التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار الصحف الورقية: دراسة ميدانية

Challenges Facing the Employment of Artificial Intelligence in Print Newspaper Newsrooms: A Field Study

م.م صفا عبد السلام أحمد

Ass. P. Safa Abdul Salam Ahmed

كلية التربية - جامعة بغداد

College of Education - University of Baghdad

أ.د محسن عبود كشكول

Prof. Mohsen Abboud Kashkoul

كلية الاعلام - الجامعة العراقية

College of Media -- University of Iraq

الإيميل: Mohsin_kashkool@aliraqia.edu.iq

المستخلص

يهتم البحث برصد طبيعة التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف اخبار الصحف الورقية: وتنطلق مشكلة البحث من تشخيص التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي من قبل المكلفين بالتحرير في غرف الأخبار، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تقوم على اكتشاف الظاهرة محل البحث ووصفها وصفاً دقيقاً وتحديد العلاقات التي تربط بين مكوناتها، وبينها وبين الظواهر الأخرى التي تتداخل معها، وبالاعتماد على منهج المسح الميداني وذلك عن طريق الاستبانة، إذ بلغ حجم العينة (٢٧٠) مبحوثا من العاملين في غرف الأخبار في الصحف الورقية في مدينة بغداد، ضمن مدة محددة بدأت في ٣ شباط إلى ٢٤ شباط ٢٠٢٥م، وتوصل الباحثان الى نتائج تتعلق بالتحديات التي تواجه المحررين في غرف اخبار الصحف الورقية؛ أهمها المقاومة الثقافية والتخوف الفطري من التغيير لدى العاملين، والذين يخشون منافسة

الذكاء الاصطناعي في تهديد وظائفهم بدلًا من كونه أداة مساعدة، فضلا عن التكاليف المرتفعة لتقنياته.

الكلمات المفتاحية: التحديات المادية، الذكاء الاصطناعي، غرف تحرير الأخبار، الصحف الورقية.

Abstract

The research monitors the challenges facing the employment of (AI) in the newsrooms of print newspapers, and the assistance of those in charge of editing in the newsrooms to diagnose these challenges. The research is classified as a descriptive research that adopts the field survey method through a questionnaire, as the sample size reached (270) respondents working in the newsrooms of print newspapers in the city of Baghdad, within a specific period that began on February 3 to February 24, 2025 AD. The researchers reached results related to the challenges facing editors in the newsrooms of print newspapers; the most important of which is cultural resistance and innate fear of change among workers, who fear competition with artificial intelligence in threatening their jobs instead of being a helpful tool, in addition to the high costs of its technologies.

Keywords: physical challenges, artificial intelligence, newsrooms, print newspapers.

المقدمة:

شهد العالم ثورة تكنولوجية هائلة شملت وأثرت في كل مناحي الحياة، وامتدت هذه الثورة الى مجال الاعلام والاتصال، اذ وفرت الثورة الرقمية بيئية جديدة لوسائل الاعلام عززت من قدرتها الاتصالية والاقتصادية فلم تعد التكنولوجيا مجرد ادوات وتقنيات بل اضحت لتكون قائدا لتلك التطورات ولتحقق جودة عملياته شكلا ومضمونا، وتظهر العديد من الدراسات ان الذكاء الاصطناعي قد اسهم في تطوير صناعة الاعلام وتنوع المحتوى الصحفي، وذلك عبر تطبيقات ترتبط بغرف صناعة الاخبار والطباعة ثلاثية الابعاد ومن ثم تحليل البيانات المعقدة، اضافة الى تنوع المنصات المفتوحة والتي تبرز اهمية الذكاء الاصطناعي كتقنية جديدة تعد الاكثر تطورا في صناعة الاعلام والاتصال مستقبلا.

وتوجهت غرف الاخبار نحو تبني الذكاء الاصطناعي لكونه فرصة لتعظيم مهارات الصحفيين نحو أتمته المهام الروتينية وتوفير الوقت للأعمال الابداعية وتمكين المحررين من تحويل الكلمات المنطوقة والفيديوهات الى نصوص، بالإضافة الى تسريع عمليات التحرير الالي وفقا لسياسة التحرير وتخصيص المحتوى بلغات متعددة، فضلا عن احداث تأثيرات هيكلية بغرف الاخبار

وتحويلها من خطوط الانتاج الخطية الى المعلومات الشبكية والتي تمنح الصحفيين الهياكل اللازمة للسرد الالي للنصوص.

ومن هنا تبلورت فكرة الدراسة والتي تتمثل في دراسة التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف اخبار الصحف الورقية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولا: مشكلة البحث:

لا بد لأي بحث علمي من أن ينطلق من مشكلة، فالمشكلة جوهر البحث العلمي، إذ تقوم البحوث العلمية لاسيما التطبيقية والميدانية منها في العموم على مشكلة أثارت أنتباه الباحث في مجال التخصص، ومن ثم ليعمل على تحديدها وصياغتها والسعي لإيجاد الحلول لها باتباع خطوات البحث العلمي، وباستخدام المناهج المناسبة والوسائل والأدوات التي توفر جمع البيانات والمعلومات، ومن ثم العمل على معالجتها بما يتفق مع أهداف البحث[١] ، ويمكن تحديد مشكلة البحث في تساؤل رئيس هو: (ما طبيعة التحديات التي تواجه الصحفيين العراقيين في توظيفهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار للصحف الورقية؟)، وينبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

١) ما مدى خبرة المبحوثين في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار؟
٢) ما مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار؟
٣) ما الجوانب التي يستعين المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار؟
٤) ما تقيّم المبحوثين لفعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار؟
٥) ما طبيعة انعكاسات توظيف المبحوثين للذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار؟
٦) ما المقترحات التي يرى المبحوثين أهميتها بمواجهة تحديات استخدامهم للذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار؟

ثانيا: أهمية البحث:

يشير المتخصصون إلى أن أهمية البحث ترتبط في العادة بالظاهرة التي يتم دراستها وبقيمتها العلمية و ما تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها وحقائق يمكن الاستناد اليها[٢] ، وترتبط أهمية هذا البحث بثلاثة جوانب محددة هي:

---

(١) حسين علي ابراهيم الفلاحي، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الاعلامية، (بيروت: دار الكتاب الجامعي،٢٠١٨م)، ص١٧٥.

(٢) محي الدين مسعد، كيفية كتابة الابحاث والاعداد للمحاضرات، ط٢، (القاهرة: المكتب العربي الحديث، ٢٠٠٠م)، ص٢٨.

١)**الأهمية العلمية:** يرصد البحث التحديات التي تواجه الصحفيين العراقيين في توظيفهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار للصحف الورقية في العراق، وهو موضوع غير مسبوق ويتسم بالحداثة، وانجاز هذا البحث يمكن أن يحقق اضافة علمية ومعرفية للمكتبة الاعلامية والعلمية.

٢)**الأهمية المجتمعية:** يشكل موضوع توظيف الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار للصحف الورقية أهمية كبيرة للجمهور المتابع لمضامين الصحافة الورقية، وذلك لأنه يرصد طبيعة التحديات التي تواجه الفريق المسؤول عن توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار في الصحف الورقية، وهذا ينعكس على طبيعة الثراء في المعلومات المقدمة لهم.

٣)**الأهمية التطبيقية:** تتمثل الأهمية التطبيقية في رصد التحديات التي تواجه توظيف الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار في الصحف الورقية بهدف لفت أنظار القائمين على هذه المؤسسات لوضع الخطط الكفيلة بمواجهة التحديات.

ثالثا: أهداف البحث:

يرمي البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، تتمثل بما يأتي:

١) معرفة التحديات التي تواجه توظيف الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار في الصحف الورقية.
٢) التعرف على مدى خبرة المبحوثين في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار.
٣) معرفة مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار.
٤) تحديد الجوانب التي يستعين المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار.
٥) التعرف على تقيّيم المبحوثين لفعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار.
٦) معرفة طبيعة انعكاسات توظيف المبحوثين للذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار.
٧) التعرف على المقترحات التي يرى المبحوثين أهميتها بمواجهة تحديات استخدامهم للذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار.

رابعا: مجالات البحث

تتمثل مجالات البحث بما يأتي:

١) **المجال المكاني:** يتمثل المجال المكاني في الصحف الورقية العراقية التي تصدر في مدينة بغداد، إذ قام الباحثان بتوزيع الاستبانة على الصحفيين العاملين فيها.
٢) **المجال الزماني:** يتحدد المجال الزماني للبحث في المدة التي جرى فيها توزيع الاستبانة على المبحوثين والتي تبدأ من (١ شباط ولغاية ٢٢ شباط ٢٠٢٥م).
٣) **المجال الموضوعي:** يشمل المجال الموضوعي تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتحديات التي جرى رصدها، وكذلك مجريات عملية تحرير الأخبار في الصحف الورقة.

