

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

استخدام الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة غرف الأخبار

الدمجة بالمواقع الإخبارية: دراسة ميدانية

Iraqi Journalists' Use of Artificial Intelligence

Technologies in Managing Integrated Newsrooms in

News Websites

م.م. العلاء صلاح عادل

M.M. Alaa Salah Adel

aallaslah@gmail.com

كلية الإعلام – الجامعة الإسلامية – النجف

م.م. مصطفى قاسم علوان

M.M. Mustafa Qasim Alwan

كلية الإعلام – جامعة بغداد

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى تحليل مدى استخدام الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة غرف الأخبار المدمجة داخل المؤسسات الإعلامية الرقمية، ومدى تأثير هذه التقنيات على العمل الصحفي من حيث الكفاءة، الإنتاجية، ودقة المحتوى. مع التحول المتزايد نحو الصحافة الرقمية، أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي، مثل توليد الأخبار تلقائياً، تحليل البيانات، التدقيق اللغوي، وأتمتة إدارة المحتوى، جزءاً أساسياً من بيئة العمل الإعلامي، إلا أن تبني هذه التقنيات في الصحافة العراقية لا يزال يواجه تحديات متعددة.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي، حيث تم جمع البيانات باستخدام استبيان ميداني استهدف ٣٢٧ صحفياً عراقياً يعملون في مختلف وسائل الإعلام، بما في ذلك الصحف الورقية، المواقع الإخبارية الإلكترونية، والقنوات التلفزيونية. وقد تم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل الفئات المختلفة من الصحفيين، مثل المحررين، المراسلين، ومدراء التحرير.

كشفت النتائج أن ٧٠.١% من الصحفيين لديهم معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما يستخدم ٥٤.٩% هذه التقنيات في عملهم اليومي، مما يعكس توجهًا متزايدًا نحو الاعتماد عليها. وكان توليد الأخبار تلقائياً (٤٢.٧%) والتدقيق اللغوي (٣٦.٦%) من أكثر الأدوات استخداماً، في حين أن ٦٤% من الصحفيين أقرروا بأن الذكاء الاصطناعي أثر بشكل كبير على إدارة غرف الأخبار، خاصة في تسريع الإنتاج وتحليل البيانات.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الصحافة الرقمية، غرف الأخبار المدمجة، توليد الأخبار تلقائياً، تحليل البيانات، أتمتة إدارة المحتوى، الإعلام العراقي.

Abstract:

This research aims to analyze the extent to which Iraqi journalists use artificial intelligence (AI) technologies to manage integrated newsrooms within digital media organizations, and the impact of these technologies on journalistic work in terms of efficiency, productivity, and content accuracy. With the increasing shift toward digital journalism, AI tools, such as automated news generation, data analysis, proofreading, and content management automation, have become an essential part of the media work environment. However, the adoption of these technologies in Iraqi journalism still faces multiple challenges.

The research relied on a descriptive survey approach, with data collected using a field questionnaire targeting 327 Iraqi journalists working in various media outlets, including print newspapers, electronic news websites, and television channels. The sample was selected using a stratified random sampling method to ensure representation of different categories of journalists, such as editors, correspondents, and managing editors.

The results revealed that 70.1% of journalists are familiar with AI technologies, while 54.9% use these technologies in their daily work, reflecting a growing trend toward their reliance. Automated news generation (42.7%) and proofreading (36.6%) were the most commonly used tools, while 64% of journalists acknowledged that artificial intelligence had significantly impacted newsroom management, particularly in accelerating production and analyzing data.

Keywords: Artificial intelligence, digital journalism, integrated newsrooms, automated news generation, data analytics, content management automation, Iraqi media.

مقدمة

يشهد العالم تحولات رقمية متسارعة في مختلف القطاعات، وأصبح الذكاء الاصطناعي (AI) واحدًا من أهم التقنيات التي تعيد تشكيل المشهد الإعلامي والصحفي. فقد دخل الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار كمساعد قوي للصحفيين، حيث يساهم في أتمتة العمليات التحريرية، وتحليل البيانات الضخمة، وإنتاج الأخبار، مما أدى إلى تغيير جوهري في أساليب إنتاج المحتوى وإدارته. هذه التطورات تفرض تحديات وفرصًا في آن واحد، خاصة في الدول التي تمر بمرحلة تحول رقمي تدريجي، مثل العراق.

يعد المشهد الإعلامي العراقي بيئة ديناميكية تتأثر بالتقنيات الحديثة، ومع تزايد الاعتماد على الصحافة الرقمية، أصبح من الضروري فهم مدى اندماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

الصحفي اليومي داخل غرف الأخبار العراقية. حيث يمكن لهذه التقنيات أن تسهم في تحسين كفاءة العمل، وتسريع إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات بشكل أكثر دقة، لكنها قد تثير أيضاً قضايا تتعلق بجودة الأخبار، والمصداقية، والأخلاقيات الصحفية، بالإضافة إلى المخاوف من تأثيرها على فرص العمل الصحفي التقليدي.

يركز هذا البحث على تحليل مدى استخدام الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدى وعيهم بها، وتأثيرها على سير العمل الصحفي. كما يسعى إلى تسليط الضوء على التحديات التي تواجه تبني هذه التقنيات، مثل نقص التدريب، وقلة الوعي، والتكلفة العالية، بالإضافة إلى المخاوف المرتبطة بفقدان الوظائف أو الاعتماد المفرط على الأنظمة الآلية في صناعة الأخبار. عن طريق استعراض وتحليل البيانات المستمدة من استبيانات ميدانية، يقدم هذا البحث تصوراً واضحاً عن واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية، مع التركيز على فوائده، ومعيقاته، وتأثيره على كفاءة العمل الصحفي. كما يناقش مستقبل هذه التقنيات في العراق، وإمكانية دمجها بشكل أكثر فعالية من خلال برامج تدريبية واستراتيجيات تأهيل متطورة، لضمان الاستفادة القصوى من إمكاناتها دون التأثير سلباً على القيم الصحفية الأساسية.

المبحث الأول الاطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

في ظل التطور التكنولوجي السريع، أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً محورياً في قطاع الإعلام، خصوصاً في إدارة غرف الأخبار المدمجة. وعلى الرغم من انتشار هذه التقنيات على المستوى العالمي، إلا أن هناك غموضاً يحيط بمستوى استخدامها وتأثيرها في المؤسسات الإعلامية العراقية.

تتمثل مشكلة البحث في وجود فجوة معرفية حول كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العراقية، ومدى تأثيره على كفاءة العمل الصحفي وتحديات استخدامه. ومن هذه المشكلة يبرز تساؤل رئيسي (الى أي مدى يستخدم الصحفيون العراقيون تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة غرف الأخبار المدمجة في المواقع الإخبارية، وما تأثير ذلك على كفاءة العمل الصحفي؟) ومن هذا التساؤل تنفرع التساؤلات الفرعية التالية :

١. ما مستوى معرفة الصحفيين العراقيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الصحافة؟
٢. ما هي أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً في غرف الأخبار العراقية؟
٣. ما تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على كفاءة العمل الصحفي في غرف الأخبار المدمجة؟
٤. ما أبرز التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
٥. كيف يُتوقع أن يتطور استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية في المستقبل؟

ثانياً : أهمية البحث

م.م. العلاء صلاح عادل..... م.م. مصطفى قاسم علوان

١. **الأهمية العلمية:** يساهم البحث في إثراء المعرفة الأكاديمية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، مما يعزز الأدبيات المتعلقة بصحافة الذكاء الاصطناعي. و يساعد في توجيه الأبحاث المستقبلية نحو دراسة تأثير التقنيات الذكية على المحتوى الإعلامي ودور الصحفي.

