

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)

آلية تطوير المحتوى الاعلامي في المؤسسات الاعلامية

العراقية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي: (دراسة ميدانية)

The Mechanism of Developing Media Content in Iraqi Media Institutions Using Artificial Intelligence Technologies: (A Field Study)

أ.م.د. ليث عبدالستار عيادة اللهبي

Assistant Professor Dr. Laith Abdul-Sattar Ayada Al-Lahebi

كلية التربية الاساسية – جامعة ديالى

College of Basic Education – University of Diyala

laithabd1977@gmail.com / البريد الالكتروني

ملخص البحث:

استهدف البحث التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي من وجهة نظر القائم بالاتصال في اطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، ويندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية وقد اعتمد على منهج المسح بشقه الميداني وطبق البحث على عينة من القائمين بالاتصال ببعض المؤسسات الاعلامية العراقية قوامها (٣٠٠) مفردة من خلال استبيان طبق عليهم بالبريد الالكتروني وقد اشارت نتائج البحث الى ان عينة البحث تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت (٤٥%) من العينة وتعتمد عليها احياناً بنسبة (٤٤,٧%) من العينة في الترتيب الثاني ويعني ذلك ان الوسائل الاعلامية العراقية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة (٨٩,٧%) من العينة سواء بشكل منتظم او الى حد ما، بينما بلغت نسبة اعتماد وسائل الاعلام العراقية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجية بدرجة كبيرة اكثر من النصف حيث جاءت نسبة اكثر (٥٥%) من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل على التكنولوجيا بدرجة متوسطة (٤٠%) من العينة، بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة (٥%) من الوسائل كما اشارت النتائج الى ان نسبة (٧٥,٧%) من عينة الدراسة توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي، بينما عارضت نسبة (٢٤,٣%) منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى انها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيبيها، وبالتالي يمكن ان يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الاعلامية الذين يمكن ان يفقدوا امكانهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات. وقد ثبت صحة الفرض الذي ينص

على انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الاداء، المنفعة المتوقعة، التسهيلات المتاحة، الجهد المتوقع).

الكلمات المفتاحية: (تطوير المحتوى الاعلامي، الذكاء الاصطناعي، النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا)

Abstract:

This study aims to explore the role of artificial intelligence in developing media content from the perspective of communication professionals, within the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. This research falls under descriptive studies and relies on a survey method with a field component. The study was conducted on a sample of 300 communication professionals from various Iraqi media institutions using a questionnaire distributed via email. The findings indicated that 45% of the sample used artificial intelligence applications, while 44.7% used them occasionally, meaning that 89.7% of Iraqi media institutions either regularly or somewhat used artificial intelligence applications. Additionally, more than half of the sample (55%) strongly relied on modern technological applications, with 40% relying on them moderately, and 5% weakly. The results also showed that 75.7% of the study sample agreed on using artificial intelligence technologies to develop media content, while 24.3% opposed this, arguing that it might lead to the use of robots to gather and organize content, which could affect media workers who might lose their positions and jobs if these robots are fully relied upon. The hypothesis that there is a statistically significant correlation between the attitudes of communication professionals toward the application of artificial intelligence technologies in media and the variables of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (performance expectation, perceived benefits, available facilitation, and expected effort) was confirmed.

Keywords: (Developing Media Content, Artificial Intelligence, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

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)

مقدمة:

أحدثت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحولات كبيرة في نمط الحياة الحديثة وخلقت فرصاً هائلة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة عن طريق إعادة تشكيل وسائل النقل والصحة، والعلوم، وسوق المال حيث تتيح تطبيقات الذكاء الاصطناعي حلولاً مبتكرة، فضلاً عن تطوير مجال العمل الاعلامي عن طريق احداث تحولات كبيرة في قدرة وسائل الاعلام على التأثير ومخاطبة الرأي العام، اذ وفرت ادوات اكثر ذكاءً وتقدماً بأقل جهد وسرعة في نقل الخبر الى المتلقي وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، وهذا التطور يشمل وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، فضلاً عن شبكات التواصل الاجتماعي والاعلام الجديد بصفة عامة.

تعتمد صحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مثل البرمجيات او الخوارزميات لإنشاء قصص اخبارية تلقائياً دون تدخل العنصر البشري، باستثناء المبرمجين الذين طوروا هذه الخوارزميات للاستفادة منها في مجال الصحافة، فضلاً عن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية او الادارية او التخطيط المتعلق بالعمل الصحفي. وحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي تغييرات مهمة بمهنة الصحافة والاعلام، نتيجة تزايد الاعتماد على روبوتات ذكية تقوم بالتصوير وتحرير المحتوى والتدقيق اللغوي والترجمة والتعامل مع البيانات الضخمة وغير ذلك بدقة وسرعة اكبر من البشر، وبمستوى انتاج ضخم يفوق مستويات انتاج المحتوى التقليدي خلال وقت قصير لا يتعدى ثوان قليلة، وتقنيات الذكاء الاصطناعي عبارة عن تطوير أنظمة حاسوبية قادرة على اداء مهام تتطلب عادةً الاستعانة بالعقل البشري، ولقد ادخلت هذه التقنيات في كافة مجالات الحياة اليومية ومن اهم هذه الصناعات التي ادخلت فيها الآلات وتقنيات الذكاء الاصطناعي هي الكتابة بمفهومها الواسع وتطوير المحتوى، وتحديدًا في قطاع الاعلام والتسويق داخل المؤسسات الاعلامية، ولقد اثرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الوسيلة الاعلامية ذاتها حيث عملت على تطوير شكل الوسيلة وعلى قدرتها على القيام بدورها الاعلامي من خلال امكانية توفير مواد اعلامية سريعة وبالغة الدقة باعتمادها على الروبوتات في انتاجها الاعلامي، وبالتالي سوف تتميز الوسيلة الاعلامية التي تستعين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي عن تلك التي لا تقوم بتطبيقها، لذا يسعى هذا البحث للتعرف على دور هذه التقنيات والتطبيقات في تطوير محتوى الوسيلة الاعلامية وقدرتها على منافسة الوسائل الاخرى.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تبحث هذه الدراسة في التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي سواء المرئي او المقروء او المسموع، ووجهة نظر القائمين بالاتصال نحو استخدام تلك التطبيقات في الوسيلة الاعلامية التي يعملون بها، وذلك في اطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

UTAUT^(*) والتي تشير الى ان قبول الافراد للتكنولوجيا قد يتوقف على مجموعة من العوامل يأتي في مقدمتها سهولة الاستخدام والمنافع المتوقعة، فضلاً عن تأثير بعض المتغيرات الخارجية مثل التدريب وخصائص النظام والتأثيرات الاجتماعية خاصة فيما يتعلق بأهمية استخدام التكنولوجيا بالنسبة للآخرين في المجتمع.

ثانياً: تساؤلات البحث:

١. ما هي ابرز تأثيرات تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية العراقية سواء كانت تأثيرات ايجابية أم سلبية؟
٢. ما مقترحات العاملين بالمؤسسات الاعلامية العراقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الاعلامية؟
٣. كيف تؤثر عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (المنفعة المدركة، الجهد المبذول، الظروف الاجتماعية، القلق، التسهيلات المتاحة) على اتجاهات القائمين بالاتصال لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى الوسائل الاعلامية العراقية؟
٤. ما المعوقات التي تحيل دون الافادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية العراقية؟
٥. ما واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى المقدم عبر المؤسسات الاعلامية العراقية؟

ثالثاً: اهمية البحث:

- تتحدد اهمية البحث الحالي في تسليط الضوء على احد الموضوعات الهامة والحديثة في مجال الاعلام ككل حيث اثبتت دراسات الذكاء الاصطناعي اسهامها بشكل كبير في العمل الاعلامي.
- تلاحظ في الفترة الاخيرة قيام بعض المؤسسات الاعلامية العراقية بتطوير انظمتها وبنيتها الاساسية مما جعلها في مكانة متميزة بين المؤسسات العربية، ولذا كان يجب تسليط الضوء على تلك التطورات للتعرف على مدى افادتها من هذه التطبيقات المميزة في تطوير العمل الاعلامي وخاصة المحتوى الاعلامي الخاص بالثراء المعلوماتي.
- يعد هذا البحث امتداداً لأبحاث تطوير الوسائل الاعلامية، وفهم العوامل المؤثرة على تدفق المضامين الاعلامية بها، حيث مكنت التطورات التكنولوجية الحديثة "الروبوتات" من انتاج محتوى اخباري يقارب في مضمونه وطريقة عرضه المحتوى المنتج عن طريق البشر، بأقل تكلفة ووقت وجهد واكثر دقة، وهو تطور فارق له انعكاساته على مستقبل الوسائل الاعلامية في العراق.