خامسا: مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بكل الصحفيين العراقيين العاملين في غرف تحرير الأخبار للصحف الورقية، أما عينة البحث فتتمثل بالعينة العشوائية المنتظمة إذ جرى اختيار (٢٧٠) صحفياً وصحفية من العاملين في مقرات الصحف العراقية الصادرة في العاصمة بغداد المتمثلة بـ (جريدة الصباح، جريدة الدستور، جريدة البينة، جريدة الزمان، جريدة الصباح الجديد، جريدة الجمهورية، جريدة المستقبل، جريدة الوقائع العراقية، جريدة طريق الشعب، جريدة العراق الاخبارية، جريدة المشرق العراقية، جريدة المدى، جريدة الزوراء العراقية، جريدة المستقبل العراقي، جريدة الشرق العراقية).

سادسا: نوع البحث ومنهجه:

يُصنّف البحث ضمن البحوث الوصفية التي تقوم على اكتشاف الظاهرة محل البحث، ووصفها وصفاً دقيقاً وتحديد العلاقات التي تربط بين عناصرها ومكوناتها، وبينها وبين الظواهر الأخرى التي تتداخل معها، واقتضى البحث استخدام منهج المسح الميداني، الذي يُعد المنهج الأنسب لهذا البحث، ومن أجل تحقيق أهداف البحث التي تم تحديدها، فقد تم الاعتماد على الاستبانة، والتي جرى توزيعها على (٢٧٠) مبحوثا.

سابعا: اجراءات البحث المنهجية:

بعد مقابلات مستفيضة مع مجموعة من الصحفيين العراقيين العاملين في غرف الأخبار في الصحف المحلية؛ جرى بناء الاستبانة وعرضها على الخبراء المحكمين [*]، وقد تبين أن درجة الصدق (٩٢.٤%)، وبعد التحقق من الصدق أجرى الباحثان الثبات من خلال (Test – Re Test) إذ تم اختيار عينة من (٢٥) صحفيا للإجابة على الاستبانة، وجرى اعادة الاستبيان على نفس العينة بعد مرور (٤) أسابيع، وقد تبين ثبات اجابات المبحوثين بنسبة (٨٩.٧%)، وهي درجة ثبات عالية، ثم جرى بعد ذلك اطلاق الاستبانة للمبحوثين.

المبحث الثاني: مفهوم الذكاء الاصطناعي وأنواعه واستعمالاته

اولا: تعريف الذكاء الاصطناعي

يعرف الذكاء الاصطناعي بانه فرع من تخصص علم الحاسوب وأحد الركائز الاساسية في صنع التكنولوجيا الحديثة[١]، كما ويشير الى قدرة أنظمة الحاسوب أو الآلات على التحكم الذكي ويأذن لها

(*) جرى التحكيم من قبل الأساتيذ: (أ.د صباح أنور محمد، أ.م.د. جمال عبد ناموس، أ.م.د أحمد مولود دبس).
(١) مهدي حنا، الذكاء الاصطناعي والصراع الامبريالي،(عمان: الان ناشرون وموزعون، ٢٠٢٠م)، ص٤١.

التصرف والتعلم بشكل مستقل، ويعمل الذكاء الاصطناعي عن طريق أخذ البيانات وخوارزميات أو قواعد حسابية لها مما يتيح له أتخاذ القرار أو التنبؤ بالنتائج[١].

فيما عرفه البعض بأنه قدرة الة أو جهاز ما على أداء بعض الأنشطة التي تحتاج الى ذكاء مثل الاستدلال الفعلي والاصلاح الذاتي، وعرف بأنه هو العلم المتعلق بصناعة الآلات وتصميم البرمجيات التي تقوم بأنشطة ومهام تتطلب ذكاء اذا قام به الانسان[٢].

ويستخدم الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في مجال الروبوتات والصناعة التكنولوجية والرعاية الصحية وخاصه في التشخيص الطبي والجراحة والنقل والجيش وألعاب الفيديو والاعلام والحكومة والادارة العامة والتأمين والتدقيق والاعلانات والفن والأدب وغيرها الكثير فضلا عن استعماله تدريجيا في مجال القانون مثل العدالة والقرارات القضائية[٣].

ثانيا: المفردات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي

توجد عدة مصطلحات ترتبط بشكل مباشر بالذكاء الاصطناعي وهي كالاتي:[٤]

١- **الخوارزمية التكيفية:** وهي الخوارزمية القادرة على تعديل استجابتها أو البيانات المعالجة وفقا لتغيرات بيئتها بخلاف الخوارزميات الحتمية تعد غير حتمية أو احتمالية اذ تغير سلوكها أثناء التشغيل بناء على المعلومات المتاحة.
٢- **الوكيل:** وهو نظام برمجي يمتلك خصائص ذكية مثل التعلم والاستقلالية والتفاوض والتعاون مما يمكنه من انجاز مهامه دون تدخل مباشر من الانسان.
٣- **التعلم التلقائي:** وهو نوع يعتمد على التعلم الالي ويستخدم خوارزميات مثل الشبكات العصبية الاصطناعية التي تحاكي خلايا الدماغ، حيث تتكون هذه الشبكات من خلايا عصبية اصطناعية مرتبطة ببعضها البعض وكلما زاد عددها زادت عمق الشبكة.
٤- **الروبوتات:** وهي الات كهرو ميكانيكية وتعتمد هياكل تشبه الانسان ويمكن برمجتها لتقوم بأعمال مرهقة وشاقة يقوم الانسان بها، كما وتتميز الروبوتات بقدرتها على العمل بشكل أكبر وبسرعة أعلى دون تعب أو ملل مما يجعلها أكثر أمانا في بعض الحالات وتعتمد على انظمة الذكاء الاصطناعي مما يمنحها القدرة على الحركة وفهم البيئة المحيطة بها.

---

(١) برنارد مار، مات وارد، تطبيقات الذكاء الاصطناعي – كيف استخدمت خمسون شركة ناجدة الذكاء الاصطناعي والتعلم الالي لحل المشكلات، ترجمة: عائشة يكن حداد، (الرياض: العبيكان ٢٠٢٢م)، ص٢٤-٢٥.
(٢) طه أحمد حميد الزيدي، الافتاء الافتراضي عبر تقنية الذكاء الاصطناعي ومشروعيته وضوابطه، (بغداد: دار الفجر، ٢٠٢٣م)، ص١٦-١٧.
(3)Robert Walters, Marko Novak, Cyber Security Artificial Intelligence Data Protection & the Law (Singapore: Springer, 2120), P12 .
(٤) عبد الله موسى ، احمد حبيب بلال، الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٩م)، ص٢٣-٢٦.

ثالثا: أنواع الذكاء الاصطناعي

ينقسم الذكاء الاصطناعي على أنواع مختلفة كل منها بقدراته وامكانيته ومن هذه الانواع هي:[١]

أ- **الذكاء الاصطناعي الضيق:** وهو النوع المتخصص في أداء مهام محددة ضمن بيئة معينة تمكننا من الوصول الى البيانات الاساسية بسرعة مثل الترجمة بين لغات متعددة والتعرف على التفاصيل في الصور ومساعدة المستخدم في اتخاذ القرارات التي تعتمد على البيانات بأسرع الطرق.
ب- **الذكاء الاصطناعي العام:** يشير هذا النوع الى الآلات التي تمتلك قدرات مشابهة للذكاء البشري ويهدف لتنفيذ أي مهمة ذهنية يمكن تحقيقها.
ت- **الذكاء الاصطناعي الخارق:** يشير الى المرحلة التي يتفوق فيها ذكاء أجهزة الحواسيب على ذكاء البشر، حيث يعرف الذكاء الاصطناعي الذي ظهر منذ السبعينيات بقدرته على محاكاة التفكير البشري ولكن الذكاء الاصطناعي الخارق يتجاوز ذلك اذ يتخيل عالما يتمتع فيه الحاسوب بقدرات تفوق تلك الخاصة بالإنسان وطالما كان مفهوم الذكاء الخارق مصدر الهام الخيال العلمي.

رابعا: استعمال الذكاء الاصطناعي في الاعلام

يرتبط استعمال الذكاء الاصطناعي بالأعلام عن طريق استعمال الحواسيب والبرامج المتخصصة في معالجة النصوص والصور، وتأثرت وسائل الاعلام بشكل كبير في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسارعت الى اعتماد تقنياته المختلفة وتستعمل وسائل الاعلام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل الانتاج الاعلامي بدءا من تحرير الاخبار الى اعداد البرامج وتغطية الأحداث، وادى ذلك الى ظهور ما يعرف (بصحافة الذكاء الاصطناعي) والذي أسفر عن تطور الأدوات والوسائل المستخدمة وأساليب العمل، وهذه التغيرات دفعت المؤسسات الاعلامية للاستفادة المثلى من التقنيات الحديثة ووسعت من نطاق وصولها الى جمهور أكبر[٢].

وواكب الاعلام التقليدي بما في ذلك الصحافة التقنيات الحديثة اذ تحتاج الصحف الى تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير اعمالها وتحسين كفاءة جهود الصحفيين الذين غالبا ما يهدرون وقتهم في مهام روتينية يمكن أن تتولى بها برامج ذكية ومتطورة وعلى سبيل المثال أن وكالة فرانس برس أنشأت نظاما يكشف عن الصور المزورة مما يحاكي كيفية استفادة المؤسسات الاعلامية من هذه التقنيات[٣]، وأصبح للذكاء الاصطناعي دور هام في الصحافة الالكترونية ويمكن للمؤسسات الصحفية استعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل ميول وتوجهات الأشخاص من خلال قياس الاقبال على أنواع

(١) شريف حمدي، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال، (القاهرة: العربية للنشر، ٢٠٢٣م)، ص٢٥-٢٦.
(٢)اميرة سابق واخرون، الذكاء الاصطناعي رؤى متعددة التخصصات، (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية والسياسية، ٢٠٢٤م)، ص١٩١.
(٣) هالة أحمد الحسيني، دعاء هاشم جمعة، الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الاعلامية، (القاهرة: العربي للنشر، ٢٠٢٣م)، ص٢٤.