٢. **الأهمية المجتمعية:** زيادة وعي المجتمع بتأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الأخبار والمحتوى الإعلامي. وتعزيز الثقة بالمؤسسات الإعلامية التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال تحسين جودة ودقة الأخبار.

٣. **الأهمية المؤسسية:** يساعد هذا البحث المؤسسات الإعلامية على فهم فوائد وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي، مما يعزز قدرتها على اتخاذ قرارات استراتيجية. و تقديم توصيات عملية لتطوير البنية التحتية الرقمية، بما يساهم في تحقيق التكامل بين التقنيات الذكية وأساليب العمل التقليدية.

ثانياً: أهداف البحث

١. تحليل مستوى معرفة الصحفيين العراقيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأدواته المستخدمة في الصحافة.
٢. تحديد أكثر الأدوات استخداماً في غرف الأخبار المدمجة وتأثيرها على جودة المحتوى وكفاءة العمل.
٣. قياس تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة غرف الأخبار وتحسين الأداء التحريري.
٤. استكشاف التحديات التي تواجه الصحفيين في استخدام الذكاء الاصطناعي.
٥. تقديم توصيات لتطوير برامج تدريبية وزيادة الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية.

رابعاً: منهج البحث ونوعه :

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي المسحي، حيث تسعى إلى تقديم دراسة ميدانية حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العراقية، من خلال رصد واقع تَبَيَّن هذه التقنيات، وتحليل مدى تأثيرها على سير العمل الصحفي، وآليات التكيف معها داخل المؤسسات الإعلامية.

خامساً : اداة البحث :

تم استخدام اداة الاستبانة كوسيلة رئيسة لجمع البيانات من الصحفيين العراقيين العاملين في المواقع الإخبارية،

سادساً: مجتمع البحث وعينته :

يمثل مجتمع البحث الصحفيون العاملون في غرف الأخبار المدمجة في المواقع الإخبارية العراقية، وتم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل الفئات المختلفة من الصحفيين (محررون، مراسلون، مدراء تحرير)، وبلغ حجمها ٣٢٧ صحفياً من مختلف المؤسسات الإعلامية العراقية، بما في ذلك الصحف الورقية، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، وقنوات التلفزيون .

سابعاً: مجالات البحث:

١. المجال المكاني:

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

يركز البحث على المؤسسات الإعلامية العراقية بمختلف أنواعها (صحف، مواقع إخبارية، قنوات تلفزيونية).

٢. المجال الزمني:

من يناير ٢٠٢٥ إلى بداية فبراير ٢٠٢٥، بما يعكس التحولات والتطورات الحديثة في استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية.

ثامناً: النظرية الموجهة للبحث:

يعتمد هذا البحث على نظرية الابتكار التكنولوجي (Diffusion of Innovations Theory) لـ إيفرت روجرز (Everett M. Rogers) كإطار نظري لتفسير اعتماد الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة غرف الأخبار المدمجة.

تفسير النظرية:

تُعد نظرية الابتكار التكنولوجي من أهم النظريات التي تفسر كيف ولماذا وبأي سرعة تنتشر الابتكارات (مثل تقنيات الذكاء الاصطناعي) بين الأفراد أو المؤسسات. ووفقاً لـ روجرز، فإن عملية تبني الابتكار تمر بخمس مراحل رئيسية:

١. المعرفة (Knowledge): عندما يتعرف الأفراد على وجود الابتكار ويكتسبون فهماً لكيفية عمله.

٢. الإقناع (Persuasion): عندما يشكل الأفراد موقفاً إيجابياً أو سلبياً تجاه الابتكار.

٣. القرار (Decision): عندما يقرر الأفراد تبني أو رفض الابتكار.

٤. التنفيذ (Implementation): عندما يبدأ الأفراد في استخدام الابتكار بشكل فعلي.

٥. التأكيد (Confirmation): عندما يسعون لتعزيز قرارهم من خلال تجاربهم الشخصية أو من خلال المعلومات الخارجية.

تطبيق النظرية على البحث:

في سياق هذا البحث، يتم توظيف هذه النظرية لفهم مدى معرفة الصحفيين العراقيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي (مرحلة المعرفة)، واتجاهاتهم نحو استخدامها (مرحلة الإقناع)، وقراراتهم بتبنيها أو رفضها (مرحلة القرار). كما تساعد النظرية في تحليل كيفية استخدام الصحفيين لهذه التقنيات في غرف الأخبار (مرحلة التنفيذ) ومدى استمرارهم في استخدامها أو تغيير مواقفهم تجاهها (مرحلة التأكيد).

تُفسر النظرية أيضاً العوامل المؤثرة في عملية التبني مثل:

١- الميزة النسبية (Relative Advantage): كتحسين الكفاءة وسرعة الإنتاج.

٢- التوافق (Compatibility): مع سير العمل التقليدي في غرف الأخبار.

٣- التعقيد (Complexity): وصعوبة تعلم واستخدام بعض التقنيات.

م.م. العلاء صلاح عادل.....م.م. مصطفى قاسم علوان

٤-الإمكانية التجريبية (Trialability): ومدى قدرة الصحفيين على اختبار التقنيات قبل اعتمادها الكامل.

٥-الملاحظة (Observability): لرؤية فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل ملموس. وفقاً لـ روجرز (٢٠٠٣)، فإن تبني الابتكارات في السياقات المهنية يعتمد بشكل كبير على الإدراك الشخصي لفوائد الابتكار ومدى توافقه مع القيم والممارسات القائمة (Rogers, 2003). ويعد هذا الإطار مناسباً لدراسة كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العراقية.

تاسعا: الدراسات السابقة

في ضوء التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من صناعة الإعلام، حيث يؤثر بشكل كبير على أساليب جمع الأخبار، وإنتاجها، وتحريرها. تسلط هذه الدراسات السابقة الضوء على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار المدمجة، مع التركيز على تأثيره على الممارسات الصحفية، وأبرز التحديات التي تواجه الصحفيين في هذا المجال.

أولاً: الدراسات العربية

١. الحسيني، محمد (٢٠٢٢).

استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية: دراسة تحليلية على المواقع الإخبارية العربية. مجلة الدراسات الإعلامية، ١٥(٢)، ٧٨-٥٥.

تناولت هذه الدراسة التحليلية تطور استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية، ومدى اعتماده في تحرير الأخبار وتوليد المحتوى الإعلامي. ركزت الدراسة على تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الخوارزميات الذكية، والروبوتات الصحفية، وتحليل البيانات الضخمة في مواقع الأخبار الإلكترونية. خلصت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم في تسريع عمليات التحرير ونشر الأخبار، لكن الاعتماد عليه لا يزال محدوداً في الصحف العربية بسبب نقص التدريب والخوف من فقدان الوظائف التقليدية.

٢. السيد، أحمد (٢٠٢١).

أثر الذكاء الاصطناعي على ممارسات الصحفيين في المؤسسات الإعلامية العربية: دراسة ميدانية على الصحف الإلكترونية. مجلة الإعلام الرقمي، ١٠(١)، ١١٢-١٣٥.