The Unified Theory of Acceptance & Use of Technology هو اختصار لمصطلح (UTAUT)(*)

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)

رابعاً: أهداف البحث:

يمكن تحديد الهدف الرئيسي للبحث في (التعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي في المؤسسات الاعلامية العراقية من وجهة نظر القائمين بالاتصال)، وينبثق من هذا الهدف عدة اهداف فرعية منها:

١. ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية العراقية سواء كانت تأثيرات ايجابية أم سلبية.
٢. التعرف على اهم مقترحات العاملين بالمؤسسات الاعلامية العراقية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى الوسائل الاعلامية.
٣. ما تأثير عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (المنفعة المدركة، الجهد المبذول، التسهيلات المتاحة) على اتجاهات الاعلاميين لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الاعلامية.
٤. رصد اهم المعوقات التي تحيل دون الافادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية العراقية.
٥. كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية العراقية.

خامساً: دراسات سابقة:

تعد مراجعة الدراسات السابقة والأبحاث العلمية لموضوع البحث من المراحل المهمة والأساسية التي يتحتم القيام بها، وذلك لدورها في تعميق موضوع البحث وإضافة أبعاد جديدة بما يساعد على معرفة البحوث التي تناولت متغيرات البحث ويحدد الإضافة المعرفية التي سيضيفها البحث في الموضوع الذي سيتناوله، وبعد الاطلاع على التراث العلمي المتاح حول (دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي) في حدود علم الباحث، اتضح وجود العديد من الدراسات التي ترتبط بهذا الموضوع من اكثر من زاوية، وعلى النحو الآتي (*):

• دراسة مؤمن فضيل محمد علاونة (٢٠٢٤)

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجالات استخدامها في الانتاج الاعلامي والتلفزيوني الاردني والتحديات التي تواجهها، وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج الحصر الشامل، حيث تمت الدراسة على عينة قوامها (٢٧٠) مفردة من مجتمع الدراسة المتمثل بفنيي الانتاج الاعلامي والتلفزيوني في مؤسسات الاذاعة والتلفزيون وشركات الانتاج الاردنية، ولتحقيق اهداف الدراسة اعتمد الباحث على الاستبانة اداة لجمع البيانات،

(*) ستفاوت طريقة عرض كل دراسة وفقاً لدرجة الاستفادة منها على المستويين النظري والمنهجي، وقد فضل الباحث أن يربط بين الدراسات على اساس أهميتها الموضوعية، واعتمد أسلوب عرض الدراسات حسب التتبع الزمني من الأحدث إلى الأقدم وهو أحد الأساليب المتبعة في مناهج البحث العلمي.

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

وتوصلت النتائج الى ان معرفة فنيي الانتاج الاذاعي والتلفزيوني بتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة محدودة بمتوسط حسابي بلغ (٢,٤٨) وان انشاء السرد المرئي كالصور والرسوم المتحركة اهم مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، كما اظهرت الدراسة ان ابرز دوافع استخدام فنيي الانتاج الاذاعي والتلفزيوني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاء التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها، وبينت الدراسة وجود علاقة قوية طردية دالة احصائياً بين مدى توظيف الفنيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والتحديات التي تواجه هذا التوظيف في قطاع الانتاج الاذاعي والتلفزيوني^(١).

• دراسة اسامة السيد عبدالعزيز، مروة رضوان ابراهيم (٢٠٢٤)

هدفت الدراسة الى التعرف على التراث العربي والاجنبي المتعلق بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته وتوظيفها في المجال الاعلامي، واعتمدت الدراسة على تحليل المستوى الثاني بأسلوبه الكيفي، وتم تطبيق الدراسة على البحوث المعنية باستخدام تقنيات الثورة الرابعة وبشكل رئيسي الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الاعلامية والرسمية في مصر والدول العربية الافريقية والاجنبية والتي نشرت في الدوريات المتخصصة او قدمت في المؤتمرات العلمية المعنية بالأمر في الفترة الزمنية من عام ٢٠١٥ الى عام ٢٠٢٤، واعتمدت الدراسة على اسلوب العينة العمدية في اختيار البحوث الخاضعة للتحليل وفق متغيري موضوع البحث وسنة النشر، واسفرت نتائج الدراسة عن ارتفاع تأثير الذكاء الاصطناعي على بنية العمل الاعلامي وبخاصة المؤسسات الصحفية، كما اسهم الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات التي تقوم المؤسسة الاعلامية والصحفية بانتجائها على مدى واسع، حيث ان تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في بيئة العمل الاعلامي لقدرتها في التغلب على المشاكل الاساسية التي تواجه الصحافة المعاصرة وكذلك وسائل الاعلام المختلفة^(٢).

• دراسة شاكر بن علي الذيباني (٢٠٢٣)

هدفت الدراسة الى التعرف على رؤية النخبة الاعلامية في المملكة العربية السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته في الحد من الاخبار الكاذبة على منصات الاعلام الاجتماعي، في ضوء الخبرة والممارسة الاعلامية والاكاديمية والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والاخبار للكثيرين منهم في العمل الاعلامي اليومي، طبقت الدراسة على عينة قوامها (٦٥) مفردة من النخبة الاعلامية في السعودية، وقد توصلت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين درجة تعرض النخبة الاعلامية السعودية للأخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي وادراكهم لمساهمة الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الاخبار الكاذبة، كما بينت

(١) مؤمن فضيل علاونة، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني الاردني، رسالة ماجستير، غير منشورة، (الاردن: جامعة اليرموك، كلية الاعلام، ٢٠٢٤).

(٢) اسامة السيد عبدالعزيز، مروة رضوان ابراهيم، الاثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الاعلام التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، بحث منشور، (القاهرة: جامعة القاهرة، مج ٤، ع ٨٠، ٢٠٢٤).

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)

الدراسة العديد من العوامل التي تساهم في انتشار الاخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي لدى النخبة الاعلامية^(١).

• دراسة هند يحيى (٢٠٢٣)

هدفت الدراسة الى التعرف على مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار drones في مجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي، واستعانت الباحثة بمنهج المسح بالتطبيق على عينة عمدية مكونة من (١٤٩) مفردة من الصحفيين بعدة صحف وشملت (المحررين الصحفيين، المصورين الصحفيين) باستخدام اداة الاستبانة، واعتمدت على نموذج قبول استخدام التكنولوجيا TAM كإطار نظري لدراستها، وتوصلت الى نتائج اهمها وعي المبحوثين بأن الطائرة بدون طيار لها اهم استخدام في مجال الصحافة وهو اجراء حوار مع الجمهور في اماكن يصعب الوصول اليها اثناء الكوارث والازمات، كما كانت هناك زيادة في قلق الصحفيين من تزايد الاعتماد على طائرات الدرون في مجال الصحافة، وذلك لاعتقادهم ان الصور والفيديوهات المنتجة عبر طائرات الدرون ليست دقيقة دائماً كما اشار الصحفيون الى انخفاض تكلفة استعانة الصحفيين بطائرات الدرون في عملهم الصحفي، واهمية العمل على تعظيم فوائدها في مجال الصحافة والافادة منها في مضاعفة انتاج المحتوى^(٢).

• دراسة Wolker, A. & Powell. T., (2022)

هدفت الدراسة الى التعرف على تصورات الجمهور المدركة حول مصداقية الصحافة الآلية، وقد طبقت الدراسة التجريبية على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من الاوروبيين مستهلكي الاخبار، وسحبت العينة بطريقة كرة الثلج من خلال مواقع التواصل الاجتماعي: (twitter, linked in, Facebook)، وتوصلت نتائج الدراسة الى ان المقالات الرياضية المنتجة آلياً اكثر مصداقية بكثير من المقالات المنتجة بواسطة البشر وفقاً لاعتقاد المبحوثين^(٣).

• دراسة (2022) Madani, Y., Erritali, M., & Bouikhalene, B.,

هدفت الدراسة الى التعرف على كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الاخبار الكاذبة حول كوفيد ١٩ في المغرب، اثناء جائحة كوفيد -١٩، وكشف الاخبار المزيفة التي تنشر على مواقع

(١) شاكر بن علي الذبياني، رؤية النخبة الاعلامية في السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير الاخبار الكاذبة على منصات الاعلام الاجتماعي، المجلة الدولية للاعلام والاتصال الجماهيري، بحث منشور، (الجامعة الخليجية: مج ٤، ٢٤، ٢٠٢٣).