معينة من الاخبار مما يسمح لها ببث أخبار محددة لتعزيز هذه الاتجاهات أو عكسها، كما تمكنت تقنيات الذكاء الاصطناعي من جمع الاخبار واعادة صياغتها بدقة لغوية عالية وتقديم محتوى شبيه بالمحتوى البشري[١].

وأتاح الذكاء الاصطناعي للصحفيين ووسائل جديدة لأنشاء المحتوى الصحفي ونشره كما وزودهم بأدوات وتقنيات تتيح لهم الوصول الى مصادر متنوعة من المعلومات وبطرق مختلفة، ويمكن تقديم المحتوى كنص مصحوب بوسائط متعددة مثل الصوت والفيديو، أو كبيانات ورسوم بيانية فضلا عن ذلك أدى الاتجاه نحو غرف الأخبار الرقمية وزيادة استعمال أدوات الذكاء الاصطناعي الى تحسين القدرة على التعرف على الجمهور وفهم احتياجه[٢]، وتتنوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة بين الخوارزميات البسيطة لاستخراج البيانات وتنسيقها الى أساليب متقدمة لتحليل البيانات وكتابة قصص اخبارية أكثر اقناعا، ويعتمد الذكاء الاصطناعي على بيانات مرمزة رقميا مما يعوض القدرات المعرفية للصحفيين من خلال تحويل المعلومات الى رموز وقواعد بيانات، وتشمل هذه العمليات مخاطر استعمال الروبوتات وبناء الخوارزميات في انتاج أخبار مزيفة وبدأت العديد من وسائل الاعلام الكبرى مثل (واشنطن بوست) و (نيويورك تايمز) تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الاعلامي[٣].

ويعد الذكاء الاصطناعي والأتمتة المحركات الأساسية في انتاج المحتوى الاخباري وغيره من المحتوى الاعلامي وتوزيعه واستهلاكه وهذا يعني حدوث تغييرات في العمل الصحفي ويتحدى الوظائف الاعلامية التقليدية، ويمكن أن تؤدي التقنيات الجديدة الى زيادة الكفاءة ف غرفة الاخبار ولذا فأن استغلال الذكاء الاصطناعي يؤثر على قطاع الاعلام بشكل واسع بدءا من الوسائل التقليدية الى المنصات الالكترونية بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي والتغيرات التي تتغلغل بعمق في النسيج المؤسسي للأعلام[٤]، وعرفت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطورا كبيرا في مجال الاعلام وذلك عبر محاكاة القدرات الذهنية البشرية الاعلامية وأنماط عملها عبر صياغة المحتوى اليا وذلك عبر مجموعة من الخوارزميات والمبادئ والقواعد التقنية ونلخص أبرزها في اللاتي[٥]:

١- **الخوارزميات:** وهي تعليمات برمجية تهدف الى أتمته المهام وذلك عبر الوصول الى البيانات ذات الصلة ويعتمد الذكاء الاصطناعي على الخوارزميات، فالخوارزمية هي وصفة تحدد تسلسل

(١) وفاء محمد أبو المعاطي صقر، المسؤولية الجنائية عن جرائم الذكاء الاصطناعي دراسة تحليلية استشرافية، مجلة روح القوانين،(العدد ٩٦، اكتوبر، ٢٠٢١م)، ص٤٠.

(٢) محمد مهني البحراوي، وكالات الانباء في عصر الاعلام الرقمي، (الاسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٣م)، ص٨٧.

(٣) محمد الأمين موسى، مستقبل الصحافة الالكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، (قطر: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠٢١م)، ص٧-٩.

(4)Taina Pihlajarinne, Anette Alén-Savikko, Artificial Intelligence And the Media Reconsidering Rights and Responsibilities (United kingdom: Edward Elgar Publishing, 2022), P1-2.

(٥)اميرة سابق واخرون، الذكاء الاصطناعي رؤى متعددة التخصصات، مرجع سابق، ص١٩١.

الخطوات المطلوبة لحل مشكلة معينة وتسهم في مجال الاعلام بمعالجة اللغة الطبيعية في التحقق من المعلومات وتحليل البيانات.

٢- **الأتمتة:** وتعني تشغيل الآلات تلقائيا دون الحاجة لتدخل بشري بهدف تقليل الجهد وزيادة السرعة الانتاجية وفي مجال الصحافة يسهم الذكاء الاصطناعي في أتمتة بعض المهام مما يتيح للصحفيين التركيز على اعداد التقارير والتحليلات بشكل اعمق.

٣- **الواقع المعزز:** وهو تقنية تدمج العالم الحقيقي مع عناصر رقمية مثل الصور والفيديوهات أو المجسمات ثلاثية الأبعاد وهو عكس الواقع الافتراضي الذي ينشئ في بيئة رقمية بالكامل، ويعتمد الواقع المعزز على البيئة الحقيقية ويعززها بإضافات رقمية، وتستخدم بعض ادوات الواقع المعزز كاميرا الهاتف لإدخال هذه العناصر على صورة العالم المحيط.

٤- **توليد النصوص وكتابتها:** ويشير الى انتاج محتوى مكتوب تلقائيا وذلك عبر تقنيات معالجة اللغة الطبيعية حيث يتم نشر هذه المواد من قبل المؤسسات الصحفية بجودة عالية تنافس الكتابة البشرية.

٥- **برامج الدردشة الالية:** تقوم بهذه البرامج روبوتات تتيح التفاعل مع المستخدمين والاجابة عن اسئلتهم بناء على قواعد يتم التدريب عليها.

٦- **المحاكاة في الاعلام:** وتتمثل في برامج حاسوبية وتفاعلية مع المستخدمين تصمم كنماذج تحاكي مصدر المعلومات الأصلي ويتم عبرها صياغة التجارب واضافة عناصر الصوت والصورة لتمثيل أحداث تشبه الواقع بشكل قريب.

٧- **التصوير الآلي:** ويشير الى قدرته الروبوتات على التفاعل مع الأحداث وتصويرها فضلا عن ارسال تقارير شاملة حول الوقائع من زوايا متعددة بمهنية وحيادية مما يعزز من كفاءة وجودة التغطية الاعلامية.

ووجدت عدة أسباب جعلت الذكاء الاصطناعي وسيلة مهمة في عالم الصحافة وهي كالاتي: [١]

١- كتابة الاخبار وتحليل البيانات بدقة.

٢- قدرة الصحفي على استعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي لجمع وتحرير المواد الصحفية واستعماله لأعداد تقارير صحفية متكاملة.

٣- اخراج وتحرير المحتوى الصحفي بشكل محترف.

٤- القدرة على اختيار المواضيع التي تهم الجمهور المستهدف وإنتاج وتقديم المحتوى الصحفي.

٥- وجود ميزة الرد التلقائي على الرسائل الالكترونية.

خامسا: وظائف الذكاء الاصطناعي في الاعلام

يمكن تقسيم وظائف الذكاء الاصطناعي في الاعلام الى خمسة وظائف وهي كالاتي: [١]

(١) امينة شيبوه، اتجاهات القائمين على صناعة الاعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية – جامعة الازهر، المجلد١، (العدد٧٢، أكتوبر، ٢٠٢٤)، ص٧١٢.

١- **اختيار الموضوعات وشخصنة تجربة المستخدم:** وتتجلى بعدة طرق قابلة للقياس مثل عدد الإعجابات وإعادة النشر والوقت المستغرق في قراءة المحتوى او التعرض له حيث تزداد كمية البيانات التي تسمح بقياس ردود فعل الانسان على المحتوى ولا سيما بعد تطور التقنيات الحديثة والتي من شأنها تتبع حركة العين لفهم الفروق الطفيفة في الاهتمام بالموضوعات، كما ويمكن للخوارزميات تقرير ما يهم الانسان من خلال الربط بين المتغيرات الديموغرافية والموضوعات ذات الأهمية لطبقات اجتماعية واقتصادية بعينها ووفقا لسلوك المستخدم وتفضيلاته.

٢- **استخراج البيانات وتحسين البحث:** يعد البحث عن البيانات المطلوبة ومعالجة البيانات هو التطبيق الأكثر وضوحا للخوارزميات في الاعلام، حيث اصبح من السهل الوصول الى كمية متزايدة من البيانات بجميع الأنواع بالإضافة الى تحسين خصائص البحث من حيث الكفاءة و السرعة وتنظيم المعلومات البصرية.