اعتمدت هذه الدراسة على استبيانات ومقابلات مع صحفيين يعملون في مؤسسات إعلامية عربية، حيث تم تحليل مواقفهم تجاه الذكاء الاصطناعي ومدى استخدامه في التحرير والإنتاج الصحفي. أشارت الدراسة إلى أن الصحفيين يستخدمون الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات وصياغة الأخبار السريعة، لكن لا يزال هناك تحفظات بشأن تأثيره على جودة المحتوى الصحفي. من بين النتائج المهمة، وجدت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُحسن دقة الأخبار وسرعة النشر، لكنه يواجه تحديات في فهم السياقات الثقافية والاجتماعية للأخبار.

٣. العامري، حسن (٢٠٢٠).

توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية: دراسة ميدانية على غرف الأخبار في القنوات الفضائية العراقية. مجلة أبحاث الاتصال، ٩(٣)، ٨٩-١١٠.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الإنكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التلفزيونية العراقية، ومدى استعداد الصحفيين للتكيف مع هذه التكنولوجيا. شملت الدراسة تحليلاً لمستوى تبني الذكاء الاصطناعي في القنوات العراقية الكبرى، وأظهرت النتائج أن هناك توجهًا متزايدًا نحو الاعتماد عليه، خاصة في تحليل البيانات والتنبؤ بالأحداث. أبرزت الدراسة وجود عقبات مثل ضعف البنية التحتية التكنولوجية، وعدم توفر التدريب الكافي للصحفيين، مما يحد من انتشار استخدام هذه التقنيات على نطاق واسع.

ثانيًا: الدراسات الأجنبية

١. لويس، إس. سي، جوزمان، إيه. إل، وشميت، تي. آر. (٢٠٢٢). الذكاء الاصطناعي في الصحافة: الأتمتة وممارسات غرف الأخبار. مجلة الصحافة والاتصال الجماهيري الفصلية، ٩٩(٤)، ٦٧٥-٧٠٠.

ركزت الدراسة على كيفية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العالمية، ومدى تأثيرها على إنتاج الأخبار. أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم بشكل متزايد في عمليات التحرير وإنتاج الأخبار الآلية، حيث يتم الاعتماد عليه في صياغة تقارير مالية ورياضية تعتمد على البيانات. خلصت الدراسة إلى أن الصحفيين أصبحوا يعتمدون على الذكاء الاصطناعي في تحليل كميات هائلة من البيانات، لكنه لا يزال غير قادر على استبدال المهارات التحريرية الإبداعية.

٢. كارلسون، م. (٢٠٢١). المراسل الروبوتي: الذكاء الاصطناعي ومستقبل كتابة الأخبار. الصحافة الرقمية، ٩(٢)، ٢٢٠-٢٣٧.

تناولت الدراسة تأثير الصحافة المؤتمتة على جودة الأخبار، ومدى قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج محتوى صحفي دقيق ومتميز. درست كيف يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الاقتصادية والرياضية، حيث يمكنه جمع البيانات وتحليلها وكتابة تقارير خلال ثوانٍ قليلة. أشارت الدراسة إلى أن الصحفيين يخشون أن تؤدي هذه التقنيات إلى تقليل الحاجة للصحفيين البشريين، لكنها أكدت أن الإبداع والتفكير النقدي يظلان من اختصاص الإنسان.

٣. ويستلند، أو، ولويس، إس. سي. (٢٠٢٠). أتمتة الأخبار: التحديات والفرص في الصحافة المدفوعة بالذكاء الاصطناعي. دراسات الصحافة، ٢١(٧)، ٩٠٥-٩٢٣.

ناقشت الدراسة تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية، خاصة فيما يتعلق بالأخلاقيات الصحفية والمسؤولية التحريرية. أكدت أن الأتمتة توفر فرصًا كبيرة لتوفير الوقت والتكلفة، لكنها تطرح تساؤلات حول دقة الأخبار وحياديتها. اقترحت الدراسة ضرورة تطوير مهارات الصحفيين لمواكبة هذه التحولات، مع التأكيد على دورهم في الإشراف على الأخبار المنتجة آليًا.

خلاصة الدراسات السابقة

أظهرت الدراسات العربية أن الصحفيين في العالم العربي بدأوا في تبني الذكاء الاصطناعي، لكنه لا يزال محدودًا بسبب نقص التدريب والخوف من فقدان الوظائف. كشفت الدراسات الأجنبية عن دور متزايد للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، خاصة في الصحافة الاقتصادية والرياضية، لكنه لا يزال غير قادر على إنتاج محتوى إبداعي.

المبحث الثاني: الإطار النظري للمبحث

تمهيد:

يشهد العالم تطورًا تكنولوجيًا متسارعًا، خاصة في مجال الذكاء الاصطناعي، الذي بدأ يؤثر بشكل كبير على صناعة الإعلام وإدارة غرف الأخبار. يُعد الذكاء الاصطناعي أحد أبرز الابتكارات التكنولوجية التي غيّرت طبيعة العمل الصحفي، من خلال تحسين كفاءة الإنتاج الإعلامي، وتبسيط عمليات التحرير، وتوفير أدوات تحليل البيانات.

في هذا السياق، يستعرض هذا الإطار النظري المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي في الصحافة، واستخداماته في غرف الأخبار، وتأثيره على العمل الصحفي، بالإضافة إلى التحديات والفرص التي يقدمها للصحفيين. كما يستند الإطار إلى نظرية الابتكار التكنولوجي لإيفرت روجرز لتفسير تبني الصحفيين العراقيين لهذه التقنيات.

أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

يعرف الذكاء الاصطناعي (AI) بأنه "قدرة الأنظمة الحاسوبية على تنفيذ مهام تتطلب عادةً ذكاءً بشرياً، مثل الفهم اللغوي، والتعلم، وحل المشكلات، واتخاذ القرارات" (Russell & Norvig, 2021).

في مجال الصحافة، يشمل الذكاء الاصطناعي مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تستخدم لتوليد الأخبار، وتحليل البيانات، وتصحيح النصوص، وأتمتة إدارة المحتوى. وفقاً لـ إيفانز (Evans, 2019)، يساعد الذكاء الاصطناعي الصحفيين على زيادة سرعة الإنتاج الإعلامي، وتحسين دقة التحرير، وتخصيص المحتوى للجمهور المستهدف.

ثانياً: استخدامات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار:

أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي جزءاً لا يتجزأ من إدارة غرف الأخبار الحديثة، حيث تساعد في:

1. توليد الأخبار تلقائياً: تستخدم أدوات مثل ChatGPT و Wordsmith في كتابة الأخبار الرياضية والمالية بسرعة ودقة (Carlson, 2020).
2. تحليل البيانات واستخراج المعلومات: تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل كميات هائلة من البيانات للحصول على رؤى صحفية معمقة (Hermida, 2019).
3. التدقيق اللغوي وتصحيح النصوص: تُستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى من خلال تصحيح الأخطاء اللغوية والنحوية (Clerwall, 2019).
4. أتمتة إدارة المحتوى: تسهل تقنيات الذكاء الاصطناعي عملية نشر وتوزيع الأخبار عبر منصات متعددة بشكل آلي (Marconi & Siegman, 2020).