(٢) هند يحيى، مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار Drones بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي دراسة استطلاعية في اطار نموذج تقبل التكنولوجيا، مجلة البحوث الاعلامية، (جامعة الازهر: كلية الاعلام، ٦٠٤، ج ١، جمادي الاول ١٤٤٤هـ - يناير ٢٠٢٣، ص ص ٣٠٣-٣٦٤).

(3) Wolker, A., & powell, T.E. , Algorithms in the newsroom? News readers, perceived credibility & selection of automated journalism, 2022, p.22.

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

التواصل الاجتماعي تويتر اثناء جائحة كورونا التي تضلل افراد المجتمع، في هذا السياق، عرضت الدراسة مدخلاً جديداً للكشف عن الاخبار المزيفة على تويتر خلال فترة كوفيد -١٩، وتكونت الطريقة من طريقة التصنيف الذي يستخدم ميزات التغريدات الجديدة ويستند الى معالجة اللغة الطبيعية والتعلم الآلي والتعلم العميق وذلك بالتوازي مع استخدام تقنية اباتشي سبارك، وظهرت النتائج التجريبية ان هذا النهج اعطى نتائج قيمة للغاية بمجرد استخدامه مع خوارزمية الغابة العشوائية بدقة تصل الى (٧٩%)، كما وجدت الدراسة ان الشعور بالتغريدات يلعب دوراً مهماً في الكشف عن الاخبار المزيفة^(١).

• دراسة (2021) Parratt- Fernandez & Sanchez

هدفت الدراسة الى رسم خريطة وتحليل الانتاج العلمي العالمي حول هذا الموضوع، وتحديد البلدان الاكثر تركيزاً على هذه القضية، والمجالات التي تتم دراستها اكثر، واستخدام الاساليب المنهجية، وكيف واين تتطور؟ والثغرات الموجودة في هذا البحث، ويؤكد استعراض (٣٥٨) نصاً الاهتمام الكبير من جانب الاوساط الاكاديمية خلال العقد الماضي، ولا سيما بين عامي ٢٠١٥ و ٢٠٢٠، وان الولايات المتحدة الامريكية الى حد بعيد هي الدولة التي لديها معظم المنشورات حول هذا الموضوع، وان معظم الاعمال المنشورة هي مقالات بحثية قبل كل شيء واتضح ان المجالات التي جذبت اكبر قدر من الاهتمام حتى الان هي: صحافة البيانات، وكتابة الروبوت، والتحقق من الاخبار، وكما هو متوقع بعضها في مجال تطوير، والبعض الآخر في مجال الصحافة، مثل: استعراض دور الصحفي، واضفاء الطابع الشخصي على المحتوى، وان عملية دمج الذكاء الاصطناعي في تدريس الصحافة ليست مدمجة بشكل كافي، ولكن من المؤكد انها ستكون في المستقبل القريب^(٢).

• دراسة (2021) Biswal & Gouda

هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة انباء 150inhua الصينية على الصحفي، وما هي التحديات التي تعوق توظيف تلك التكنولوجيا في الوكالة، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عشوائية قوامها (٢٥) صحفياً من وكالة 150inhua الصينية، ومن خلال استخدام المقابلات المتعمقة، اشارت نتائج الدراسة الى ان الذكاء الاصطناعي اسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحرير المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكترونياً ودون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما وفر الكثير من الوقت والجهد اللازم في العمل الصحفي للوكالة، كذلك اكدت على اهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الاشاعات والافكار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت ايضاً الى ان الذكاء الاصطناعي مكن وكالة 150inhua الصينية من تطوير اشكال جديدة من عرض القصص

(1) Madani, Y. E., Use artificial intelligence techniques for detecting Covid -19 epidemic fake news in Moroccan tweets, Result in physics, 2022, 25. Pp. 104-266.

(2) Parratt- Fernandez, Sonia; Mayoral- Sanchez, Javier; Mera- fernan- dez, Montse, (2021), The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production, professional de la informacion, v. 30, n3, pp. 300-317.

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)

الخبرية ومنها الاعتماد على ما يعرف بالواقع الافتراضي، حيث يتم عرض الاخبار في صورة تشبه الافلام ثلاثية الابعاد تجعل المشاهد يعيش تجربة الخبر وكأنها واقع وهو عضو شارك فيه^(١).

• التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت عدد من الدراسات الاعلامية مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على قدرة الوسائل الاعلامية في انتاج عدد من المحتوى الاعلامي ومدى الاستفادة من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الانتاج الاعلامي، وبعد مراجعة التراث العلمي في موضوع البحث، وبعد رصد وعرض ما توافر من دراسات عربية واجنبية في هذا المجال خرج الباحث بعدة ملاحظات نوجزها فيما يلي:

- غلب المنهج الكمي على اغلبيه الدراسات العربية التي اهتمت بمسح اتجاهات الصحفيين والقائمين بالاتصال حول قبول تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الاعلامي.
- هناك تباين ملحوظ في نتائج دراسات كل من المدرستين العربية والاجنبية حول تفعيل تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف المحتوى الاعلامي، وتم تحديد سيناريوهين يحددان ملامح بيئة الاتصال ومنصات التواصل الاجتماعي وهما: سيناريو يؤكد انصاره على حتمية التحول الذكي وتفعيل تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الاعلامية، والسيناريو الاخر: يؤكد انصاره البقاء على الوضع الراهن في مواجهة التغيرات المستقبلية.
- شهدت الدراسات العربية خلال الفترة الزمنية (٢٠٢٣-٢٠٢٤) تطوراً جوهرياً وملحوظاً في تنوع دراسة مجالات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار والاعلام، ووضحت الدراسات اهمية دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي.
- تنوعت المدرسة العربية من حيث تصميمات منهجية ما بين المنهج المسحي والمنهج التجريبي، وطرق البحث المختلطة سواء (جماعات نقاش مركزة ومقابلات متعمقة) وقد استخدمت معظم الدراسات العربية التي اجريت في مجال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الاعلام نموذج قبول التكنولوجيا TAM كإطار نظري ولم تسع لتطوير النموذج، رغم اختبار جميع فرضيات النموذج في اكثر من دراسة بالتطبيق على القائم بالاتصال.

• مدى استفادة البحث الحالي من الدراسات السابقة:

- مثلت الدراسات السابقة رصيذاً علمياً استمد منه الباحث الرؤية العلمية لهذا البحث.
- تحديد بعض التعريفات الاجرائية، وطبيعة العمل البحثي ومنهجه بشكل عام.
- استفاد الباحث من مراجعة التراث العلمي للمجال البحثي للبحث في اختيار نموذج TAM كإطار نظري يعتمد عليه البحث الحالي.
- الاستفادة من النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسات في تحديد اهداف وتساؤلات البحث الحالي فضلاً عن اهمية البحث وتحديد المدخل النظري الملائم له.

(1) Biswal, S.K, & Gouda, N.K, Artificial Intelligence in journalism: Aboon or Ban? Inoptimization in machine learning & Applications, Springer, 2021, pp. 155-167.

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهيبي

- صياغة المشكلة البحثية المتمثلة في التعرف على آلية تطوير المحتوى الاعلامي في المؤسسات الاعلامية العراقية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- التعرف على المناهج والادوات والاساليب البحثية المستخدمة وكيفية توظيفها لخدمة البحث الحالي.

سادساً: نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث الى فئة الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة او موقف او مجموعة من الازواض، ونظراً لطبيعة البحث الحالي فسوف يتم الاعتماد على منهج المسح بشقه الميداني على عينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العراقية المختلفة.

سابعاً: مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث الحالي في مجموعة من المؤسسات الاعلامية العراقية المختلفة، وقد قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العراقية قوامها (٣٠٠) مفردة.

ثامناً: فروض البحث:

صاغ الباحث الفرض التالي (توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية العراقية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الاداء، المنفعة المتوقعة، التأثيرات الاجتماعية، الجهد المتوقع)

تاسعاً: ادوات البحث:

تمثلت ادوات جمع البيانات للبحث الميداني في استبيان الكتروني يجيب عنه عينة من الجمهور المستهدف والذي تمثل في مجموعة من العاملين او القائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية العراقية المختلفة، وتم توزيع الاستمارة عبر الايميل الالكتروني الخاص بهؤلاء الاعلاميين بعد تحديدهم من خلال تحويلها الى نموذج الكتروني باستخدام برنامج كوكل درايف Google Drive وتوزيعها عليهم الكترونياً.