٣- **كتابة النصوص الإخبارية:** وتعد الوظيفة الأكثر شيوعا للذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام لكون ان الفكرة الأساسية وراء استخدام الخوارزميات في الكتابة هو تحرير الاعلاميين من مهامهم الروتينية مثل العمل المتكرر والعمل لتوليد أرباح الشركات، ويتوجب على الإعلاميين ان يقوموا بدورهم كاملا في وصف المصادر المحددة والتي يجب على الروبوتات من خلالها مع البيانات امنعها من تضمين مصادر غير ذات صلة عند جمعهم للبيانات وكتابتها اخباريا ما ويمكن استخدامه لإنتاج كم هائل من القصص الإخبارية وعمل قوالب متعددة تعالج نفس الخبر من عدة جوانب.

٤- **فهم ردود الفعل البشرية:** ويتحدد في تعزيز المحادثة وتعليقات الجمهور على المحتوى المقدم من خلال الانترنت، فأشراك الجمهور في الاحداث هو أحد الأصول المهمة في الاعلام في الوقت الحالي.

٥- **مكافحة الاخبار المزيفة:** يتم من خلال الذكاء الاصطناعي فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق به من خلال البحث عن أنماط الكلمات التي قد تشير الى قصة إخبارية مزيفة.

المبحث الثاني: التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف أخبار الصحف الورقية

اولاً : البيانات الديموغرافية

جدول (١) يبين توزيع المبحوثون حسب النوع الاجتماعي

النوع	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
ذكور	١٣٨	%٥١.١١	الأولى
إناث	١٣٢	%٤٨.٨٩	الثانية
المجموع	٢٧٠	%100	-

(١) بسنت محمد عطية، مدى تقبل الاعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ٢٠١٩م، ص١٦٢-١٦٣.

بينت نتائج الجدول (١) ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث اذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (١٣٨) تكرارا وبنسبة (٥١.١١%) تليها بالمرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (١٣٢) تكرارا وبنسبة (٤٨.٨٩%) ، ويعود سبب هذا التباين النسبي بين الفئتين الى ان الباحثة اعتمدت التوزيع العشوائي لاستمارات الاستبيان دون تدخل منها لتحقيق نتائج موضوعية بعيدة عن الانحياز.

جدول (٢) يبين توزيع المبحوثون حسب الفئات العمرية

الفئات العمرية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
من ١٨-٢٧ سنة	٨٤	%٣١.١١	الأولى
من ٢٨-٣٧ سنة	٦٧	%٢٤.٨١	الثانية
من ٣٨-٤٧ سنة	٦٢	%٢٢.٩٦	الثالثة
أكثر من ٥٨ عامًا	٥٧	%٢١.١٢	الرابعة
المجموع	٢٧٠	%100	-

بينت نتائج الجدول (٢) توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع اراءهم حول التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف اخبار الصحف الورقية على اربعة فئات عمرية تصدرت فيها الفئة العمرية (**من ١٨-٢٧ سنة**) تصنيف الفئات بواقع (٨٤) تكرارا محققة اعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (**٣١.١١**%) وحلت بالمرتبة الأولى تليها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية من (**من ٢٨-٣٧ سنة**) وحصلت على (٦٧) تكرارا وبنسبة (**٢٤.٨١%**) بينما حلت الفئة العمرية من (**من ٣٨-٤٧ سنة**) بالمرتبة الثالثة محققة (٦٢) تكرارا وبنسبة بلغت (**٢٢.٩٦**%) في حين جاءت الفئة العمرية (**أكثر من ٥٨ عامًا**) في المرتبة الرابعة بواقع (٥٧) تكرارا ونسبة بلغت (**٢١.١٢**%).

جدول (٣) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى العلمي

المستوى العلمي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
بكالوريوس	١٢٢	%٤٥.١٩	الأولى
شهادة عليا (ماجستير – دكتوراة)	٦٩	%٢٥.٥٦	الثانية
شهادة الإعدادية	٤٤	%١٦.٣٠	الثالثة
اقل من الثانوية	٢٦	%٩.٦٢	الرابعة
دبلوم	٩	%٣.٣٣	الخامسة
المجموع	٢٧٠	%100	-

أظهرت نتائج الجدول (٣) توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع اراءهم على خمسة مستويات تصدر فيها مستوى (البكالوريوس) تصنيف المستويات بواقع (122) تكرارا محققا اعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (45.19) وحل بالمرتبة الأولى يليها مستوى شهادة عليا (ماجستير ودكتوراة)) بالمرتبة الثانية وحصل على (69) تكرارا وبنسبة (25.56) بينما حلت مستوى (الاعدادية) بالمرتبة

الثالثة محققاً (44) تكرارا وبنسبة بلغت (16.30) في حين جاء مستوى (اقل من الثانوي) في المرتبة الرابعة بواقع (26) تكرارا ونسبة بلغت (9.62)، تلاها مستوى (دبلوم) بالمرتبة الخامسة بـ (9) تكرارات ونسبة بلغت (3.33).

جدول (٤) يبين مكان العمل في الجرائد العراقية

ت	مكان العمل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	جريدة الصباح	٣٧	%١٣.٧١	الأولى
٢	جريدة العراق الإخبارية	٣٣	%١٢.٢٢	الثانية
٣	جريدة الوقائع العراقية	٢٥	%٩.٢٦	الثالثة
٤	جريدة الصباح الجديد	٢٣	%٨.٥٢	الرابعة
٥	جريدة المدى	٢١	%٧.٧٨	الخامسة
٦	جريدة الزمان	٢١	%٧.٧٨	الخامسة
٧	جريدة طريق الشعب	١٦	%٥.٩٣	السادسة
٨	جريدة الدستور	١٦	%٥.٩٣	السادسة
٩	جريدة الجمهورية	١٣	%٤.٨١	السابعة
١٠	جريدة المستقبل	١٣	%٤.٨١	السابعة
١١	جريدة المشرق العراقية	١٢	%٤.٤٥	الثامنة
١٢	جريدة الشرق العراقية	١٠	%٣.٧٠	التاسعة
١٣	جريدة الزوراء العراقية	١٠	%٣.٧٠	التاسعة
١٤	جريدة المستقبل العراقي	١٠	%٣.٧٠	التاسعة
١٥	جريدة البينة	١٠	%٣.٧٠	التاسعة
	المجموع الكلي	٢٧٠	%١٠٠	-

تكشف نتائج الجدول (٤) توزيع المبحوثين حسب الجرائد التي يعملون بها، وتبين أن الصحف شبه الرسمية فيها عدد كبير من الصحفيين فكانت (جريدة الصباح) في المقدمة بواقع (37) تكرارا وبنسبة بلغت (13.71) وحلت بالمرتبة الأولى تليها جريدة (العراق الاخبارية) بالمرتبة الثانية وحصلت على (33) تكرارا وبنسبة (12.22) بينما حلت (جريدة الوقائع العراقية) بالمرتبة الثالثة محققة (25) تكرارا وبنسبة (٩.٢٦)، ثم جاءت (جريدة الصباح الجديد) بالمرتبة الرابعة محققة (23) تكرارا وبنسبة (8.52)، فيما جاءت جريدتي (المدى والزمان) بالمرتبة الخامسة وحققتا (21) تكرارا وبنسبة (7.78).

جدول (٥) يبين المجال الوظيفي في غرفة التحرير

ت	المجال الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	محررو الاخبار	٥٥	%٢٠.٣٧	الاولى
٢	مراسلون صحفيون في الجريدة	٣٩	%١٤.٤٤	الثانية
٣	مساعدو التحرير	٣٥	%١٢.٩٦	الثالثة
٤	مصححو النصوص الإخبارية	٣١	%١١.٤٧	الرابعة
٥	منتجو الأخبار	٢٣	%٨.٥٢	الخامسة
٦	مصممو صفحات الأخبار	٢٣	%٨.٥٢	الخامسة
٧	مراقبو الجودة	١٩	%٧.٠٤	السادسة
٨	رؤساء التحرير	١٥	%٥.٥٦	السابعة
٩	مديرو تحرير الأخبار	١٥	%٥.٥٦	السابعة
١٠	سكرتير التحرير في غرفة الأخبار	١٥	%٥.٥٦	السابعة
	المجموع الكلي	٢٧٠	%١٠٠	-

يتضح من بيانات جدول (٥) ان فئة (محررو الأخبار) احتلت المرتبة الاولى وبواقع (٥٥) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٢٠.٣٧)، فيما جاءت فئة (مراسلون صحفيون في الجريدة) بالمرتبة الثانية وبواقع (٣٩) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٤.٤٤)، فيما جاء بالمرتبة الثالثة فئة (مساعدو التحرير) في غرفة الاخبار وبواقع (٣٥) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (١٢.٩٦)، تلاها بالمرتبة الرابعة فئة (مصححو النصوص الإخبارية) وبواقع (٣١) وبنسبة مئوية قدرها (١١.٤٧)، وحلت بالمرتبة الخامسة فئتا (منتجو الأخبار، مصممو صفحات الأخبار) وبواقع (٢٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٨.٥٢%)، فيما جاءت بالمرتبة السادسة فئة (مراقبو الجودة) وبواقع (١٩) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٧.٠٤%)، وجاءت بالمرتبة الاخيرة فئات (رؤساء التحرير، مديرو تحرير الاخبار، سكرتير التحرير في غرفة الأخبار) وبواقع (١٥) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥.٥٦%) لكل منهم.

