى الأولى من بين السلبيات الناتجة من توظيف الذكاء في الميدان الصحفي ، وذلك بنسبة 21.2% ، تلتها (انخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية) بنسبة 19.2% ، فيما أشارت نسبة 16.3% إلى (التأثير على جودة التقارير التي تقدم شرحا وتفسيرات للأحداث) ، وأخيرا جاءت (انخفاض مستوى التفاعل الفعلي بين الجمهور والجهات الإعلامية) بنسبة مئوية بلغت 6.6% ، ويرجع ذلك إلى أن هذه التقنيات لا تستطيع قراءة ما بين السطور فيما يعرض لها من قصص صحفية ، وهذه الدقة في الأسلوب هي ما يعتمد عليه في بناء القصص الصحفية.

جدول (8)

يبين الدرجة المتوقعة لانتشار توظيف تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي :-

درجة الانتشار	ت	%
1	41	34.2%
2	63	52.5%
3	16	13.3%
م	120	100%

يوضح الجدول السابق مجيء فئة (بدرجة متوسطة) بالمقدمة بنسبة 52.5% ثم بعدها فئة (بدرجة كبيرة) بنسبة 34.2% , وأخيرا جاءت فئة (بدرجة منخفضة) بنسبة 13.3% , وهذا يبين أن نسبة كبيرة من الصحفيون بالعراق في حالة عد التأكد أو الحيادة في توقع انتشار توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي بالعراق في ظل ارتفاع التكلفة المالية لهذه التقنيات وكذلك نلاحظ هنالك تخوف من المبحوثين عينة الدراسة من تبني تقنيات جديدة بالميدان الصحفي تحتاج إلى تعلم مهارات معقدة نوعا ما.

جدول (8)

يبين المهارات التي يتطلبها الميدان الصحفي المستخدم لتقنيات الذكاء الصُّنعي حسب رؤية المبحوثين :

البدائل	ت	%
1	82	28.5%
2	51	17.7%
3	45	15.6%
4	43	14.9%
5	37	12.9%
6	30	10.4%
م	288	100%

تبين أن 28.5% من المبحوثين ترى أن أهم المهارات الواجب توفرها بالميدان الصحفي المستخدم لتقنيات الذكاء الصُّنعي هي (التعامل مع البيانات الكبيرة وتشفير المعلومات) ، تليها (المهارة في البرمجة وتصميم المواقع الصحفية) بنسبة 17.7% ، ثم (اعتماد تطبيقات الترجمة الآلية للعمل الصحفي) بنسبة 15.6% ، في حين جاءت أخيرا (التعلم الآلي وكيفية بناء نماذج تعتمد على البيانات) بنسبة 10.4% ، مما سبق ، يمكن ملاحظة أن غالبية الباحثين في عينة الدراسة يعتقدون أن مهارات التعامل مع البيانات الكبيرة وتشفير المعلومات هي واحدة من أهم المهارات التي يحتاجها الصحفيين الذين يتعاملون مع تقنية الذكاء الصُّنعي ، إذ إنها طريقة تعرف بأسم التحليلات التنبؤية أو ما يعرف بالسبق الصحفي.

جدول (9)

يبين مقترحات عينة الدراسة لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الصُّنعي بالميدان الصحفي :-

المقترحات	ت	%
1	58	23.4%
تدريس مقررات تكنولوجيا الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي في كليات وأقسام الاعلام		
2	42	16.9%
التدريب الرقمي لتحسين المهارات الفنية للصحفيين		
3	37	14.9%
توفير الموارد المادية اللازمة		
4	34	13.7%
إنشاء وحدة خاصة لصحافة الذكاء الاصطناعي في الهيئات الصحفية		
5	27	10.9%
سن قوانين وتشريعات لتنظيم عمل صحافة الذكاء الصُّنعي في الهيئات الصحفية العراقية		
6	21	8.5%
التعاون بين الهيئات الصحفية العراقية وبين شركات البرمجيات		
7	18	7.3%
دراسة التجارب الدولية في هذا الميدان		
8	11	4.4%
التعاون مع خبراء الذكاء الاصطناعي		
م	248	100%