أ- اختبار الصدق: بعد الانتهاء من صياغة صحيفة الاستقصاء تم عرضها على عدد من السادة الاساتذة المحكمين (*) في مجال الاعلام وذلك للتأكد من صدق محتواها مع ما هدف اليه البحث الحالي.

* تم ترتيب اسماء السادة المحكمين حسب الحروف الأبجدية

- أ.د. أحمد عرابي حسين الترك- تخصص إعلام صحافة- قسم الصحافة والإعلام- كلية الآداب- الجامعة الإسلامية بغزة- فلسطين.
- أ.د. راند حسين عباس الملا- تخصص إعلام جماهيري- كلية التربية الأساسية- الجامعة المستنصرية.
- أ.د. سعد سلمان عبدالله- تخصص إعلام صحافة- قسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة تكريت.

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)

ب- اختبار الثبات: الثبات معناه ان تكرار تطبيق الاستبيان على نفس العينة يؤدي الى التوصل لنفس النتيجة بصرف النظر عن الوقت والمكان التي يقوم الباحث بتطبيق تلك الأداة فيها، وقد اعتمد الباحث على اسلوب تطبيق الاستمارة ثم اعادة تطبيقها مرة اخرى بعد فترة زمنية مدتها (٣٠) يوماً من التطبيق الأول وذلك من خلال توزيع الاستبيان مرة اخرى على عينة من (٣٠) مبحوثاً، وقد بلغت نسبة معامل الثبات على وفق معادلة هولستي (٨٥%) وتعد تلك نسبة عالية، وهو ما يعني وجود اتفاق كبير بين المحللين في الوصول الى النتائج نفسها.

عاشراً: المعالجات الاحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات البحث تم استخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف باسم Spss وذلك لاجراء المعاملات والاختبارات الاحصائية اللازمة وعلى النحو الاتي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي^٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الاحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Normal).
- اختبارات (T-test) لدراسة الدلالة الاحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة او النسبة (Interval Or Ratio)

حادي عشر: التعريفات الاجرائية لمصطلحات البحث:

الذكاء الاصطناعي: عرفه ابو بكر خوالد (٢٠١٧) ^(١): بأنه احد ابرز العلوم الحديثة التي نتجت بسبب الالتقاء بين الثورة التقنية في مجال علوم النظم والحاسوب والتحكم الآلي من وجهة وعلم المنطق والرياضيات واللغات وعلم النفس من وجهة اخرى حيث يهدف الى فهم طبيعة الذكاء الانساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الانساني المتمسم بالذكاء لتزويد الحاسوب بهذه البرامج التي تمكنه من حل مشكلة ما او اتخاذ قرار في موقف ما بناءً على وصف المشكلة او المسألة لهذا الموقف.

-
- أ.د. شريف درويش اللبان – تخصص إعلام صحافة – رئيس قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
 - أ.د. عادل خليل مهدي الزبيدي – تخصص إعلام صحافة – قسم الصحافة- جامعة أهل البيت.
 - أ.د. فريد صالح فياض – تخصص إعلام صحافة – رئيس قسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة تكريت.
 - أ.د. ماجد سالم تربران – تخصص صحافة وتكنولوجيا اتصال – قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة الأقصى غزة.

(١) - خوالد ابو بكر (٢٠١٧)، " تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة المصارف العربية "، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مصر، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، المجلد ٢٥، العدد ٢، ص ٦٠-٥٧.

- ويعرفه الباحث: بأنه كافة التطبيقات الحديثة التي تعتمد على الروبوتات في عملها والتي تعتمد بشكا اساسي على الحواسيب والتحكم الآلي وتوظيفها في مجال الاعلام من خلال جمع المادة الاعلامية وتحريرها واعادة كتابتها وتنسيقها واطافة الرسوم والصور والمواد المصورة اليها.

المبحث الثاني: المداخل النظرية للمبحث:

تعد النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا (The Unified Theory of Acceptance & Use of Technology) النظرية المثالية للمبحث.⁽¹⁾ فقد تم تطوير هذه النظرية عام ٢٠٠٣ من قبل الباحثين Davis, Morris & Venkatesh الذين قاموا بمراجعة الدراسات السابقة والنظريات والنماذج العلمية السائدة في مجال قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وناقشوا ثمانية نماذج ونظريات ذات صلة وثيقة بقبول واستخدام التكنولوجيا وهي: نظرية السلوك المبرر، نموذج قبول التكنولوجيا، نظرية السلوك المختلط، والنموذج المركب من (السلوك المختلط وقبول التكنولوجيا)، نموذج الدوافع، نموذج استخدام الحاسب الآلي، ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية التعليم الاجتماعي، وأجروا مقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف في النماذج والنظريات السابقة، وبناءً على ذلك قاموا بصياغة نظرية تشمل معظم المتغيرات الواردة في النظريات والنماذج السابقة الثمانية، وتفسر النظرية العوامل المؤثرة على نية وسلوك استخدام التكنولوجيا أطلقوا عليها اسم "النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT"، وتدعم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية بالأخص نموذج تقبل التقنية (Technology Acceptance Model TAM) الذي قدم عام ١٩٨٩، حيث يعتبر نموذج TAM من النماذج القوية في مجال تقنية المعلومات وفي مجال سلوك قبول تقنية الاتصال، كما يؤدي دوراً في فهم العوامل المؤثرة في تبني تقنية المعلومات، ويكمن الهدف الرئيس لنموذج TAM في توفير اساس لاكتشاف تأثير المتغيرات الخارجية على الاعتقاد الداخلي والاتجاهات والنوايا، ويفترض النموذج ان المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام هما المحددان الاساسيان لتبني تقنية المعلومات في اي مؤسسة⁽²⁾، وهناك نوعان من العوامل في نموذج TAM، هما بمثابة الاساس للعلاقة التي تخص استخدام التقنية وهما: " نية الاستخدام"، و"السلوك الفعلي او الاستخدام"، وكلاهما مبني على عاملي المنفعة والسهولة المتوقعة، وتشير المنفعة المتوقعة الى الدرجة التي يعتقد الشخص ان استخدامه للنظام من شأنه ان يحسن الأداء الوظيفي، اما السهولة المتوقعة للاستخدام فتشير الى الدرجة التي يعتقد الشخص ان استخدامه لنظام معين سيكون خالياً من اي جهد عقلي⁽³⁾، وتعتمد النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا على إجراء المقارنة بين أربعة عوامل رئيسية وهي توقع الأداء، والتأثير الاجتماعي، في تقبل تلك التكنولوجيا،

(1) Venkatesh, & Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: toward unified view. MIS Quarterly, vol 27, pp. 425-478.

(2) Venkatesh, V., & Zhang X., (2010). Unified theory of acceptance & use of technology, U.S.Vs. China, Journal of global Information Management, Vol. 13 , No1, pp. 5-27.

(3) Payne, K., (2008), Much Ado About something Web 0.2 Acceptance & Use by public Relation practioners, Educators Academy PRSA Proceeding, pp. 76-93.

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)

والجهد المتوقع في التعامل مع التكنولوجيا، والظروف المحيطة، والتي تشمل البنية التحتية اللازمة لعمل التكنولوجيا مثل الانترنت^(١)، كما اشارت النظرية في نموذجها المعدل UTAUT2 الى اهمية العوامل الشخصية الوسيطة وعلاقتها بشكل كبير في تقبل واستخدام التكنولوجيا مثل الجنس والعمر والخبرة والتطوع في استخدام تلك التكنولوجيا حيث ان تلك العوامل الوسيطة لها تأثير كبير بين العوامل الرئيسية السابقة وبين سلوك الاشخاص في تقبل استخدام التكنولوجيا^(٢).

❖ اوجه استفادة الباحث من هذه النظرية في بحثه الحالي:

مكننت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الباحث من تفسير اتجاهات القائمين بالاتصال في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في المؤسسات الاعلامية العراقية المختلفة مع امكانية التنبؤ بطبيعة ذلك الاستخدام مستقبلاً، وذلك بناءً على عدد من المتغيرات وهي:

- متغير العوامل الاجتماعية: ويمكن توضيح ذلك المتغير بأنه اذا كان القائمين بالاتصال داخل مؤسسات عينة البحث يتوقعون ان الآخرين مثل الدولة وزملائهم والادارة على قدر كبير من الاستعداد لتوظيف مثل هذه التقنيات ربما يكون له تأثير على طبيعة ومعدل استخدامهم لها العمل الصحفي.