ثانيًا: علاقة المبحوثين باستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

١) خبرة المبحوثين في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

جدول (٦) يبين الخبرة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
نعم	٢٠٠	%٧٤.٠٧	الأولى
كلا	٧٠	%٢٥.٩٣	الثانية
المجموع	٢٧٠	%100	-

يتضح من بيانات الجدول (٦) والذي يبين الخبرة في توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بأن فئة نعم احتلت المرتبة الاولى وبواقع (٢٠٠) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها

(٧٤.٠٧%)، فيما جاءت بالمرتبة الثانية فئة كلا وبواقع (٧٠) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٢٥.٩٣%).

٢) **عدد سنوات خبرة المبحوثين في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي**

جدول (٧) يبين عدد سنوات الخبرة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

عدد سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
سنة واحدة – ٣ سنوات	١١٨	٥٩.٠٠%	الأولى
٤ – ٦ سنوات	٥٤	٢٧.٠%	الثانية
٧ – ٩ سنوات	١٥	٧.٥%	الثالثة
١٠ سنوات فأكثر	١٣	٦.٥%	الرابعة
المجموع	٢٠٠	100%	-

يتبين من نتائج الجدول (٧) ان فئة (سنة واحدة – ٣سنوات) احتلت المرتبة الاولى وبواقع (١١٨) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٩.٠٠) فيما احتلت المرتبة الثانية فئة (٤-٦سنوات) وبواقع (٥٤) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٢٧.٠)، فيما حصدت المرتبة الثالثة فئة (٧-٩سنوات) وبنسبة مئوية قدرها (٧.٥)، فيما جاءت بالمرتبة الاخيرة فئة (١٠ سنوات فأكثر) وبواقع (١٣) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (٦.٥).

جدول (٨) يوضح مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

ت	الاستجابات	التكرار		م	درجة حرية	قيمة كا٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	أستخدمه بشكل دائم	١٠٥	٥٢.٥%	١	٣	١٦٩.٣٢	٧.٨٢	٥.٠٥
٢	أستخدمه أحيانًا	٨٦	٤٣.٠%	٢				
٣	أستخدمه حسب الظروف	٦	٣.٠%	٣				
٤	لا أستخدمه مطلقا	٣	١.٥%	٤				
المجموع		٢٠٠	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول (٨) بأن (٥٢.٥%) من افراد عينة الدراسة يفضلون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الاخبار بشكل دائم، بينما أشار (٤٣.٠%)من افراد عينة الدراسة انهم يفضلون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي احيانا، في حين اشار (٣.٠%) من افراد العينة بانهم يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي بحسب الظروف، أما ما نسبته (١.٥%) فانهم لا يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي مطلقا.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبيّن وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار إذ بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (١٦٩.٣٢)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٧.٨٢) وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٣). ولصالح فئة أستخدمه بشكل دائم ، أي أنْ هناك اختلافات واضحة بيّن المبحوثونَ في مدى

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار، وهذه النتائج تشير إلى درجة أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار أصبح شائعًا في السنوات الأخيرة، ويعزى ذلك إلى عدة فوائد يمكن أن تحققها هذه التقنية. منها أن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات كبيرة من البيانات والمعلومات، مما يساعد المحررين على فهم الاتجاهات الحالية وتحديد المواضيع التي تهم الجمهور، كما أن بعض أدوات الذكاء الاصطناعي تقوم بتوليد نصوص صحفية تلقائيًا، خاصة للأخبار العاجلة أو التقارير المبنية على البيانات. هذا يمكن أن يساعد المحررين في توفير الوقت والجهد، بالإضافة إلى ذلك يساعد الذكاء الاصطناعي في التعرف على المعلومات المضللة والأخبار الزائفة من خلال تحليل النصوص والتحقق من المصادر.

٣) **الجوانب التي يستعين بها المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار**

جدول (٩) يبين الجوانب التي تستعين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار

ت	العبارات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التغطية الآلية للأخبار (الصحافة الآلية) وتشمل كتابة تقارير الأخبار بشكل آلياً	١٢٥	١٣.١%	الأولى
٢	اعداد تقارير الأسواق المالية بشكل أسرع	١٠٥	١١%	الثانية
٣	تحليل البيانات والمعلومات الكبيرة لكتابة تقارير أو مقالات قائمة عليها	٩٦	١٠.٠٦%	الثالثة
٤	تحسين النصوص من خلال التحرير اللغوي والنحوي	٨٤	٨.٨%	الرابعة
٥	التدقيق اللغوي واكتشاف الأخطاء الإملائية والنحوية	٧٨	٨.١٧%	الخامسة
٦	تحسين الأسلوب اللغوي بشكل تلقائي	٧٢	٧.٥٥%	السادسة
٧	التوصية بالمحتوى من خلال تحليل سلوك القراء واهتماماتهم	٦٨	٧.١٣%	السابعة
٨	توجيه المحررين لكتابة مواضيع قد تثير اهتمام الجمهور	٦٤	٦.٧١%	الثامنة
٩	توفير مقترحات عن محتوى إضافي يجب تغطيته	٥٨	٦.٠٨%	التاسعة
١٠	إنتاج الصور والفيديوهات التلقائية	٥٤	٥.٦٦%	العاشرة
١١	إنشاء الصور التوضيحية وحسب متطلبات الأخبار	٥٠	٥.٢٤%	حادي عشر
١٢	تقديم الرسوم البيانية لتعزيز الإقناع	٤٢	٤.٤%	ثاني عشر
١٣	استخدام البيانات المتاحة بشكل سريع وفعال	٢٥	٢.٦٢%	ثالث عشر
١٤	تقديم تحليل لتوجهات واهتمامات الجمهور لمعرفة المواضيع التي تشغلهم	٢١	٢.٢%	رابع عشر
١٥	التصنيف الآلي للمحتوى الصحفي وحسب التخصص	١٢	١.٢٨%	خامس عشر
	المجموع	954 (*)	١٠٠%	-

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (954)، بينما حجم عينة البحث هي (200)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

يتضح من بيانات الجدول (٩) والخاصة بالجوانب التي يستعين بها المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار، تبين أن فئة (التغطية الآلية للأخبار (الصحافة الآلية) وتشمل كتابة تقارير الأخبار بشكل آلياً) احتلت المرتبة الاولى وبواقع (١٢٥) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٣.١%)، فيما احتلت المرتبة الثانية فئة (اعداد تقارير الأسواق المالية بشكل أسرع) وبواقع (١٠٥) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (١١%)، في حين احتلت فئة (تحليل البيانات والمعلومات الكبيرة لكتابة تقارير أو مقالات قائمة عليها) المرتبة الثالثة وبواقع (٩٦) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها(١٠.٠٦%)، وجاءت فئة (تحسين النصوص من خلال التحرير اللغوي والنحوي) بالمرتبة الرابعة وبواقع (٨٤) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٨.٨%)، وحصدت فئة (التدقيق اللغوي واكتشاف الأخطاء الإملائية والنحوية) المرتبة الخامسة وبواقع (٧٨) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٨.١٧%)، في حين جاءت بالمرتبة السادسة فئة تحسين الاسلوب اللغوي بشكل تلقائي وبواقع (٧٢) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٧.٥٥%)، لتأتي فئة (التوصية بالمحتوى من خلال تحليل سلوك القراء واهتماماتهم) في المرتبة السابعة بعد أن سجلت (٦٨) تكرارا ونسبة بلغت (٧.١٣%)، أما فئة (توجيه المحررين لكتابة مواضيع قد تثير اهتمام الجمهور) فقد حلت في بالمرتبة الثامنة وبواقع (٦٤) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٦.٧١%)، تلتها فئة (توفير مقترحات عن محتوى إضافي يجب تغطيته) في المرتبة التاسعة وحصلت على (٥٨) تكراراً ونسبة بلغت (٦.٠٨%)، بينما جاءت فئة (إنتاج الصور والفيديوهات التلقائية) بالمرتبة العاشرة وبواقع (٥٤) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥.٦٦%)، واحتلت المرتبة الحادية عشر فئة (إنشاء الصور التوضيحية وحسب متطلبات الأخبار) وبواقع (٥٠) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥.٢٤%)، فيما احتلت فئة (تقديم الرسوم البيانية لتعزيز الاقناع) المرتبة الثانية عشر وبواقع (٤٢) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٤.٤%)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عشر فئة (استخدام البيانات المتاحة بشكل سريع وفعال) وبواقع (٢٥) تكرارا وبنسبة بلغت (٢.٦٢%)، لتأتي فئة (تقديم تحليل لتوجهات واهتمامات الجمهور لمعرفة المواضيع التي تشغلهم) في المرتبة الرابعة عشر وبواقع (٢١) تكرارا ونسبة بلغت (٢.٢%)، واحتلت المرتبة الاخيرة فئة (التصنيف الآلي للمحتوى الصحفي وحسب التخصص) بعد ان سجلت (١٢) تكرارا ونسبة بلغت (١.٢٨%).