نستنتج أن 23.4% من المبحوثون يرون أن (تدريس مقررات تكنولوجيا الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي في كليات وأقسام الاعلام) من أهم المقترحات التي تدعم توظيف تقنيات الذكاء الصُّنعي بالميدان الصحفي , يليه (التدريب الرقمي لتحسين المهارات الفنية للصحفيين) بنسبة 16.9% , ثم جاء بعدها مقترح (توفير الموارد المادية اللازمة) بنسبة 14.9% , في حين جاء أخيراً مقترح (التعاون مع خبراء الذكاء الاصطناعي) , وهذا يبين أن المبحوثين يرون أن تدريس مقررات تكنولوجيا الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي في كليات وأقسام الاعلام , ضرورة لا بد منها حتى يتم تعزيز الميدان الصحفي بهذه التكنولوجيا التي أصبحت أغلب الهيئات الصحفية بالعالم تتنافس بينها حتى تقدم خدمات ومزايا جديدة للمتلقيين عن طريق استخدام هذه التقنيات بالميدان الصحفي.

الاستنتاجات :-

- 1- يرى الصحفيون العراقيون عينة الدراسة أن استخدام الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي له "أهمية كبيرة" فقد بلغت نسبتها 60%.
- 2- إن نسبة 78.3% , من الصحفيين العراقيين عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنية الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي ناجح بدرجة كبيرة .
- 3- جاءت فقرة "تقنية ادراة المضمون الصحفي"من أبرز الميادين التي يمكن لتقنيات الذكاء الصُّنعي توظيفها في الميدان الصحفي حسب رؤية الممارسين للعمل الصحافي في العراق عينة الدراسة, فقد بلغت بنسبتها 20.7.
- 4- صعوبة "عدم فهم هذه التقنيات للقيم الإنسانية الاجتماعية" من أهم العراقيل المترتبة على توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين عينة الدراسة , فقد بلغت نسبتها مئوية 32.4.
- 5- تبين من خلال نتائج الدراسة أن الممارسين للمجال الصحفي في العراق عينة الدراسة يرون أن أهم الإيجابيات المترتبة على توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي هي "إنجاز مهام الميدان الصحفي في وقت وجهد أقل" حيث جاءت في المقدمة بنسبة 20.9%.
- 6- كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم الآثار السلبية الناتجة من توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي حسب رؤية الصحفيين العراقيين عينة الدراسة هي "جمود المضمون الصحفي وغياب الروح الإنسانية " حيث بلغت نسبتها 21.2%.
- 7- كذلك كشفت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من الممارسين للعمل الصحفي بالعراق عينة الدراسة في حالة عدم التأكد أو الحيادة في توقع انتشار توظيف الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي فقد حصلت فئة (بدرجة متوسطة) على الصدارة بنسبة 52.5%.
- 8- كذلك تبين أن "التعامل مع البيانات الكبيرة وتشفير المعلومات" هي من أبرز المهارات الواجب توفرها بالميدان الصحفي المستخدم لتقنيات الذكاء الصُّنعي حسب رؤية نظر الصحفيين العراقيين عينة الدراسة حيث حصلت على المستوى الأولى بنسبة 28.5%.

9- وفي الختام اتفق المبحوثون أن "تدريس مقررات تكنولوجيا الذكاء الصُّنعي في الميدان الصحفي في كليات وأقسام الاعلام" من أهم المقترحات التي تدعم توظيف هذه التقنيات بالميدان الصحفي حيث حصلت على الصدارة بنسبة 23.4%.

التوصيات :-

- 1- يوصي الباحث بضرورة إدراج تقنيات الذكاء الصُّنعي ضمن المقررات المنهجية في كليات الإعلام وأقسامه.
- 2- يوصي الباحث بضرورة توفير الدعم اللازم للهيئات الصحفية العراقية، لتمكينها من استخدام هذه التقنيات، وخاصة الدعم المالي.
- 3- يوصي الباحث الباحثين والقائمين على الهيئات الصحفية بتمويل دراسات متخصصة في مجال تقنيات الذكاء الصُّنعي.
- 4- يوصي الباحث بضرورة الاستعانة بخبراء الذكاء الصُّنعي من أجل تحسين عرض المضامين الصحفية.
- 5- ضرورة التعاون بين كلية الإعلام وكليات الحاسوب بحيث يتم الجمع بين الإعلام الرقمي وتعليم البرمجيات.