- متغير الجهد المتوقع: ويعني ان القائمين بالاتصال في مؤسسات الاتصال عينة الدراسة اذا ما قارن بين التكلفة والوقت والجهد المتوقع في الطرق التقليدية للقيام بالاداء الاتصالي والتكلفة والوقت والجهد المتوقع من خلال استخدام التقنيات الحديثة تبين مدى توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد.

- متغير الاداء المتوقع: وهذا المتغير سيكون محورياً في هذا البحث، لانه اذا كان القائمين بالاتصال عينة البحث يعتقدون ان استخدامهم لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة يساعدهم على تحسين مهاراتهم وقدراتهم للقيام بالأداء الاتصالي الخارجي بما يعود بالنفع عليهم وعلى ادائهم، فان ذلك الامر قد يؤدي الى ايجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات ومن ثم قيامهم بالفعل بتوظيفها في عملهم داخل المؤسسات.

- متغير التسهيلات المتاحة: ويتعلق ذلك المتغير بمدى توفير الامكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام القائمين بالاتصال م ممثلي العلاقات العامة بمؤسسات الاتصال مثل توفير الامكانيات المادية من انظمة حاسوبية متطورة وامكانيات توظيف التكنولوجيا ودورات تدريبية مستمرة والعقلية المستنيرة القائمة على ادارات المؤسسات.

(1) Pushp Patil, (2020), Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta- UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, & grievance redressal, International Journal of Information Management 54.p. 11.

(2) Danial Jahan Shahi (2020), " Factors influencing the acceptance & use of a bicycle sharing system: Applying an extended unified theory of Acceptance & use of technology (UTAUT)" case Studies on transport policy xxx. P.2.

المبحث الثالث: آلية تطوير المحتوى الاعلامي في المؤسسات الاعلامية

العراقية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

يشهد الإعلام العراقي تحولاً رقمياً متسارعاً، حيث تسعى المؤسسات الإعلامية إلى مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة لتعزيز جودة وكفاءة المحتوى المقدم لجمهورها. في هذا السياق، تبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي كأداة فعالة في تحسين عمليات الإنتاج والتحرير والتوزيع الإعلامي.

رغم التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية العراقية، مثل نقص الموارد البشرية المدربة وضعف البنية التحتية التكنولوجية، إلا أن هناك محاولات جادة لتبني هذه التقنيات. على سبيل المثال، نظمت كلية الإعلام في الجامعة العراقية ورشة علمية بعنوان "استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي"، بهدف تطوير مهارات الطلبة والأساتذة في هذا المجال.

يهدف هذا المبحث إلى استعراض التطبيقات العملية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية، مع التركيز على كيفية استخدامها في تطوير المحتوى الإعلامي. سيتناول المبحث أيضاً التحديات التي تواجه هذه المؤسسات في تبني هذه التقنيات، بالإضافة إلى تقديم توصيات عملية لتعزيز استخدامها بشكل فعال ومستدام.

• عرض وتفسير النتائج:

جدول (١) خصائص عينة البحث

النسبة المئوية	المجموع	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	العدد	خصائص العينة	
١٠٠%	٣٠٠	١,٧١٣٣	٢٨,٧	٨٦	انثى	النوع
			٧١,٣	٢١٤	ذكر	
١٠٠%	٣٠٠	١,٥٣٣٣	٥٣,٣	١٦٠	حكومية	نوع المؤسسة الاعلامية
			٤٦,٧	١٤٠	خاصة	
١٠٠%	٣٠٠	٢,١٧٠٠	٦,٧	٢٠	اقل من ثلاث سنوات	عدد سنوات الخبرة
			٦٩,٧	٢٠٩	من ٣ الى اقل من ٥ سنوات	
			٢٣,٧	٧١	من خمسة سنوات فأكثر	
١٠٠%	٣٠٠	٢,١٧٠٠٠	٤٠	١١٩	محرر او مذيع	المهنة
			٢٣,٧	٧١	مصور	
			٣٠	٩٠	مصمم جرافيك او مونتاج	
			٦,٧	٢٠	ادارة	

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)

تشير بيانات الجدول اعلاه الى خصائص عينة البحث من العاملين في المحطات والصحف والقنوات والوكالات والمواقع الاخبارية العراقية، وقد بلغ نسبة عدد الذكور (٧١,٣%) من عينة البحث وهي النسبة الاكبر ويرجع سبب ذلك لطبيعة الشعب العراقي حيث يشغل الذكور معظم الوظائف ويشكل الذكور النسبة العظمى من العمالة في دولة العراق، وتختلف نوعية الوسائل التي يعمل بها القائمين بالاتصال من حيث كونها حكومية او خاصة، وقد شكلت نسبة الوسائل الحكومية (٥٣,٣%) والخاصة (٤٦,٧%) ويرجع سبب ذلك للباحث حيث اختار ان تكون العينة منصفة الى حد ما بين النوعين للتعرف على مدى التسهيلات التي توفرها كل من هذه الوسائل ومدى قدرتها على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وان زادت الوسائل الحكومية نتيجة زيادة العاملين بها، واختلفت عدد سنوات الخبرة بالنسبة لكل من افراد العينة، فقد جاء اصحاب الخبرات المتوسطة بالعمل الاعلامي في الترتيب الاول من اصحاب الخبرة حيث بلغت نسبتهم (٦٩,٧%) من افراد العينة، يليها في الترتيب الثاني اصحاب الخبرات الكبيرة لاكثر من خمس سنوات بنسبة (٢٣,٧%) واخيراً اصحاب الخبرات الصغيرة بنسبة (٦,٧%) من افراد العينة، وتشير النتائج الى ان افراد العينة يتمتعون بقدر عال من الخبرة مما يكون له علاقة وثيقة بأرائهم نحو تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوسائل التي يعملون فيها وذلك وفقاً للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وكذلك اختلفت مهام القائمين بالاتصال في الوسائل الاعلامية العراقية وجاء اكثرها فئة المحرر او المذيع في الوسائل الاعلامية العراقية بنسبة بلغت (٤٠%) من افراد العينة، يليها مصممي الجرافيك والمونتاج بنسبة (٣٠%)، وهم القائمون بتصميم الرسوم المتحركة بالنسبة للوسائل المرئية ومصممي الرسوم والانفوجرافيك بالنسبة للوسائل المقروءة، ويليه مباشرة في الترتيب الثالث المصورين بنسبة (٢٣,٧%) من افراد عينة البحث واخيراً مسؤولي الادارة او التحرير بنسبة (٦,٧%) من افراد العينة.

جدول (٢) يوضح مدى اعتماد الوسائل الاعلامية على التكنولوجيا الحديثة في وسائل الاعلام

معدل الاستخدام	الوسائل الاعلامية ن = ٣٠٠		الاجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	خاصة	حكومية	ك	%		
ضعيف	٤	١١	١٥	٥,٠	٢,٣٥٠٠	٥٧٣٢٣
	%٢٦,٧	%٧٣,٣				
متوسط	٥٣	٦٧	١٢٠	٤٠,٠		
	%٤٤,٢	%٥٥,٨				
كبير	٨٣	٨٢	١٦٥	٥٥,٠		
	%٥٠,٣	%٤٩,٧				
الاجمالي	١٤٠	١٦٠	٣٠٠	%١٠٠		
	%٤٦,٧	%٥٣,٣				
Chi-Square كا ^٢ ٣,٥٨٩ a درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية Sig ١٦٦ غير دالة						

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

تشير بيانات الجدول السابق الى اعتماد وسائل الاعلام العراقية على التقنيات الحديثة والتكنولوجيا بنسبة كبيرة بلغت اكثر من النصف حيث جاءت نسبة (٥٥%) من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التقنيات التكنولوجية الحديثة، وفي هذا السياق يرى الباحث ان الوسائل الاعلامية لا بد وان تعتمد اعتماداً كلياً على التقنيات التكنولوجية الحديثة نظراً لما توفره تلك التقنيات من الوقت والجهد كما يرى ان الوسيلة التي لا تعتمد على التقنيات التكنولوجية الحديثة سوف تتأخر عن نظائرها من الوسائل الاعلامية الاخرى، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل الاعلامية على التكنولوجيا بدرجة متوسطة (٤٠%) من العينة، بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة (٥%) من الوسائل الاخرى، وتشير نسبة كا^٢ ٣,٥٨٩ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية (١٦٦) ان العلاقة غير دالة بين المتغيرات.