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

ثالثاً: تأثير الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي:

١. تعزيز الكفاءة الإنتاجية:
أظهرت الدراسات أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تسريع العمليات التحريرية وتقليل الوقت المستغرق في البحث والتحليل، مما يزيد من إنتاجية الصحفيين (Fanta, 2018).
٢. تحسين جودة ودقة المحتوى:
بفضل أدوات التدقيق اللغوي وتحليل البيانات، يتمتع الصحفيون بقدرة أكبر على إنتاج محتوى دقيق وموثوق (Graefe, 2016).
٣. تغيير دور الصحفي:

أدى استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تحول دور الصحفي من كاتب ومحرر إلى محلل ومشرف على المحتوى، حيث يتطلب الأمر مهارات جديدة في التعامل مع الأدوات الرقمية (Linden, 2021).
رابعاً: التحديات والفرص في استخدام الذكاء الاصطناعي بالصحافة:

١. التحديات:
قلة الوعي والمعرفة: أشارت دراسة (Hermida 2019) إلى أن هناك نقصاً في فهم كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بفعالية في الصحافة.
مخاوف فقدان الوظائف: يثير استخدام الذكاء الاصطناعي مخاوف من تأثيره على فرص العمل التقليدية للصحفيين (Westlund, 2020).
الأخطاء والتمييز الخوارزمي: قد تتركب أنظمة الذكاء الاصطناعي أخطاءً أو تتسبب في تحيزات غير مقصودة في المحتوى (Narine & Iliev, 2021).
٢. الفرص:
زيادة الابتكار الصحفي: يتيح الذكاء الاصطناعي الفرصة للصحفيين لتطوير أشكال جديدة من المحتوى، مثل التقارير التفاعلية والقصص المعتمدة على البيانات (Marconi & Siegman, 2020).
تحسين تجربة المستخدم: من خلال تخصيص المحتوى للجمهور بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم الرقمي (Clerwall, 2019).

المبحث الثالث: الدراسة العملية

يهدف هذا المبحث إلى تقديم تحليل عملي حول استخدام الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار المدمجة في المواقع الإخبارية العراقية، عن طريق استبيان ميداني شمل عينة واسعة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة. تم تصميم أداة الاستبانة لقياس مدى المعرفة بهذه التقنيات، مستويات استخدامها، التحديات التي تواجه تبنيها، وتأثيرها على العمل الصحفي ومستقبله في العراق.

❖ البيانات الديمغرافية للصحفيين

جدول (1): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكور	200	61.2%
إناث	127	38.8%
المجموع	327	100%

يُظهر الجدول أن نسبة الذكور في العينة بلغت ٦١.٢%، بينما بلغت نسبة الإناث ٣٨.٨%. يشير هذا التفاوت إلى أن الذكور يشكلون الأغلبية بين الصحفيين الذين شملهم البحث، مما قد يعكس طبيعة سوق العمل الصحفي في العراق.

جدول (2): توزيع العينة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	العدد	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	45	13.8%
25 – 34 سنة	120	36.7%
35 – 44 سنة	95	29.1%
45 – 54 سنة	50	15.3%
55 سنة فأكثر	17	5.2%
المجموع	327	100%

تشير النتائج إلى أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً هي الفئة من ٢٥ إلى ٣٤ سنة (٣٦.٧%)، تليها الفئة من ٣٥ إلى ٤٤ سنة (٢٩.١%). تعكس هذه الأرقام أن أغلب الصحفيين المشاركين في البحث هم من الشباب ومتوسطي العمر، مما قد يكون مؤشراً على انفتاحهم على التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي.

جدول (3): توزيع العينة حسب التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
دبلوم	50	15.3%
بكالوريوس	180	55.0%
ماجستير	75	22.9%
دكتوراه	22	6.7%
المجموع	327	100%

يُظهر الجدول أن غالبية الصحفيين في العينة حاصلون على شهادة البكالوريوس (٥٥.٠%)، يليهم حملة الماجستير (٢٢.٩%)، بينما تمثل نسبة حملة الدكتوراه ٦.٧% فقط. يشير هذا إلى أن أغلب الصحفيين العراقيين لديهم تعليم أكاديمي متقدم، مما قد يساهم في قدرتهم على التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

١- معرفة واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي :

جدول (٤) يبين مدى معرفة واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	230	70.1%
كلا	98	29.9%
المجموع	327	100%

يُظهر نتائج الجدول الى ان مستوى معرفة الصحفيين العراقيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامهم لها في غرف الأخبار المدمجة في المواقع الإخبارية كانت مرتفعة . اذ بلغت نسبة الصحفيين الذين أفادوا بأنهم على دراية بهذه التقنيات ويستخدمونها (٧٠.١%)، وهو ما يعادل ٢٣٠ صحفياً من إجمالي المشاركين في الاستبيان. في المقابل، أشار ٢٩.٩% من المشاركين، أي ٩٨ صحفياً، إلى عدم معرفتهم أو استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي.

تعكس هذه النتائج درجة تبني الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي الرقمية، حيث تشير النسبة المرتفعة للمستخدمين (٧٠.١%) إلى وجود وعي متزايد بأهمية هذه التقنيات ودورها في تحسين الإنتاجية وتسهيل عمليات التحرير وإعداد الأخبار. يمكن تفسير هذه النسبة بعدة عوامل، منها:

١- التوجه المتزايد نحو الرقمنة في الإعلام: مع التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الإعلام، أصبح من الضروري تبني أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات، وتصنيف الأخبار، وتحرير المحتوى تلقائياً، مما يجعل استخدامها ضرورة مهنية وليست مجرد خيار.

٢- التدريب والتأهيل التقني: قد يكون عدد كبير من الصحفيين قد تلقوا تدريبات أو ورش عمل حول كيفية دمج الذكاء الاصطناعي في عملهم، مما ساهم في رفع نسبة المستخدمين.

٣- حاجة المؤسسات الإعلامية إلى الكفاءة والسرعة: في ظل المنافسة القوية بين المؤسسات الإعلامية، أصبح الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية لتحسين كفاءة العمل الصحفي، لا سيما في تحليل البيانات الضخمة، والتعرف على الأنماط في الأخبار، وحتى في عمليات التحقق من صحة المعلومات.

أما نسبة الصحفيين الذين لا يستخدمون الذكاء الاصطناعي (٢٩.٩%)، فقد تعود إلى عدة أسباب، منها:

١- نقص المعرفة أو التدريب: قد يكون بعض الصحفيين غير مطلعين بشكل كافٍ على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي أو لم تتح لهم الفرصة لتلقي تدريب عملي حول هذه الأدوات.

مقاومة التغيير التكنولوجي: قد يعاني بعض الصحفيين من مقاومة تبني التقنيات الحديثة، إما بسبب القلق من تأثيرها على فرص العمل التقليدية أو بسبب تفضيلهم للأساليب التحريرية التقليدية.

م.م العلاء صلاح عادل م.م مصطفى قاسم علوان

٢- عدم توفر الأدوات المناسبة: قد يكون بعض الصحفيين يعملون في مؤسسات إعلامية لا تمتلك الموارد التقنية أو البنية التحتية اللازمة لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي اليومي. بشكل عام، تعكس النتائج توجهًا إيجابيًا نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية، حيث تفوق نسبة المستخدمين نسبة غير المستخدمين بفارق كبير، وهذا يشير إلى أن الصحافة العراقية بدأت تشهد تحولًا تقنيًا يعزز من كفاءة وجودة الإنتاج الإعلامي لكنه في الوقت ذاته يشير إلى الحاجة إلى مزيد من الجهود في مجال التدريب ونشر الوعي لضمان استفادة جميع الصحفيين من الإمكانيات التي توفرها هذه التقنيات.