ومن المعطيات الاحصائية للجدول السابق تبين أن فئة التغطية الآلية للأخبار (الصحافة الآلية) وتشمل كتابة تقارير الأخبار بشكل آلياً تصدرت باقي الفئات الأخرى والخاصة بالجوانب التي يستعين بها المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار، وهذا يؤشر لنا أن التغطية الآلية للأخبار تشير إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والأتمتة في عملية كتابة تقارير الأخبار، يعتمد الصحفيون على هذه التكنولوجيا لتسهيل وتبسيط العمل وتوفير الوقت، مما يسمح لهم بالتركيز على جوانب أخرى من الصحافة مثل التحقيقات العميقة والتقارير التحليلية، وتعمل أنظمة الذكاء الاصطناعي على تحليل البيانات والمعلومات من مصادر متعددة، ثم تقوم بإنشاء نصوص إخبارية بطريقة شديدة السرعة والدقة، ويمكن استخدامها في تغطية أحداث مثل التقارير عن النتائج الرياضية، التقارير المالية، أو حتى بعض الأخبار العاجلة، مما يتيح للصحفيين إنتاج محتوى سريع الاستجابة.

٤) تقييّم المبحوثين لمدى فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

جدول (١٠) يبين تقيّم فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

ت	الاستجابات	تكرار	النسبة المئوية	م	درجة الحرية	قيمة كا٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	**فعال جدًا ولا يمكن الاستغناء عنه**	٨٩	%٤٤.٥	١	٤	١٤٤.٣	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	**فعال بحدود معينة**	٦٥	%٣٢.٥	٣				
٣	**محايد**	٤٠	%٢٠.٠	٢				
٤	**غير فعال بحدود معينة**	٥	%٢.٥	٤				
٥	**غير فعال ولا يمكن الوثوق به**	١	%٠.٥	٥				
المجموع		٢٠٠	%١٠٠	-				

يتبين من بيانات الجدول (١٠) ان فئة (**فعال جدًا ولا يمكن الاستغناء عنه**) حصدت المرتبة الاولى وبواقع (٨٩) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٤٤.٥)، فيما احتلت المرتبة الثانية فئة (فعال بحدود معينة) وبواقع (٦٥) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٣٢.٥)، فيما احتلت المرتبة الثالثة وبواقع (٤٠) وبنسبة مئوية قدرها (٢٠.٠)، وجاءت بالمرتبة الرابعة فئة (**غير فعال بحدود معينة**) وبواقع (٥) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (٢.٥)، واحتلت المرتبة الاخيرة فئة (**غير فعال ولا يمكن الوثوق به**) وبواقع تكرارا واحد فقط.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبيّن وجود فروق ذات دلالة احصائية في تقيّم فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار إذ بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (١٤٤.٣)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤). ولصالح فئة أستخدمه بشكل دائم ، أي أنْ هناك اختلافات واضحة بيّن المبحوثونَ في تقيّم فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار، وهذه النتائج تشير إلى درجة أن توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار أصبح فعّالاً للغاية ويعتبر جزءاً أساسياً من العمليات التحريرية الحديثة، ويمكن للذكاء الاصطناعي تحسين الإنتاجية وزيادة كفاءة العمل عن طريق تحليل النصوص بسرعة كبيرة، مما يساعد المحررين على التعرف على الأخطاء اللغوية والنحوية وتصحيحها بشكل أسرع، كما يمكن للذكاء الاصطناعي كتابة مقالات أو تقارير أولية باستخدام البيانات المتاحة، مما يوفر الوقت للمحررين للتركيز على التحقق من المعلومات والتعمق في التحليلات، بالإضافة إلى ذلك يمكن للذكاء الاصطناعي مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المختلفة للكشف عن الأحداث الجارية أو الاتجاهات المهمة في الوقت الحقيقي.

ثالثًا: مقياس التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار

١) التحديات التي تواجه توظيف المبحوثين للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

جدول (١١) يبين هل أن توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار يواجه تحديات محددة

السكن في بغداد	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
نعم	١٨٩	٩٤.٥%	الأولى
كلا	١١	٥.٥%	الثانية
المجموع	٢٠٠	100%	-

يتبين من بيانات جدول (١١) من ان فئة (نعم) احتلت المرتبة الاولى وبواقع (١٨٩) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٩٤.٥) فيما احتلت المرتبة الثانية فئة (كلا) وبواقع (١١) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (٥.٥).

٢) طبيعة انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

جدول (١٢) يبين طبيعة انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	مرتبة
١	تحسين وانتقاء استهداف الجمهور	١٧٤	٢٩.٠%	الأولى
٢	تحسين جودة المحتوى الصحفي	١٢٣	٢٠.٥%	الثانية
٣	زيادة معدل تفاعلات الجمهور	١٠٨	١٨.٠%	الثالثة
٤	تنقيح المحتوى بشكل مثالي	١٠٥	١٧.٥%	الرابعة
٥	التصميم المثالي للصفحات	٩٠	١٥.٠%	الخامسة
المجموع		٦٠٠(*)	١٠٠%	-

تشير نتائج الجدول(١٢) من أن فئة (تحسين وانتقاء استهداف الجمهور) احتلت المرتبة الاولى وبواقع (١٧٤) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٢٩.٠)، فيما جاءت بالمرتبة الثانية فئة (تحسين جودة المحتوى الصحفي) وبواقع (١٢٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٢٠.٥)، وجاءت بالمرتبة الثالثة فئة (زيادة معدل تفاعلات الجمهور) وبواقع (١٠٨) وبنسبة مئوية قدرها (١٨.٠)، وحلت بالمرتبة الرابعة فئة (تنقيح المحتوى بشكل مثالي) وبنسبة مئوية قدرها (١٧.٥)، وجاءت بالمرتبة الاخيرة فئة (التصميم المثالي للصفحات) وبواقع (٩٠) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٥.٠).

٣) التحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

الفقرة (١): شعور الصحفيين والمحررين بأنه منافس قد يهدد حياتهم الوظيفية

الفقرة (٢): ضعف التمويل وصعوبة الحصول على تقنيات الذكاء الاصطناعي

الفقرة (٣): غياب الاستثمارات الكافية كالبنية التحتية والبرمجيات والتدريب

الفقرة (٤): نقص الخبرة التقنية والمعرفة الكافية بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي

(*) عدد التكرارات (٦٠٠) رغم أن العينة (٢٠٠) وذلك لأن الاجابة تسمح باختيار أكثر من بديل.

الفقرة (٥): معظم الصحفيين والمحررين لا يمتلكون الخبرة الكافية

الفقرة (٦): ضعف تقنيات الذكاء الخاصة بجودة المحتوى والإبداع

الفقرة (٧): افتقار البرامج الذكية لتحليل البيانات وصياغة الأخبار للحس الصحفي

الفقرة (٨): افتقار البرامج الذكية لمهارات الاستقصاء العميق والإبداع في الكتابة

الفقرة (٩): عدم القدرة على فهم السياقات الثقافية والسياسية مما يؤدي لتحريف الحقائق

الفقرة (١٠): التكاليف العالية للتطوير والتشغيل والتدريب

الفقرة (١١): صعوبة التمييز بين المصادر الموثوقة والمعلومات الزائفة

الفقرة (١٢): اعتماد الصحف الورقية نماذج عمل تقليدية، مما يجعل من الصعوبة التأقلم مع الذكاء الاصطناعي بسلاسة في العمل اليومي

الفقرة (١٣): جمع البيانات وتحليلها من قبل (AI) يثير مخاوف قانونية وأخلاقية بشأن الخصوصية وسرية المصادر

الفقرة (١٤): التطورات السريعة في مجال (AI) تتطلب تحديثات مستمرة مما قد يشكل عبئًا ماليا على الصحف

الفقرة (١٥): شعور الصحفيين بالمقاومة الثقافية أو الخوف من فقدان الوظائف

الفقرة (١٦): معظم العاملين في الصحافة التقليدية يفتقرون للخبرة في التعامل مع تقنيات (AI).