جدول (٣) يوضح مدى استخدام الوسائل الاعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي

معدل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	الوسائل الاعلامية ن = ٣٠٠		الاجمالي		Chi-Square كا ^٢	درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية Sig
	خاصة	حكومية	ك	%		
نادراً	١٠	٢١	٣١	١٠,٣	٢,٩١٨ a	٠,٢٣٢ غير دالة
	%٣٢,٣	%٦٧,٧				
احياناً	٦٤	٧٠	١٣٤	٤٤,٧		
	%٤٧,٨	%٥٢,٢				
دائماً	٦٦	٦٩	١٣٥	٤٥,٠		
	%٤٨,٩	%٥١,١				
الاجمالي	١٤٠	١٦٠	٣٠٠	%١٠٠		
	%٤٦,٧	%٥٣,٣				

تشير بيانات الجدول السابق الى مدى استخدام الوسائل الاعلامية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في القيام بمهامها الاعلامية من جمع الاخبار وتنسيقها وكتابتها وعرضها سواء في شكل مكتوب أو مرئي وضبط المادة الفلمية او الصور بالنسبة للصحف والمؤثرات الصوتية وغيرها، وقد اشارت عينة البحث الى انها تقوم باستخدام هذه التطبيقات بنسبة بلغت (٤٥%) من العينة وتعتمد عليها احياناً بنسبة (٤٤,٧%) من العينة في الترتيب الثاني ويعني ذلك ان الوسائل الاعلامية العراقية تقوم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة (٨٩,٧%) من العينة سواء بشكل منتظم او الى حد ما، وتشير هذه النتائج الى مدى تقدم الوسائل الاعلامية العراقية في هذا المجال، حيث تقوم باستغلال كافة الامكانيات للقيام بدورها الاعلامي في المجتمع بحيث يمكنها التنافس العالمي لوسائل الاعلام.

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 (٤) يوضح مدى موافقة القائمين بالاتصال على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير الوسائل الاعلامية

معدل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	الوسائل الاعلامية ن = ٣٠٠		الاجمالي		Chi-Square كا ^٢	درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية Sig
	خاصة	حكومية	ك	%		
لا	٣٥	٣٨	٧٣	٢٤,٣	٠,٠٦٣ a	٠,٨٠١ غير دالة
	٤٧,٩%	٥٢,١%				
نعم	١٠٥	١٢٢	٢٢٧	٧٥,٧		
	٤٦,٣%	٥٣,٧%				
الاجمالي	١٤٠	١٦٠	٣٠٠	١٠٠%		
	٤٦,٧%	٥٣,٣%				

تشير بيانات الجدول السابق الى ان نسبة (٧٥,٧%) من عينة البحث توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسيلة الاعلامية، وقد اشارت هذه الفئة الى الايجابيات والمنافع التي يمكن تحقيقها للوسيلة في حالة استخدام هذه التقنيات ومنها الجودة العالية وسرعة الحصول على الاخبار والدقة والتكلفة البسيطة وتطوير الاداء، بينما عارضت نسبة (٢٤,٣%) منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى انها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها، وبالتالي يمكن ان يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الاعلامية التي يمكن ان يفقدوا امكانهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات داخل الوسيلة وبالتالي رفضت هذه الفئة تطبيق هذه التقنيات بالوسائل الاعلامية العراقية.

جدول (٥) يوضح الفوائد (المنفعة المدركة) التي تعود للمؤسسة الاعلامية عند الاستعانة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر القائمين بالاتصال

الفوائد (المنفعة) التي تعود للمؤسسة الاعلامية	درجة الموافقة / ن = ٣٠٠								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	الاتجاه
	اوافق		محايد		اعارض								
	ك	%	ك	%	ك	%							
تطوير امكانات الاعلاميين بشكل يتلائم مع	١٩٤	٦٤,٦	٩٨	٣٢,٧	٨	٢,٧	٢,٨٨٤٠	٠,٣٢٠٨٧	٩٦,١٢	١	الموافقة		

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهيبي

التكنولوجيا الجديدة											
الحصول على عدد كبير من الاخبار من كل مكان في فترة وجيزة وبامكانات اقل وجودة اعلى	١٨٧	٦٢,٣	١٠٥	٣٥,٠	٨	٢,٧	٢,٨٠٤٠	٠,٣٩٧٧٦	٩٣,٤٦	٢	الموافقة
السرعة الفائقة في نشر الاخبار	١٩٢	٦٤,٠	٩٨	٣٢,٧	١٠	٣,٣	٢,٧٨٨٠	٠,٤٠٩٥٤	٩٢,٩٢	٣	الموافقة
البعد عن التحيز في تغطية الاخبار والاحداث خاصة التي تتعلق بمصالح بعض الهيئات والاشخاص	١٦٨	٥٦,٠	١٢٦	٤٢,٠	٦	٢,٠	٢,٧٦٤٠	٠,٥١١٢٢	٩٢,١٢	٤	الموافقة
تطوير العمل الاعلامي وزيادة المنافسة البناءة بين المؤسسات الاعلامية	١٧٨	٥٩,٣	١١٤	٣٨,٠	٨	٢,٧	٢,٧٤٨٠	٠,٤٣٥٠٣	٩١,٥٩	٥	الموافقة
تحقيق مصداقية اكبر للمضامين الاعلامية نتيجة عدم الاعتماد على العنصر البشري	١٧٥	٥٨,٣	١١٩	٣٩,٧	٦	٢,٠	٢,٦٣٢٠	٠,٥٦٧٣٣	٨٧,٧٢	٦	الموافقة
الجودة العالية في محتويات الوسيلة	١٧٩	٥٩,٧	١١٧	٣٩,٠	٤	١,٣	٢,٦٢٤٠	٠,٤٨٥٣٥	٨٧,٤٦	٧	الموافقة

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)

تشير بيانات الجدول السابق الى ان المنفعة المدركة لدى العاملين بالمؤسسات الاعلامية العراقية من القائمين بالاتصال لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي، يأتي في مقدمة المقاس "تطوير امكانات الاعلاميين بشكل يتلاءم مع التكنولوجيا الجديدة" بمتوسط حسابي قدره (٢,٨٨٤٠) حيث يرى هؤلاء ان تقنيات الذكاء الاصطناعي سوف تقوم بتطوير مهارات العاملين بالمؤسسات الاعلامية العراقية وقدرتهم لاستخدام تلك التقنيات مما يعمل على زيادة كفاءتهم، وفي الترتيب الثاني يرى المبحوثون ان تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعد في "الحصول على عدد كبير من الاخبار من كل مكان في فترة وجيزة وبامكانات اقل وجودة اعلى" بمتوسط حسابي قدره (٢,٨٠٤٠) وبوزن نسبي (٩٦,١٢) حيث يمكن الذكاء الاصطناعي من انتاج نشرات اخبارية مدارة بشكل كامل بدون تدخل بشري، فباستخدام الروبوتات الموجودة في مكان الحدث يمكن نقل الصوت والصورة بكفاءة عالية، وهو ما يشكل نقلة نوعية في عمل المراسل الاخباري خصوصاً في مناطق الحروب، والاماكن الخطرة كأعالي الجبال او اعماق المحيطات، ومناطق الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق، وفي الترتيب الثالث يشير المبحوثون ايضاً الى "السرعة الفائقة في نشر الاخبار" بمتوسط (٢,٧٨٨٠) حيث ان تقنيات الذكاء الاصطناعي لا يحكمها الروتينيات التي تحكم العمل الاعلامي التقليدي من الحصول على موافقات ومراجعة المحتوى اكثر من مرة للتأكد من صحته مما يستهلك الكثير من الوقت والجهد لذا فإن استخدام مثل هذه التقنيات تساعد على نشر الاخبار وتداولها بسرعة فائقة، وترى عينة اخرى من المبحوثين ان من اهم الفوائد الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي "البعد عن التحيز في تغطية الاخبار والاحداث خاصة التي تتعلق بمصالح بعض الهيئات والاشخاص" بمتوسط (٢,٧٦٤٠) حيث ان هذه التطبيقات يتم تصميمها بشكل الكتروني بحيث يقوم على نشر الاخبار بكل موضوعية وهو ما يمكننا من انتاج محتوى اعلامي حيادي بعيد عن التحيز ومراعاة المصالح.