٢- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي :

جدول (٥) بوضوح مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي اليومي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	180	54.9%
كلا	148	45.1%

يُظهر الجدول أعلاه أن نسبة الصحفيين العراقيين الذين يستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي اليومي بلغت ٥٤.٩%، أي ١٨٠ صحفيًا من إجمالي المشاركين، بينما بلغت نسبة الصحفيين الذين لا يستخدمون هذه التقنيات بشكل يومي ٤٥.١%، أي ١٤٨ صحفيًا. تعكس هذه النتائج مستوى دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية اليومية، حيث تشير نسبة الاستخدام المرتفعة نسبيًا (٥٤.٩%) إلى أن أكثر من نصف الصحفيين يعتمدون على هذه التقنيات في أداء مهامهم. يمكن تفسير ذلك بالعوامل التالية:

١- زيادة الحاجة إلى الكفاءة والسرعة في العمل الصحفي: أصبحت غرف الأخبار تعتمد بشكل متزايد على أدوات الذكاء الاصطناعي لإنجاز المهام التحريرية بسرعة ودقة، مثل تحليل الأخبار، وتصنيف المحتوى، وإجراء التدقيق اللغوي، وصياغة العناوين المقترحة.

٢- توفر أدوات الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامها: مع تطور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، أصبح استخدامها أكثر انتشارًا وسهولة، مما يسهل على الصحفيين دمجها في عملهم اليومي دون الحاجة إلى مهارات تقنية متقدمة.

٣- التوجه العام نحو الصحافة الرقمية: مع التحول الرقمي، أصبح هناك اهتمام متزايد باستخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات، التحقق من الأخبار المزيفة، وإنشاء المحتوى التفاعلي، ما يدفع الصحفيين إلى استخدام هذه الأدوات يوميًا.

أما نسبة الصحفيين الذين لا يستخدمون الذكاء الاصطناعي يوميًا (٤٥.١%)، فقد تعود إلى عدة أسباب، منها:

١- الاستخدام غير المنتظم أو المحدود: قد يكون بعض الصحفيين على دراية بتقنيات الذكاء الاصطناعي ولكنهم لا يستخدمونها بشكل يومي، إما بسبب طبيعة عملهم أو اعتمادهم على أساليب تقليدية أكثر في التحرير والإنتاج.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٢-نقص التدريب والتأهيل: عدم امتلاك بعض الصحفيين المهارات الكافية لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي قد يكون سبباً في عدم دمج هذه التقنيات بشكل مستمر.

٣-قلة الموارد التقنية في بعض المؤسسات الإعلامية: قد تكون بعض غرف الأخبار غير مجهزة بالبرمجيات المتقدمة أو تفتقر إلى السياسات التي تشجع استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي.

٤-مقاومة التغيير والخوف من تأثير الذكاء الاصطناعي على الوظائف: بعض الصحفيين قد يتجنبون استخدام الذكاء الاصطناعي خوفاً من أن يؤدي ذلك إلى تقليل الحاجة إلى العنصر البشري في التحرير الصحفي.

تشير هذه النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي بدأ يأخذ حيزاً مهماً في العمل الصحفي اليومي، ولكن لا يزال هناك تباين في مدى استخدامه بين الصحفيين. ورغم أن نسبة المستخدمين تفوق غير المستخدمين، إلا أن الفجوة ليست كبيرة، مما يشير إلى الحاجة إلى مزيد من التدريب والتوعية حول الفوائد العملية لهذه التقنيات. كما يمكن للمؤسسات الإعلامية توفير مزيد من الدعم الفني والتدريبي لضمان استفادة جميع الصحفيين من إمكانيات الذكاء الاصطناعي وتعزيز استخدامه كأداة مساعدة في العمل الصحفي اليومي.

٣-التقنيات او الادوات المستخدمة

جدول (٦) يبين التقنيات أو الأدوات المستخدمة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
توليد الأخبار تلقائياً مثل (ChatGPT)	140	42.7%
تصحيح النصوص والتدقيق اللغوي	120	36.6%
تحليل البيانات واستخراج المعلومات	100	30.5%
الترجمة الآلية	85	25.9%
أتمتة إدارة المحتوى	95	28.9%
أخرى	50	15.2%

تُظهر نتائج الجدول أن الصحفيين العراقيين يعتمدون على مجموعة متنوعة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم اليومي، مع تباين في مدى انتشار كل تقنية وفقاً لاحتياجاتهم ومجالات عملهم. فقد برزت أدوات توليد الأخبار تلقائياً، مثل ChatGPT، كأكثر التقنيات استخداماً بنسبة ٤٢.٧%، مما يعكس تحولاً كبيراً نحو الأتمتة في صناعة الأخبار. هذا الانتشار يعزى إلى قدرة هذه الأدوات على تسريع عملية إعداد المحتوى، سواء عبر إنتاج مسودات جاهزة أو اقتراح عناوين وصيغ تحريرية تلبي متطلبات السرعة في النشر. ومع ذلك، فإن استخدام هذه التقنيات لا يزال يتطلب تدخلاً بشرياً لضمان دقة المعلومات وجودة الصياغة.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

جدول (٧) يبين تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة غرف الأخبار

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	210	64.0%
كلا	45	13.7%
إلى حد ما	73	22.3%

تشير نتائج الجدول إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح يلعب دورًا بارزًا في إدارة غرف الأخبار، حيث أفاد ٦٤.٠% من الصحفيين المشاركين بأن هذه التقنيات كان لها تأثير واضح على بيئة العمل الصحفي، في حين رأى ١٣.٧% منهم أنها لم تؤثر، بينما عبّر ٢٢.٣% عن أن التأثير موجود ولكن بشكل محدود.

تُظهر النسبة المرتفعة للمؤيدين لفكرة تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة غرف الأخبار (٦٤.٠%) أن هناك تحولًا كبيرًا في طريقة عمل المؤسسات الإعلامية، حيث بدأت تعتمد بشكل متزايد على الأدوات الذكية في تنظيم وإدارة المحتوى الإخباري. يعود هذا التأثير إلى عدة عوامل رئيسية، منها:

١- تحسين كفاءة سير العمل: تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في أتمتة المهام الروتينية مثل تصنيف الأخبار، وتحديد الأولويات التحريرية، وجدولة النشر، مما يتيح للصحفيين التركيز على المهام الإبداعية والتحليلية بدلًا من الأعمال المتكررة.

٢- تعزيز سرعة الإنتاج الصحفي: بفضل الأدوات الذكية التي تساعد في إعداد المسودات الأولية للأخبار، وتصحيح النصوص تلقائيًا، وتحليل البيانات الضخمة، أصبح بإمكان غرف الأخبار مواكبة الأحداث بسرعة أكبر وتقديم محتوى دقيق وفي الوقت الفعلي.

٣- تحليل تفاعل الجمهور واتخاذ قرارات تحريرية ذكية: تعتمد بعض المؤسسات الإعلامية على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل أداء الأخبار، حيث تُستخدم أدوات تحليل البيانات لفهم ما يفضلهُ الجمهور، مما يساعد في توجيه القرارات التحريرية بطريقة أكثر استهدافًا ودقة.

أما نسبة الصحفيين الذين أشاروا إلى أن تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة غرف الأخبار كان "إلى حد ما" (٢٢.٣%)، فقد يكون ذلك بسبب أن بعض المؤسسات الإعلامية لم تصل بعد إلى مرحلة التكامل الكامل مع هذه التقنيات، أو ربما تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في نطاق محدود دون استغلال إمكاناتها الكاملة. قد يعود ذلك أيضًا إلى مقاومة التغيير داخل غرف الأخبار، حيث يفضل بعض الصحفيين الأساليب التقليدية في التحرير والإدارة.