جدول (١٣) يُبين التحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار

ت	العبارات		الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب	المستوى
			أتفق	محايد	لا اتفق					
١	الفقرة (١)	ك	١٢٢	٣١	٤٧	٢.٣٧٥	.724	٧٩.٧٩	١٠	مرتفع
		%	%٦١	%١٥.٥	%٢٣.٥					
٢	الفقرة (٢)	ك	١٥٤	١٠	٣٦	٢.٥٩	.686	٨٦.٣٣	٥	مرتفع
		%	%٧٧	%٥	%١٨					
٣	الفقرة (٣)	ك	١٤٣	١٢	٤٥	٢.٤٩	.714	٨٣	٦	مرتفع
		%	%٧١.٥	%٦	%٢٢.٥					
٤	الفقرة (٤)	ك	١٣٥	١٧	٤٨	٢.٤٣٥	.698	٨١.١٧	٨	مرتفع
		%	%٦٦.٥	%٨.٥	%٢٤					
٥	الفقرة (٥)	ك	١٣٦	١٥	٤٩	٢.٤٣٥	.695	٨١.١٧	٨	مرتفع
		%	%٦٨	%٧.٥	%٢٤.٥					
٦	الفقرة (٦)	ك	٥٥	٣٩	١٠٦	١.٧٤٥	.715	٥٨.١٧	١٣	متوسط
		%	%٢٧.٥	%١٩.٥	%٥٣					
٧	الفقرة (٧)	ك	١٥٠	٢١	٢٩	٢.٦٠٥	.696	٨٦.٨٣	٤	مرتفع
		%	%٧٥	%١٠.٥	%١٤.٥					
٨	الفقرة (٨)	ك	١٥٥	١٤	٣١	٢.٦٢	.717	٨٧.٣٣	٣	مرتفع
		%	%٧٧.٥	%٧	%١٥.٥					
٩	الفقرة (٩)	ك	١٤٤	١٢	٤٤	٢.٥	.692	٨٣.٣٣	٥	مرتفع
		%	%٧٢	%٦	%٢٢					
١٠	الفقرة (١٠)	ك	١٣٢	٢١	٤٧	٢.٤٢٥	.677	٨٠.٨٣	٩	مرتفع
		%	%٦٦	%١٠.٥	%٢٣.٥					
١١	الفقرة (١١)	ك	١٣٤	١٠	٥٦	٢.٣٩	.666	٧٩.٦٧	١١	مرتفع
		%	%٦٧	%٥	%٢٨					
١٢	الفقرة (١٢)	ك	١٣٣	٢٢	٤٥	٢.٤٤	.690	٨١.٣٣	٧	مرتفع
		%	%٦٦.٥	%١١	%٢٢.٥					
١٣	الفقرة (١٣)	ك	١٢٥	١٧	٥٨	٢.٣٣٥	.710	٧٧.٨٣	١٢	متوسط
		%	%٦٢.٥	%٨.٥	%٢٩					
١٤	الفقرة (١٤)	ك	١٤٦	٣٥	١٩	٢.٦٣٥	.673	٨٧.٨٣	٢	مرتفع
		%	%٧٣	%١٧.٥	%٩.٥					
١٥	الفقرة (١٥)	ك	١٥٥	٢٩	١٦	٢.٦٩٥	.667	٨٩.٨٣	١	مرتفع
		%	%٧٢.٥	%١٤.٥	%٨					
١٦	الفقرة (١٦)	ك	١٥٠	٢١	٢٩	٢.٦٠٥	.666	٨٦.٨٣	٤	مرتفع
		%	%٧٥	%١٠.٥	%١٤.٥					
	المجموع					٢.٤٦	.693	٨٢	-	مرتفع

يوضّح الجدول السابق أن:

التحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار كما يحددها المبحوثون، تمثلت فيما يلي:

جاء في الترتيب الأول (شعور الصحفيين بالمقاومة الثقافية أو الخوف من فقدان الوظائف) بمتوسط حسابي (٢.٦٩٥)، وبوزن مئوي قدره (٨٩.٨٣%)، وجاء في الترتيب الثاني (التطورات السريعة في مجال (AI) تتطلب تحديثات مستمرة مما قد يشكل عبئًا ماليا على الصحف) بمتوسط حسابي (٢.٦٣٥)، وبوزن مئوي قدره (٨٧.٨٣%)، ثم جاء في الترتيب الثالث (افتقار البرامج الذكية لمهارات الاستقصاء العميق والإبداع في الكتابة) بمتوسط حسابي (٢.٦٢)، وبوزن مئوي قدره (٨٧.٣٣%)، وأخيراً الترتيب الثالث عشر (جمع البيانات وتحليلها من قبل (AI) يثير مخاوف قانونية وأخلاقية بشأن الخصوصية وسرية المصادر) بمتوسط حسابي (١.٧٤٥) وبوزن مئوي قدره (٥٨.١٧%).

وبالنظر للجدول نجد أنْ نتائجه تشير إلى أنْ المتوسط العام للتحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار كما يحددها المبحوثون بلغ (٢.٤٦)، وبنسبة مئوية بلغت (٨٢%) وهو مستوى مرتفع.

نستنتج من نتائج الجدول السابق أنْ التحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار يتمثل في شعور الصحفيين بالمقاومة الثقافية أو الخوف من فقدان الوظائف، كذلك التطورات السريعة في مجال (AI) تتطلب تحديثات مستمرة مما قد يشكل عبئًا ماليا على الصحف، بالإضافة إلى افتقار البرامج الذكية لمهارات الاستقصاء العميق والإبداع في الكتابة.

المقترحات الخاصة بمواجهة غرف تحرير الأخبار للتحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي

الفقرة (١): اقامة حلقات نقاشية بشأن كيفية استثمار الذكاء الاصطناعي
الفقرة (٢): اقامة دورات وندوات تثقيفية بشأن توظيف الذكاء الاصطناعي
الفقرة (٣): تطوير ودمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الصحفي
الفقرة (٤): دعم الصحف العراقية بتقنيات تتناسب مع التحول الذكي
الفقرة (٥): ضرورة استفادة الصحف الورقية من (AI) في تحسين عمليات التحرير
الفقرة (٦): استثمار (AI) في تحليل البيانات وتخصيص المحتوى للقراء
الفقرة (٧): دعوة الصحفيين والمحررين إلى زيادة مهاراتهم التقنية في (AI)
الفقرة (٨): التأكيد على أتمتة المهام التحريرية وتحسين تجربة القارئ مع (AI)

جدول (١٤) يبين مدى الموافقة على المقترحات الخاصة بمواجهة غرف تحرير الأخبار للتحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي

ت	العبارات		الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب	المستوى
			أتفق	محايد	لا اتفق					
١	الفقرة (١)	ك	١٥٤	١٠	٣٦	٢.٥٩	.529	٨٦.٣٣	٦	مرتفع
		%	%٧٢	%٥	%١٨					
٢	الفقرة (٢)	ك	١٣٦	٢٠	٤٤	٢.٤٦	.583	٨٢	٧	مرتفع
		%	%٦٨	%١٠	%٢٢					
٣	الفقرة (٣)	ك	١٥٦	١٤	٣٠	٢.٦٣	.561	٨٧.٦٧	٥	مرتفع
		%	%٧٨	%٧	%١٥					
٤	الفقرة (٤)	ك	١٦٢	٨	٣٠	٢.٦٦	.603	٨٨.٦٧	٣	مرتفع
		%	%٦١	%٤	%١٥					
٥	الفقرة (٥)	ك	١٥٦	١٦	٢٨	٢.٦٤	.563	٨٨	٤	مرتفع
		%	%٧٨	%٨	%١٤					
٦	الفقرة (٦)	ك	١٥٦	٢٠	٢٤	٢.٦٦	.550	٨٨.٦٧	٣	مرتفع
		%	%٧٨	%١٠	%١٢					
٧	الفقرة (٧)	ك	١٦٦	٢٨	٦	٢.٨	.532	٩٣.٣٣	١	مرتفع
		%	%٨٣	%١٤	%٣					
٨	الفقرة (٨)	ك	١٦٨	٢٢	١٠	٢.٧٩	.564	٩٣	٢	مرتفع
		%	%٨٤	%١١	%٥					
	المجموع					٢.٦٥٤	.572	٨٨.٤٧	-	مرتفع

يوضّح الجدول السابق أن:

الموافقة على المقترحات الخاصة بمواجهة غرف تحرير الأخبار للتحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي كما يحددها المبحوثون، تمثلت فيما يلي:

جاء في الترتيب الأول (دعوة الصحفيين والمحررين إلى زيادة مهاراتهم التقنية في (AI)) بمتوسط حسابي (٢.٨)، وبوزن مئوي قدره (٩٣.٣٣%)، وجاء في الترتيب الثاني (التأكيد على أتمتة المهام التحريرية وتحسين تجربة القارئ مع (AI)) بمتوسط حسابي (٢.٧٩)، وبوزن مئوي قدره (٩٣%)، ثم جاء في الترتيب الثالث (دعم الصحف العراقية بتقنيات تتناسب مع التحول الذكي، استثمار (AI) في تحليل البيانات وتخصيص المحتوى للقراء) بمتوسط حسابي (٢.٦٦)، وبوزن مئوي قدره (٨٨.٦٧%)، وأخيراً الترتيب السابع (اقامة دورات وندوات تثقيفية بشأن توظيف الذكاء الاصطناعي) بمتوسط حسابي (٢.٤٦) وبوزن مئوي قدره (٨٢%).

وبالنظر للجدول نجد أنْ نتائجه تشير إلى أنْ المتوسط العام الموافقة على المقترحات الخاصة بمواجهة غرف تحرير الأخبار للتحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي كما يحددها المبحوثون بلغ (٢.٦٥٤)، وبنسبة مئوية بلغت (٨٨.٤٧%) وهو مستوى مرتفع.

نستنتج من نتائج الجدول السابق أنْ الموافقة على المقترحات الخاصة بمواجهة غرف تحرير الأخبار للتحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي يتمثل في دعوة الصحفيين والمحررين إلى زيادة مهاراتهم التقنية في (AI)، وكذلك التأكيد على أتمتة المهام التحريرية

وتحسين تجربة القارئ مع (AI)، بالإضافة إلى دعم الصحف العراقية بتقنيات تتناسب مع التحول الذكي، واستثمار (AI) في تحليل البيانات وتخصيص المحتوى للقراء.