جدول (٦) يوضح مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (الاداء المتوقع) في الوسائل الاعلامية من وجهة نظر القائم بالاتصال

الاتجاه	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة / ن = ٣٠٠						العبارات
				اعراض		محايد		اوافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
الموافقة	١	٠,٤٨١٢١	٢,٧٤٣٣	٢,٠	٦	٢١,٧	٦٥	٧٦,٣	٢٢٩	تقليل الجهد المتوقع من جانب الوسيلة لعمليات التحرير والنشر والتدقيق
الموافقة	٢	٠,٥٢٧٢٥	٢,٦٤٠٠	٢,٣	٧	٣١,٣	٩٤	٦٦,٣	١٩٩	امكانية استخدام تقنيات متطورة في تحويل البيانات الى اشكال ورسوم

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

استخدامها في المتابعات الدورية للأحداث والاعخبار	٩	٣,٠	١٠,٣	٣٤,٣	٧	٢,٣	٢,٦١٠٠	٠,٥٣٤٣٤	٣	الموافقة
يمكن استخدامها لنشر اخبار من خارج المؤسسة خاصة مع المواقع الالكترونية مما يحقق فورية في النشر	١٩٠	٦٣,٣	١٠,٢	٣٤,٠	٨	٢,٧	٢,٦٠٦٧	٠,٥٤١٢٣	٤	الموافقة
فحص الحقائق والتأكد منها قبل النشر	١٨٢	٦٠,٧	١١٠	٣٦,٧	٨	٢,٧	٢,٥٨٠٠	٠,٥٤٥٨٣	٥	الموافقة
تصحيح الاخطاء اللغوية يعد اهم مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي	١٨١	٦٠,٣	١١١	٣٧,٠	٨	٢,٧	٢,٥٧٦٧	٠,٥٤٦٣١	٦	الموافقة
تطوير اسلوب المعالجة الاعلامية للأحداث	١٨١	٦٠,٣	١١٠	٣٦,٧	٩	٣,٠	٢,٥٧٣٣	٠,٥٥٢٨٥	٧	الموافقة

تشير بيانات الجدول السابق الى اتجاهات العاملين بالمؤسسات الاعلامية العراقية نحو مجالات تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية وهو ما يطلق عليه الاداء المتوقع طبقاً لمفاهيم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وقد اشار المبحوثون ان اول مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تتمثل في "تقليل الجهد المتوقع من جانب الوسيلة لعمليات التحرير والنشر والتدقيق" بمتوسط (٢,٧٤٣٣) وباتجاه موافق، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على زيادة قدرة الوسيلة لعرض اكبر عدد ممكن من الاخبار نتيجة للسرعة الفائقة في عملية جمع وتحرير المادة الاعلامية مما يسهم في تقليل الجهد المبذول في ذلك، وفي الترتيب الثاني امكانية استخدام تقنيات متطورة في تحويل البيانات الى اشكال ورسوم بمتوسط حسابي (٢,٦٤٠٠) ويستخدم ذلك بكثرة خاصة في الوسائل المرئية كالقنوات التلفزيونية والفيديوهات المعروضة على الانترنت، وفي الترتيب الثالث جاء استخدامها في المتابعات الدورية للأحداث والاعخبار بمتوسط حسابي (٢,٦١٠٠)، يليها يمكن استخدامها لنشر اخبار من خارج المؤسسة خاصة مع المواقع الالكترونية مما يحقق فورية في النشر بمتوسط حسابي (٢,٦٠٦٧)، ثم في الترتيب الخامس فحص الحقائق والتأكد منها قبل النشر بمتوسط حسابي (٢,٥٨٠٠)، حيث تساعد ادوات صحافة الروبوت على كشف المعلومات المضللة والاعخبار الكاذبة من خلال اخضاعها للتحليل والمقارنة لاثبات صحتها، ومراقبة مصداقية المحتوى في وسائل الاعلام المختلفة، واعداد تقارير اكثر دقة وشفافية، وتستخدم هذه الادوات بشكل واضح في المؤسسات الصحفية العالمية لمواجهة الاخبار الزائفة التي اثرت بشكل سلبي على مصداقية صانعي المحتوى، وكان لها تبعات اجتماعية وسياسية عالمية واسعة، وفي الترتيب السادس حل تصحيح الاخطاء اللغوية يعد اهم مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي.

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) يوضح التسهيلات المتاحة امام القائم بالاتصال لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الاعلامية

العبارات	درجة الموافقة / ن = ٣٠٠						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	الاتجاه
	اوافق		محايد		اعارض						
	ك	%	ك	%	ك	%					
الفوائد المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع امراً يسيراً	١٨٨	٦٢,٧	٩٨	٣٢,٧	١٤	٤,٧	٢,٥٨٠٠	٠,٥٤٨٤٦	٨٥,٩٩	١	الموافقة
مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها ايسر في الاستخدام	١٩١	٦٣,٧	١٠١	٣٣,٧	٨	٢,٧	٢,٤٨٤٠	٠,٥٣١٨٦	٨٢,٧٩	٢	الموافقة
تيسير الدولة على خطى متطورة لاستخدام هذه التقنيات في شتى مجالات العمل	١٨٦	٦٢,٠	١٠٦	٣٥,٣	٨	٢,٧	٢,٣٩٦٠	٠,٥٨٠١١	٧٩,٨٦	٣	الموافقة
توفر المؤسسة التي اعمل بها التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل	٢٠١	٦٧,٠	٩١	٣٠,٣	٨	٢,٧	٢,٣٨٤٠	٠,٦٨٠٠٠	٧٩,٤٦	٤	الموافقة
العاملين بالمؤسسة على اتم الاستعداد للاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي	١٦٧	٥٥,٧	١٢١	٤٠,٣	١٢	٤,٠	٢,٣٦٨٠	٠,٧٨١٦٨	٧٨,٩٣	٥	الموافقة
توفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالتقنيات الحديثة في العمل الاعلامي	٢٠٨	٦٩,٣	٨٥	٢٨,٣	٧	٢,٣	٢,٢٧٦٠	٠,٥٤٤٩٩	٧٥,٨٦	٦	الموافقة

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

توافر الامكانات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسة	١٩٤	٦٤,٧	٩٦	٣٢,٠	١٠	٣,٣	٢,٠٨٨٠	٠,٧٠٠١٥	٦٩,٥٩	٧	الموافقة
---	-----	------	----	------	----	-----	--------	---------	-------	---	----------

تشير بيانات الجدول السابق الى التسهيلات المتاحة امام افراد العينة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الاعلامية يأتي في مقدمتها "الفوائد المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع امراً يسيراً" في الترتيب الاول بمتوسط حسابي (٢,٥٨٠٠) وبوزن نسبي (٨٥,٩٩) يليه آراء العينة بخصوص "مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها ليسر في الاستخدام" بمتوسط (٢,٤٨٤٠) وفي الترتيب الثالث جاءت آراء العينة فيما يتعلق بالتسهيلات المتاحة امام القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسة بأن "الدولة تسير على خطى متطورة لاستخدام هذه التقنيات في شتى مجالات العمل" مما يجعل ذلك فكرة مقبولة لدى الاعلاميين" بمتوسط (٢,٣٩٦٠)، ثم اشارت عينة البحث ان "المؤسسة التي اعلم بها توفر التقنيات الحديثة التي نحتاجها في العمل" من اكثر التسهيلات المتاحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بمتوسط (٢,٣٨٤٠)، كما اقرت عينة البحث ان "العاملين بالمؤسسة على اتم الاستعداد للاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل بالمؤسسة"، وفي الترتيب السادس يرى افراد العينة "توفر الدولة القوانين واللوائح التي تضمن الاستعانة بالتقنيات الحديثة في العمل الصحفي والاعلامي" واخيراً "توافر الامكانات المادية والبشرية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية".