أما الفئة التي لم تلاحظ تأثيرًا واضحًا للذكاء الاصطناعي على إدارة غرف الأخبار (١٣.٧%)، فقد يكون السبب في ذلك أن بعض المؤسسات الإعلامية لا تزال تعتمد على الطرق اليدوية في تنظيم العمل التحريري، أو أن تقنيات الذكاء الاصطناعي المتاحة لها لم تثبت فعاليتها بشكل كافٍ بعد. كما

م.م العلاء صلاح عادل.....م.م مصطفى قاسم علوان

يمكن أن يكون السبب متعلقًا بنقص التدريب أو الوعي حول كيفية دمج هذه التقنيات في العمل الصحفي اليومي.

تعكس هذه النتائج حقيقة أن الذكاء الاصطناعي أصبح جزءًا أساسيًا من إدارة غرف الأخبار، مما يؤكد ضرورة تعزيز الاستفادة من هذه التقنيات لضمان أقصى فاعلية في العمل الصحفي. ورغم أن التأثير لا يزال متفاوتًا بين المؤسسات المختلفة، إلا أن الاتجاه العام يشير إلى تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في تحسين الإنتاجية واتخاذ القرارات التحريرية المدعومة بالبيانات، مما يجعل من الضروري توفير تدريبات متخصصة للصحفيين لضمان قدرتهم على التعامل بفعالية مع هذه الأدوات في المستقبل.

٥-تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في غرفة الاخبار

جدول (٨) يبين تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
39.6%	130	قلة الوعي والمعرفة بهذه التقنيات
35.1%	115	نقص التدريب والدعم الفني
25.9%	85	التكلفة العالية
22.9%	75	مخاوف من فقدان الوظائف
15.2%	50	أخرى

تشير نتائج الجدول إلى وجود مجموعة من التحديات التي تواجه الصحفيين العراقيين عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، إذ كانت أبرز هذه التحديات قلة الوعي والمعرفة بهذه التقنيات بنسبة ٣٩.٦٪، يليها نقص التدريب والدعم الفني بنسبة ٣٥.١٪، بينما شكّلت التكلفة العالية ومخاوف فقدان الوظائف تحديات إضافية بنسب ٢٥.٩٪ و ٢٢.٩٪ على التوالي. كما أشارت نسبة ١٥.٢٪ من المشاركين إلى تحديات أخرى لم يتم تحديدها في الاستبيان.

يعد نقص الوعي والمعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي العائق الأكبر الذي يواجه الصحفيين، إذ أشار ٣٩.٦٪ من المشاركين إلى أنهم لا يمتلكون الفهم الكافي لكيفية عمل هذه الأدوات أو كيفية دمجها بفعالية في العمل الصحفي. يمكن أن يعود هذا الأمر إلى غياب مناهج تعليمية متخصصة في الصحافة الرقمية، أو نقص ورش العمل التي تعرّف الصحفيين بآخر التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى تردد في تبني هذه التقنيات داخل غرف الأخبار.

أما نقص التدريب والدعم الفني، والذي يشكّل تحديًا لـ ٣٥.١٪ من الصحفيين، فيُعتبر امتدادًا للمشكلة السابقة، حيث إن معرفة الصحفيين بهذه التقنيات لا تكفي وحدها، بل يجب أن تكون مدعومة بتدريبات عملية ودعم تقني لضمان قدرتهم على الاستفادة الكاملة منها. تعاني بعض المؤسسات الإعلامية من غياب فرق دعم متخصصة لمساعدة الصحفيين على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح، مما يجعل الاستفادة منها محدودة أو غير فعالة.

بالإضافة إلى ذلك، شكّلت التكلفة العالية عائقًا أمام ٢٥.٩٪ من الصحفيين، حيث تتطلب بعض الأدوات الذكية اشتراكات مدفوعة أو تجهيزات تقنية متطورة، مما قد يكون عبئًا على المؤسسات

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

الإعلامية، خاصة تلك ذات الميزانيات المحدودة. وعلى الرغم من وجود بعض الأدوات المجانية، إلا أن الخيارات الأكثر احترافية تتطلب استثمارات مالية قد لا تكون متاحة لجميع غرف الأخبار. أما المخاوف المتعلقة بفقدان الوظائف، فقد أشار إليها ٢٢.٩% من المشاركين، مما يعكس القلق من أن يؤدي التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تقليل الحاجة إلى الصحفيين البشريين، خاصة في المهام التي يمكن أتمتتها مثل تحرير الأخبار، التدقيق اللغوي، والتحليل الإخباري. ومع ذلك، لا تزال الصحافة بحاجة إلى العنصر البشري للإبداع، التحليل، والتفسير، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي كمساعد وليس بديلاً كاملاً للصحفيين.

أخيراً، أشار ١٥.٢% من المشاركين إلى تحديات أخرى، والتي قد تشمل مشكلات مثل ضعف البنية التحتية التكنولوجية، مقاومة التغيير داخل المؤسسات الإعلامية، وصعوبات في دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع الأنظمة التحريرية التقليدية.

تكشف هذه النتائج عن ضرورة اتخاذ خطوات عملية لمعالجة هذه التحديات، مثل توفير برامج تدريبية متخصصة للصحفيين، وزيادة الوعي حول فوائد الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وتطوير سياسات تضمن تكامل الذكاء الاصطناعي مع العمل الصحفي دون تهديد الوظائف. كما ينبغي على المؤسسات الإعلامية البحث عن حلول تقنية بتكاليف مناسبة لضمان إمكانية استفادة الجميع من هذه الأدوات، مما سيسهم في تحسين كفاءة غرف الأخبار وتعزيز جودة العمل الصحفي في العصر الرقمي.

٦- مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية :

جدول (٩) يبين مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	220	67.1%
كلا	48	14.6%
غير متأكد	60	18.3%

تشير نتائج الجدول إلى تفاؤل واضح بين الصحفيين العراقيين بشأن مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة، حيث يرى ٦٧.١% منهم أن الذكاء الاصطناعي سيكون له دور محوري في تطوير العمل الصحفي خلال السنوات القادمة، في حين أن ١٤.٦% لا يتوقعون أن يكون لهذه التقنيات تأثير كبير، بينما عبّر ١٨.٣% عن عدم تأكدهم من مدى تأثيرها المستقبلي.

تعكس النسبة المرتفعة من الصحفيين الذين يرون مستقبلاً واعداً للذكاء الاصطناعي في الصحافة (٦٧.١%) إدراكاً متزايداً لأهمية هذه التقنيات في تحسين الإنتاجية، وتعزيز جودة المحتوى، وتسريع عمليات التحرير والنشر. ويعود هذا التفاؤل إلى عدة أسباب، منها:

١- التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أصبحت أكثر كفاءة ودقة في تحليل البيانات، وإنشاء المحتوى، وتقديم رؤى حول تفاعل الجمهور.

م.م. العلاء صلاح عادل.....م.م. مصطفى قاسم علوان

٢-تزايد الاعتماد على الأدوات الذكية مثل التدقيق اللغوي الآلي، وتوليد الأخبار، والتحليل البياني، مما يعزز من كفاءة غرف الأخبار ويتيح للصحفيين التركيز على الجوانب الإبداعية والاستقصائية.

٣-اندماج الصحافة مع التحول الرقمي، حيث تسعى المؤسسات الإعلامية إلى تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي لمواكبة التغيرات في سلوك الجمهور الرقمي وتحقيق ميزة تنافسية في بيئة الإعلام المتجددة.