❖ الاستنتاجات

على وفق النتائج التي توصل إليها البحث يمكن الاستنتاج من اجابات المبحوثين ما يأتي:

١) كشفت اجابات المبحوثين بشأن مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار إلى أن استخدامها في مهام تحرير الأخبار أصبح شائعًا في السنوات الأخيرة، ويعزى ذلك إلى عدة فوائد يمكن أن تحققها هذه التقنية، منها أن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات كبيرة من البيانات والمعلومات، مما يساعد المحررين على فهم الاتجاهات الحالية وتحديد المواضيع التي تهم الجمهور، كما أن بعض أدوات الذكاء الاصطناعي تقوم بتوليد نصوص صحفية تلقائيًا، خاصة للأخبار العاجلة أو التقارير المبنية على البيانات. هذا يمكن أن يساعد المحررين في توفير الوقت والجهد، بالإضافة إلى ذلك يساعد الذكاء الاصطناعي في التعرف على المعلومات المضللة والأخبار الزائفة من خلال تحليل النصوص والتحقق من المصادر.

٢) تُظهر المعطيات الاحصائية الخاصة بالجوانب التي يستعين بها المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجاز مهام غرف تحرير الأخبار أن التغطية الآلية للأخبار (الصحافة الآلية) والتي تتمثل بكتابة تقارير الأخبار بشكل آلي تصدرت باقي الفقرات الأخرى والخاصة بالجوانب التي يستعين بها المبحوثين بالذكاء الاصطناعي لإنجازها في غرف تحرير الأخبار، وهذا يؤشر لنا أن التغطية الآلية للأخبار تشير إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والأتمتة في عملية كتابة تقارير الأخبار، فالصحفيين يعتمدون على هذه التكنولوجيا لتسهيل وتبسيط العمل وتوفير الوقت، مما يسمح لهم بالتركيز على جوانب أخرى من الصحافة مثل التحقيقات العميقة والتقارير التحليلية.

٣) كشف المبحوثون أن أنظمة الذكاء الاصطناعي تعمل على تحليل البيانات والمعلومات من مصادر متعددة، ثم تقوم بإنشاء نصوص إخبارية بطريقة شديدة السرعة والدقة، ويمكن استخدامها في تغطية أحداث مثل التقارير عن النتائج الرياضية، التقارير المالية، أو حتى بعض الأخبار العاجلة، مما يتيح للصحفيين إنتاج محتوى سريع الاستجابة.

٤) يتبين من تقيّيم المبحوثين لمدى فعالية توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار أن توظيف الذكاء الاصطناعي فيها أصبح فعّالاً للغاية ويعتبر جزءاً أساسياً من العمليات التحريرية الحديثة، ويمكن للذكاء الاصطناعي تحسين الإنتاجية وزيادة كفاءة العمل عن طريق تحليل النصوص بسرعة كبيرة، مما يساعد المحررين على التعرف على الأخطاء اللغوية والنحوية وتصحيحها بشكل أسرع، كما يمكن للذكاء الاصطناعي كتابة مقالات أو تقارير أولية باستخدام البيانات المتاحة، مما يوفر الوقت للمحررين للتركيز على التحقق من المعلومات والتعمق في التحليلات، بالإضافة إلى ذلك يمكن للذكاء الاصطناعي مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المختلفة للكشف عن الأحداث الجارية أو الاتجاهات المهمة في الوقت الحقيقي.

٥) تتمثل انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على غرف تحرير الأخبار من خلال ما يحصل من تحسين وانتقاء في استهداف الجمهور بمضامين محددة تدخل ضمن اهتماماته، وكذلك تحسين جودة المحتوى الصحفي من خلال ما توفره برامج الذكاء الاصطناعي، وكذلك زيادة معدل تفاعلات الجمهور مع مضامين محددة تتفق مع أجندة المحررين والسياسة الاعلامية للمؤسسة.

٦) تبين من نتائج الاستبانة أن المبحوثين أنْ التحديات التي تواجه المحررين عند استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف تحرير الأخبار يتمثل في شعور الصحفيين بالمقاومة الثقافية أو الخوف من فقدان الوظائف، كذلك التطورات السريعة في مجال (AI) تتطلب تحديثات مستمرة مما قد يشكل عبئًا ماليا على الصحف، بالإضافة إلى افتقار البرامج الذكية لمهارات الاستقصاء العميق والإبداع في الكتابة.

٧) تبين من البحث أن المبحوثين يؤكدون على ضرورة مواجهة غرف تحرير الأخبار للتحديات الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي من خلال دعوة الصحفيين والمحررين إلى زيادة مهاراتهم التقنية في (AI)، وكذلك التأكيد على أتمتة المهام التحريرية وتحسين تجربة القارئ مع (AI)، بالإضافة إلى دعم الصحف العراقية بتقنيات تتناسب مع التحول الذكي، واستثمار (AI) في تحليل البيانات وتخصيص المحتوى للقراء.

❖ المصادر والمراجع:

١- برنارد مار، مات وارد، ترجمة عائشة يكن حداد، تطبيقات الذكاء الاصطناعي – كيف استخدمت خمسون شركة ناجدة الذكاء الاصطناعي والتعلم الالي لحل المشكلات، (الرياض: العبيكان ٢٠٢٢م).

٢- حسين علي ابراهيم الفلاحي، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الاعلامية،(بيروت: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م).

٣- سابق اميرة واخرون، الذكاء الاصطناعي رؤى متعددة التخصصات، (برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية والسياسية، ٢٠٢٤م).

٤- شريف حمدي، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال، (القاهرة: العربية للنشر، ٢٠٢٣م).

٥- طه أحمد حميد الزيدي، الافتاء الافتراضي عبر تقنية الذكاء الاصطناعي ومشروعيته وضوابطه، (بغداد: دار الفجر، ٢٠٢٣م).

٦- عبد الله موسى ، احمد حبيب بلال، الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٩م).

٧- محمد الأمين موسى، مستقبل الصحافة الالكترونية في عصر الذكاء الاصطناعي، (قطر: مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠٢١م).

٨- محمد مهني البحراوي، وكالات الانباء في عصر الاعلام الرقمي، (الاسكندرية: دار التعليم الجامعي، ٢٠٢٣م).

٩- محي الدين مسعد، كيفية كتابة الابحاث والاعداد للمحاضرات، ط٢، (القاهرة: المكتب العربي الحديث، ٢٠٠٠م).

١٠-مهدي حنا، الذكاء الاصطناعي والصراع الامبريالي،(عمان: الان ناشرون وموزعون، ٢٠٢٠م).
١١-هالة أحمد الحسيني، دعاء هاشم جمعة، الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الاعلامية، (القاهرة: العربي للنشر، ٢٠٢٣م).
١٢-وفاء محمد أبو المعاطي صقر، المسؤولية الجنائية عن جرائم الذكاء الاصطناعي دراسة تحليلية استشرافية، مجلة روح القوانين، (العدد ٩٦، اكتوبر، ٢٠٢١م).
1- Robert Walters, Marko Novak, Cyber Security Artificial Intelligence Data Protection & the Law (Singapore: Springer, 2120), P12
2- Taina Pihlajarinne, Anette Alén-Savikko, Artificial Intelligence And the Media Reconsidering Rights and Responsibilities (United kingdom: Edward Elgar Publishing, 2022), P1-2.

❖ **Translated sources and references.**

1) Abdullah Musa, Ahmed Habib Bilal, Artificial Intelligence: A Revolution in Modern Technologies, (Cairo: Arab Group for Training and Publishing, 2019).
2) Bernard Marr, Matt Ward, translated by Aisha Yakan Haddad, Artificial Intelligence Applications - How Fifty Successful Companies Used Artificial Intelligence and Machine Learning to Solve Problems, (Riyadh: Al-Obeikan, 2022).
3) Hala Ahmed Al-Husseini, Duaa Hashem Juma, Artificial Intelligence and Its Use in Media Institutions, (Cairo: Al-Arabiya Publishing, 2023).
4) Hussein Ali Ibrahim Al-Falahi, Fundamentals of Scientific Research and its Methods in Media Studies, (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Jami'i, 2018).
5) Mahdi Hanna, Artificial Intelligence and Imperialist Conflict, (Amman: Alan Publishers and Distributors, 2020).
6) Muhammad Al-Amin Musa, The Future of Electronic Journalism in the Age of Artificial Intelligence, (Qatar: Al Jazeera Center for Studies, 2021).
7) Muhammad Mahni Al-Bahrawi, News Agencies in the Age of Digital Media, (Alexandria: Dar Al-Ta'lim Al-Jami'i, 2023).
8) Muhyiddin Mas'ad, How to Write Research and Prepare for Lectures, 2nd ed., (Cairo: Al-Maktab Al-Arabi Al-Hadith, 2000).

9) Sabq Amira et al., Artificial Intelligence: Multidisciplinary Visions, (Berlin: Arab Democratic Center for Strategic, Economic, and Political Studies, 2024).
10) Sherif Hamdi, Artificial Intelligence Applications and Enhancing the Competitive Advantage of Business Organizations, (Cairo: Al-Arabiya Publishing, 2023).
11) Taha Ahmed Hamid Al-Zaidi, Virtual Fatwas Using Artificial Intelligence Technology, Its Legitimacy and Controls, (Baghdad: Dar Al-Fajr, 2023).
12) Wafaa Muhammad Abu Al-Maati Saqr, Criminal Liability for Artificial Intelligence Crimes: A Prospective Analytical Study, Spirit of Laws Magazine, (Issue 96, October 2021).