قائمة المصادر العربية

- 1- المشاقبة، بسام (٢٠١١)، نظريات الإعلام، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 2- الشراوي، إيمان (2022)، توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات "كورونا نموذجاً"، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الصحافة مجلد 1، عدد 24 مصر، القاهرة.
- 3- العزام، نورة (٢٠٢٠)، دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية في جامعة تبوك، المجلة التربوية لكلية التربية بسوهاج، (84).
- 4- الزعنون، إسماعيل (٢٠٢١)، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة غزة، الجامعة الإسلامية.
- 5- باديس، خديجة (٢٠١٥)، تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون أنموذجاً، رسالة غير ماجستير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.
- 6- بومخيلة، خالد (2023)، تكييف الصناعة الاعلامية مع تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام، الامكانات وأفق الاستخدام، بحث منشور في مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية، م 3، ع 2، جامعة الجزائر، الجزائر.

- 7- حسين , ميثم فالح (2024), دور وسائل الاعلام الجديدة في نشر الوعي بمخاطر الإرهاب والتطرف السيبراني , مجلة واسط للعلوم الانسانية , مجلد 20 عدد 2 , DOI: [2.686.Iss20/wjfh.Vol10.31185https://doi.org/](https://doi.org/2.686.Iss20/wjfh.Vol10.31185)
- 8- محمد , سمر علي حسن (2023), اتجاهات النخبة الاعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , ع 84 , ج2, أعمال المؤتمر العلمي الدولي ال 28 لكلية الإعلام.
- 9- عبد الحميد , محمد (2016), نظريات الاعلام واتجاهات التأثير , عالم الكتب , القاهرة , ط4.
- 10- عبد الظاهر , محمد (٢٠٢١), صحافة الذكاء الاصطناعي ورشة مركز الشارقة للتدريب الإعلامي , ومؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف بتاريخ ٢٨-٢٩/٤/٢٠٢١.
- 11- عبد الحميد , هشام سيد (2008) , المدخل إلى الممارسة العامة غي الخدمة الاجتماعية , مصر , غير مبينة دار النشر.
- 12- فرجاني , علي (2021) , "التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى" , القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 13- مركز القرار (2020) , دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى إدارة الأزمات الإعلامية , للدراسات الإعلامية بالمملكة العربية السعودية.
- 14- موسى , عيسى , وعبد الفتاح , أحمد (٢٠٢٠) , اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (١) ١٩ .
- 15- لطيف , زينة (2024) , الاعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي , بحث منشور في مجلة كلية التراث الجامعة , م 1 , ع38 , الجامعة العراقية , العراق , بغداد.

المصادر الاجنبية :-

- 1- Alexander Fanta (2017), "Putting Europe's Robots On The Map: Automated Journalism In News Agencies", Reuters Institute Fellowship Paper, University Of Oxford.
- 2- Artificial Intelligence(2017), Practice and Implications for Journalism (Report), Columbia Journalism School.
- 3- Broussard, M. (2015), Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H.
- 4- Bloomberg, Bloomberg Media's Innovation Lab launches "The Bulletin"-An AI-Powered News Feed for Bloomberg Mobile App Users. Retrieved on 12/4/2021, from: <https://bit.ly/3DZnGw3>
- 5- Catherine Young (2022), " Delivering News Via The Australian Broadcasting Corporation's Facebook Messenger Chatbot", IN The Algorithmic Distribution Of News, Palgrave Global Media Policy And Business.
- 6- Diakopoulos, Nicholas. An algorithmic nose for news. Columbia Journalism Review. Retrieved on 14/3/2021, from: <https://bit.ly/3DLk3JK>
- 7- Valentina Marinescu, Bianca Fox, Daniela Roventafumusani, Silvia Branea, And Ramona Marinache (2022). "News Audience's Perceptions Of And Attitudes Towards

- AI-Generated News". IN Futures Of Journalism: Technology-Stimulated Evolution In The Audience-News Media Relationship, Palgrave Macmillan.
- 8- Maha Abdulmajeed And Nagwa Fahmy (2022). "Meta-Analysis Of AI Research In Journalism: Challenges, Opportunities And Future Research Agenda For Arab Journalism". IN Artificial Intelligence Systems And The Internet Of Things In The Digital Era. Proceedings Of EAMMIS Conference. Springer Nature Switzerland.
- 9- Kati Bremme. (2019)," AI And The Media: Too Hot, Too Cold, Just Right? A Mapping Of Artificial Intelligence Applications", Mediaroad, available at: <https://www.mediaroad.eu/archives/30328> 50
- 10- [José Luis Rojas Torrijos\(2021\),"Semi-automated Journalism: Reinforcing Ethics to Make the Most of Artificial Intelligence for Writing News", IN "News Media Innovati](#)