أما الفئة التي ترى أن الذكاء الاصطناعي لن يكون له تأثير واضح (٤.٦%)، فقد يكون رأيها مستنداً إلى عدة عوامل، مثل عدم توفر بنية تحتية تقنية متطورة في بعض المؤسسات الإعلامية، أو غياب استراتيجيات واضحة لتبني الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية. كما يمكن أن يعكس هذا الرأي عدم ثقة بعض الصحفيين في قدرة الذكاء الاصطناعي على تقديم محتوى عالي الجودة دون الحاجة إلى التدخل البشري الكبير.

أما الصحفيون الذين لم يحسموا موقفهم بعد (١٨.٣%)، فقد يكون ترددهم ناتجاً عن عدم وضوح السياسات الإعلامية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، أو عدم توفر معلومات كافية حول إمكانياته الفعلية والتحديات التي قد تواجهه في السياق الصحفي العراقي. من المحتمل أن يكون لديهم تساؤلات حول مدى قدرة المؤسسات الإعلامية المحلية على توفير بيئة مناسبة لتطبيق هذه التقنيات بفعالية.

بناءً على هذه النتائج، يتضح أن مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية يعتمد على مدى استعداد المؤسسات الإعلامية والصحفيين لتبني هذه التقنيات، وهناك حاجة ملحة إلى تطوير برامج تدريبية لتعزيز معرفة الصحفيين بقدرات الذكاء الاصطناعي، وتحسين البنية التحتية الرقمية في غرف الأخبار، وإيجاد سياسات تحمي دور الصحفيين البشريين مع تعزيز التكامل بين العمل الصحفي والذكاء الاصطناعي.

بما أن النسبة الأكبر من الصحفيين متفائلون بمستقبل هذه التقنيات، فإن ذلك يشير إلى تحول متوقع في طريقة إنتاج المحتوى الصحفي خلال السنوات القادمة، إذ من المرجح أن تصبح الأتمتة، وتحليل البيانات، وإنتاج الأخبار المدعوم بالذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من المشهد الإعلامي العراقي

٧-إدخال البرامج تدريبية للصحفيين العراقيين ازاء الذكاء الاصطناعي :

جدول (١٠) يبين إدخال برامج تدريبية للصحفيين العراقيين ازاء الذكاء الاصطناعي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	250	76.2%
كلا	78	23.8%

تشير نتائج الجدول إلى إجماع واضح على أهمية إدخال برامج تدريبية للصحفيين العراقيين حول الذكاء الاصطناعي، حيث أكد ٧٦.٢% من المشاركين على ضرورة توفير هذه البرامج، بينما رأى ٢٣.٨% أنها ليست ضرورية.

تعكس النسبة المرتفعة للمؤيدين لهذه الفكرة (٧٦.٢%) إدراكاً متزايداً بين الصحفيين العراقيين لأهمية فهم تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها في العمل الصحفي. يرجع هذا التأييد الواسع إلى عدة عوامل، منها:

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

١-تزايد اعتماد المؤسسات الإعلامية على الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل العمل الصحفي، مثل إعداد التقارير، والتدقيق اللغوي، وتحليل البيانات، وإدارة المحتوى الرقمي، مما يجعل التدريب ضرورة وليس مجرد خيار إضافي.

٢-نقص المعرفة التقنية لدى العديد من الصحفيين، كما أظهرت نتائج الجدول السابقة، حيث شكّلت قلة الوعي بالذكاء الاصطناعي ونقص التدريب الفني تحديات رئيسية أمام تبني هذه التقنيات. وبالتالي، فإن توفير برامج تدريبية متخصصة سيساعد الصحفيين على استخدام الذكاء الاصطناعي بفعالية في غرف الأخبار.

٣-التغيرات السريعة في الصناعة الإعلامية، حيث أصبحت الصحافة الرقمية المعتمدة على التحليلات الذكية أكثر انتشاراً، مما يتطلب مهارات جديدة تُمكن الصحفيين من مواكبة التحول الرقمي والاستفادة القصوى من التقنيات الحديثة.

في المقابل، فإن الصحفيين الذين يرون أن هذه البرامج غير ضرورية (٢٣.٨%) قد يكون موقفهم ناتجاً عن عدة أسباب، مثل:

١-عدم اقتناعهم بقدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين العمل الصحفي، حيث يعتقد البعض أن الصحافة تعتمد بالأساس على الخبرة البشرية والإبداع، ولا يمكن للأدوات الذكية أن تحل محل المهارات الصحفية التقليدية.

٢-محدودية الإمكانيات التقنية داخل بعض المؤسسات الإعلامية، مما يجعل الاستثمار في التدريب على الذكاء الاصطناعي أولوية أقل مقارنة بالتحديات الأخرى التي تواجه غرف الأخبار.

٣-الخوف من التعقيد التقني، حيث قد يرى بعض الصحفيين أن التعامل مع الذكاء الاصطناعي يتطلب معرفة متقدمة بالبرمجة والتحليل الرقمي، وهو أمر قد يكون خارج نطاق مهاراتهم الحالية. تعكس هذه النتائج الحاجة الملحة إلى تطوير برامج تدريبية متخصصة للصحفيين العراقيين، إذ تكون:

أ-شاملة ومتدرجة، بحيث تغطي أساسيات الذكاء الاصطناعي للصحفيين المبتدئين، ثم تتعمق في الاستخدامات العملية مثل تحليل البيانات، وأتمتة الأخبار، والتفاعل مع أدوات التحرير الذكية.

ب_ عملية وتطبيقية، مع التركيز على التجربة الفعلية للأدوات والتقنيات المستخدمة في المؤسسات الإعلامية العالمية.

ج_ مدعومة من الجهات الإعلامية والأكاديمية، لضمان وصول التدريب إلى أكبر عدد ممكن من الصحفيين، سواء من خلال دورات داخل المؤسسات الإعلامية أو عبر منصات تعليمية رقمية.

د_ تراعي التحديات المحلية، مثل نقص البنية التحتية التقنية أو الحاجة إلى تدريب الصحفيين على أدوات تتماشى مع طبيعة العمل الصحفي في العراق.

بما أن الغالبية العظمى من الصحفيين يدركون أهمية التدريب على الذكاء الاصطناعي، فإن ذلك يشير إلى رغبة واضحة في تبني هذه التقنيات، مما يستدعي تحركاً جاداً من المؤسسات الإعلامية والجهات الأكاديمية لضمان توفير التدريب المناسب للصحفيين العراقيين، وبالتالي تعزيز قدرتهم على العمل بكفاءة في بيئة إعلامية تتجه بشكل متزايد نحو الرقمنة والتكنولوجيا الذكية.

❖ النتائج :

١. كشفت النتائج عن تزايد الاهتمام والاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية، حيث أظهرت الأغلبية العظمى من الصحفيين وعياً متزايداً بأهمية هذه الأدوات في تحسين كفاءة العمل الصحفي، رغم وجود بعض التحديات التي تعيق تبنيها بشكل كامل. يمكن تلخيص أبرز النتائج فيما يلي:

٢. انتشار استخدام الذكاء الاصطناعي: أكد ٧٠.١% من الصحفيين معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما أشار ٥٤.٩% إلى أنهم يستخدمونها بالفعل في عملهم الصحفي اليومي. يعد هذا مؤشراً على أن الصحافة العراقية بدأت في التحول التدريجي نحو التقنيات الذكية، رغم وجود فئة لا تزال غير ملمة أو غير مستفيدة من هذه الأدوات.

٣. أبرز الأدوات والتقنيات المستخدمة: كان توليد الأخبار تلقائياً (٤٢.٧%) والتدقيق اللغوي (٣٦.٦%) من أكثر الأدوات شيوعاً، مما يعكس دور الذكاء الاصطناعي في تحسين سرعة الإنتاج الصحفي وجودة المحتوى.

٤. تأثير الذكاء الاصطناعي على غرف الأخبار: أشار ٦٤.٠% من الصحفيين إلى أن الذكاء الاصطناعي كان له تأثير كبير على إدارة غرف الأخبار، مما يعكس دوره في تنظيم العمل، تحسين سرعة النشر، وتوجيه القرارات التحريرية بناءً على تحليلات البيانات ومع ذلك، فإن ١٣.٧% لم يلحظوا تأثيراً واضحاً، بينما رأى ٢٢.٣% أن التأثير محدود، مما قد يعود إلى التفاوت في مستوى تبني هذه التقنيات بين المؤسسات الإعلامية.

٥. التحديات الرئيسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي: كان نقص الوعي والمعرفة (٣٩.٦%) ونقص التدريب (٣٥.١%) من أبرز العوائق، مما يشير إلى أن غياب التأهيل الفني يمثل عائقاً رئيسياً أمام الاستخدام الفعال لهذه التقنيات. كما شكلت التكلفة العالية (٢٥.٩%) ومخاوف فقدان الوظائف (٢٢.٩%) تحديات أخرى، مما يعكس بعض القلق حول الأثر الاقتصادي والتوظيفي للذكاء الاصطناعي في الصحافة.

٥. مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية: توقع ٦٧.١% من الصحفيين أن يكون للذكاء الاصطناعي دور مهم في مستقبل الصحافة، بينما لم يكن ١٤.٦% مقتنعين بذلك، وأبدى ١٨.٣% عدم تأكدهم، مما يشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من التوعية حول الإمكانيات المستقبلية لهذه التقنيات.

٦. أهمية التدريب على الذكاء الاصطناعي: أيد ٧٦.٢% من الصحفيين ضرورة إدخال برامج تدريبية متخصصة، مما يعكس وجود طلب حقيقي على تطوير المهارات التقنية في هذا المجال، بينما رأى ٢٣.٨% أنها غير ضرورية، ربما بسبب تصوراتهم حول مدى جدوى هذه الأدوات في العمل الصحفي.

❖ الاستنتاجات

١. الذكاء الاصطناعي أصبح جزءاً من العمل الصحفي، حيث تعتمد نسبة كبيرة من الصحفيين العراقيين على أدواته في إنتاج الأخبار، التدقيق اللغوي، تحليل البيانات، وأتمتة إدارة المحتوى.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٢. رغم تزايد الوعي بهذه التقنيات، إلا أن هناك فجوة في التدريب والتأهيل الفني، مما يعيق الاستفادة الكاملة من إمكانياتها.
٣. هناك تأثير واضح للذكاء الاصطناعي على إدارة غرف الأخبار، خاصة فيما يتعلق بالكفاءة وسرعة النشر، لكن بعض المؤسسات لم تصل بعد إلى مرحلة التكامل الكامل مع هذه الأدوات.
٤. لا تزال هناك مخاوف بشأن التكلفة وفقدان الوظائف، مما يستدعي وضع سياسات إعلامية واضحة تضمن استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة، وليس بديلاً عن الصحفيين.
٥. المستقبل يبدو واعداً، لكن نجاح الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية يعتمد على مدى استعداد المؤسسات الإعلامية والصحفيين لتبنيه بشكل فعال ومدرّوس.

❖ المقترحات:

١. تطوير برامج تدريبية متخصصة: يجب أن تشمل البرامج التعريف بأساسيات الذكاء الاصطناعي، التطبيقات العملية في الصحافة، واستخدام الأدوات المتاحة. يمكن تنفيذ هذه البرامج من خلال ورش عمل داخل المؤسسات الإعلامية، تعاون مع الجامعات، أو دورات تدريبية عبر الإنترنت.
٢. تعزيز الوعي حول فوائد الذكاء الاصطناعي: عقد ندوات وحلقات نقاشية لشرح كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين جودة العمل الصحفي دون أن يشكل تهديداً للوظائف.
٣. نشر دراسات وتجارب عملية توضح الفوائد التي حققتها المؤسسات الإعلامية التي تبنت هذه التقنيات.
٤. تحسين البنية التحتية التقنية في غرف الأخبار: يجب أن توفر المؤسسات الإعلامية الأدوات والتطبيقات المناسبة لتسهيل دمج الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير والإنتاج الإعلامي.
٥. إيجاد حلول اقتصادية لاستخدام الذكاء الاصطناعي: تشجيع استخدام الأدوات المجانية أو منخفضة التكلفة كخطوة أولى لتسهيل التبني داخل المؤسسات الإعلامية ذات الموارد المحدودة.
٦. وضع سياسات تنظيمية لحماية الصحفيين: يجب تطوير استراتيجيات تضمن أن الذكاء الاصطناعي يعمل كمساعد للصحفيين وليس كبديل لهم، مع التأكيد على دور التحليل البشري والتفكير النقدي في الصحافة.

❖ المصادر:

المصادر العربية

١. الحسيني، محمد. (٢٠٢٢). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرقمية: دراسة تحليلية على المواقع الإخبارية العربية. مجلة الدراسات الإعلامية، ١٥ (٢)، ٧٨-٥٥.
٢. السيد، أحمد. (٢٠٢١). أثر الذكاء الاصطناعي على ممارسات الصحفيين في المؤسسات الإعلامية العربية: دراسة ميدانية على الصحف الإلكترونية. مجلة الإعلام الرقمي، ١٠ (١)، ١١٢-١٣٥.
٣. العامري، حسن. (٢٠٢٠). توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية: دراسة ميدانية على غرف الأخبار في القنوات الفضائية العراقية. مجلة أبحاث الاتصال، ٩ (٣)، ٨٩-١١٠.

❖ المصادر الأجنبية

1. Carlson, M. (2020). Automating the News: How Algorithms are Rewriting the Media. Harvard University Press.
٢. Carlson, M. (2021). The Robotic Reporter: AI and the Future of News Writing. Digital Journalism, 9(2), 220-237.
3. Clerwall, C. (2019). Enter the Robot Journalist. Journalism Practice, 13(1), 123-133.
4. Evans, L. (2019). AI in Journalism: How Technology is Changing News Production. Routledge.
5. Fanta, A. (2018). Putting Robots in the Newsroom. Digital Journalism, 6(4), 427-442.
6. Graefe, A. (2016). Guide to Automated Journalism. Tow Center for Digital Journalism.
7. Hermida, A. (2019). The Rise of AI in Journalism. Journalism Studies, 20(7), 957-973.
٨. Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2022). Artificial Intelligence in Journalism: Automation and Newsroom Practices. Journalism & Mass Communication Quarterly, 99(4), 675-700.
9. Linden, C. (2021). Algorithmic Journalism: How AI is Impacting Newsrooms. Media and Communication, 9(2), 5-15.
10. Marconi, F., & Siegman, A. (2020). Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press.
11. Narine, L., & Iliev, I. (2021). Ethical Challenges of AI in Journalism. Journalism Ethics, 42(3), 289-306.
12. Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). Free Press.
13. Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). New York: Free Press.
14. Westlund, O. (2020). The Robot in the Newsroom. Digital Journalism, 8(5), 574-591.
١٥. Westlund, O., & Lewis, S. C. (2020). News Automation: Challenges and Opportunities in AI-driven Journalism. Journalism Studies, 21(7), 905-923.