جدول (٨) يوضح المخطط الذي يضعه القائم بالاتصال (الجهد المبذول) لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي في الفترة القادمة

العبارات	درجة الموافقة / ن = ٣٠٠								المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب	الاتجاه
	اوافق		محايد		اعارض								
	ك	%	ك	%	ك	%							
حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي	٢٢٠	٧٣,٣	٧٤	٢٤,٧	٦	٢,٠	٢,٨٢٨٠	٠,٣٧٨١٤	٩٤,٢٦	١	الموافقة		
ساقترح الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء	٢١٤	٧١,٣	٨٠	٢٦,٧	٦	٢,٠	٢,٧٧٦٠	٠,٤٥٤٥٩	٩٢,٥٢	٢	الموافقة		

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)

الاصطناعي للعمل بالمؤسسة وتدريب العاملين بها											
يمكن الاستعانة ببعض النماذج الرائدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في العالم العربي وخارجه	٢٥٩	٨٦,٣	٣٤	١١,٣	٧	٢,٣	٢,٧١٦٠	٠,٤٥١٨٤	٩٠,٥٢	٣	الموافقة
الاقتراح على رؤسائي في المؤسسة ادخال مزيد من التقنيات الحديثة لتيسير العمل	٢٣١	٧٧,٠	٦٣	٢١,٠	٦	٢,٠	٢,٦٨٠٠	٠,٤٦٧٤١	٨٩,٣٢	٤	الموافقة
ساعدوا الى عمل ندوات او اجتماعات دورية للتحدث عن اهمية توظيف الذكاء الاصطناعي	٢٣٠	٧٦,٧	٦٦	٢٢,٠	٤	١,٣	٢,٥٩٢٠	٠,٤٩٢٤٥	٨٦,٣٩	٥	الموافقة

تشير بيانات الجدول السابق الى المخطط الذي يضعه المبحوثون (الجهد المبذول) لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المؤسسات الاعلامية في الفترة القادمة، وقد جاء في مقدمة هذه الاجراءات "حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي" بمتوسط (٢,٨٢٨٠)، ثم "ساقترح الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسة وتدريب العاملين بها" بمتوسط (٢,٧٧٦٠)، يليها "يمكن الاستعانة ببعض النماذج الرائدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في العالم العربي وخارجه" بمتوسط (٢,٧١٦٠)، وفي الترتيب الرابع اشار القائمين بالاتصال انهم سيقوموا بالاقتراح على رؤسائهم في المؤسسة ادخال مزيد من التقنيات الحديثة لتيسير العمل بها" بمتوسط (٢,٦٨٠٠)، ثم اقترحت العينة انها "ساعدوا الى عمل ندوات او اجتماعات دورية للتحدث عن اهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المؤسسة"، وتدل اجابات المبحوثين على مدى قابليتهم لتطوير قدراتهم على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يشير الى الايجابية في امكانية تطوير الذات وبذل الجهد اللازم لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

❖ **نتائج اختبار الفروض:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية ومتغيرات

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الاداء، المنفعة المتوقعة، التأثيرات الاجتماعية، التسهيلات المتاحة، الجهد المتوقع)

جدول (٩) يوضح نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمنفعة المدركة جراء الاستخدام

النسبة	المنفعة او الفوائد المدركة للاستخدام	الفرض
٠,٢١٥	معامل ارتباط Spearman's rho	اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية
٠,٢٩٠	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدالة	
٣٠٠	العدد	

تشير قيمة معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمنفعة المدركة جراء الاستخدام الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٢١٥) عند مستوى معنوية (٠,٢٩٠) وهي قيمة دالة احصائياً مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين كل من اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية والمنفعة المدركة جراء الاستخدام وهو ما يثبت صحة تطبيق فروض النظرية على هذا البحث.

جدول (١٠) يوضح نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والاداء المتوقع من استخدامه داخل المؤسسة

النسبة المئوية	الاداء المتوقع جراء استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات	العبرة
٠,٥١٦	معامل ارتباط Spearman's rho	اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية
٠,٠٣٤	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدالة	
٣٠٠	العدد	

تشير قيمة معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والاداء المتوقع جراء استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٥١٦) عند مستوى معنوية (٠,٠٣٤) وهي قيمة دالة احصائياً مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين كلاً من اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والاداء المتوقع جراء

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 الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات وهو ما يثبت صحة تطبيق فروض النظرية على هذا البحث.

جدول (١١) يوضح نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتسهيلات المتاحة امامهم لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الاعلامية

النسبة المئوية	التسهيلات المتاحة امام الاعلاميين لتوظيف الذكاء الاصطناعي	العبارة
٠,٠٩١	معامل ارتباط Spearman's rho	اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتسهيلات المتاحة امامهم لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الاعلامية
٠,٠٤٨	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
٣٠٠	العدد	

توجد علاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتسهيلات المتاحة امامهم لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم الاعلامية وهو ما تقرضه النظرية ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد او المنظمة، ويتعلق ذلك المتغير بمدى توفير الامكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام القائمين بالاتصال عينة البحث لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي وتطوير الوسائل الاعلامية مثل توفير الامكانيات المادية من انظمة حاسوبية متطورة وامكانيات توظيف الذكاء الاصطناعي ودورات تدريبية مستمرة والعقلية المستنيرة القائمة على ادارة المؤسسات.

جدول (١٢) يوضح نتائج معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمخطط الذي يضعه القائمين بالاتصال لانفسهم لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الاعلامية

النسبة المئوية	الجهد المبذول	العبارة
٠,١٣٥	معامل ارتباط Spearman's rho	اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمخطط الذي يضعه القائمين بالاتصال لانفسهم لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الاعلامية
٠,٠٠٠	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
٣٠٠	العدد	

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهيبي

تشير قيمة معامل ارتباط Spearman's rho لبيان العلاقة بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والمخطط الذي يضعه المبحوثون لانفسهم لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الاعلامية (الجهد المبذول) الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,١٣٥) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهي قيمة دالة احصائياً مما يعني ثبوت صحة هذا الفرض وهو ما يثبت صحة تطبيق فروض النظرية على هذا البحث، ويعني ان القائم بالاتصال عينة البحث اذا ما قارن بين التكلفة والوقت والجهد المبذول في الطرق التقليدية لتجميع المادة الاعلامية وكتابتها وتصحيحها واخراجها، والتكلفة والوقت والجهد المبذول في العمل الاعلامي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي تبين مدى توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد، الى جانب سهولة استخدام الوسائل المتاحة والدقة وسهولة اكتشاف الاخطاء اللغوية والسرعة في الاداء، كل هذه العوامل تساعدهم على اخذ نية التطبيق الفعلي لتلك التقنيات.

❖ النتائج العامة للبحث:

١. اشار المبحوثون ان اول مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي تتمثل في "تقليل الجهد المتوقع من جانب الوسيلة لعمليات التحرير والنشر والتدقيق" بمتوسط (٠,٧٤٣٣٢) وباتجاه موافق حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على زيادة قدرة الوسيلة لعرض اكبر عدد ممكن من الاخبار نتيجة للسرعة الفائقة في عملية جمع وتحرير المادة الاعلامية مما يسهم في تقليل الجهد المبذول في ذلك، وفي الترتيب الثاني امكانية استخدام تقنيات متطورة في تحويل البيانات الى اشكال ورسوم بمتوسط (٢,٦٤٣٣) وفي الترتيب الثالث جاء استخدامها في المتابعات الدورية للاحداث والاخبار بمتوسط (٢,٦١٠٠) يليها يمكن استخدامها لنشر اخبار من خارج المؤسسة خاصة مع المواقع الالكترونية مما يحقق فورية في النشر بمتوسط (٢,٦٠٦٧).

٢. بلغت نسبة اعتماد وسائل الاعلام العراقية على التطبيقات الحديثة والتكنولوجيا بدرجة كبيرة اكثر من النصف حيث جاء (٥٥%) من العينة تقوم بالاعتماد بدرجة كبيرة على التطبيقات التكنولوجية الحديثة، وفي الترتيب الثاني تعتمد الوسائل على التكنولوجيا بدرجة متوسطة (٤٠%) من العينة بينما تعتمد عليها بدرجة ضعيفة بنسبة (٥%) من الوسائل الاعلامية.

٣. اشارت عينة البحث الى انها تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت (٤٥%) من العينة وتعتمد عليها احياناً بنسبة (٤٤,٧%) من العينة في الترتيب الثاني، ويعني ذلك ان الوسائل

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 العراقية تقوم باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنسبة (٨٩,٧%) من العينة سواء بشكل منتظم او الى حد ما.

٤. اشارت النتائج الى ان نسبة (٧٥,٧%) من عينة البحث توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسيلة الاعلامية، بينما عارضت نسبة (٢٤,٣%) منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى انها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها. وبالتالي يمكن ان يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الاعلامية التي يمكن ان يفقدوا امكانهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات.

٥. جاء في مقدمة المنفعة المدركة لدى العاملين بالمؤسسات الاعلامية من القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي تطوير امكانيات الاعلاميين بشكل يتلائم مع التكنولوجيا الجديدة بمتوسط (٢,٨٨٤٠) وفي الترتيب الثاني يرى المبحوثون ان الذكاء الاصطناعي يساعد في الحصول على عدد كبير من الاخبار من كل مكان في فترة وجيزة وبامكانيات اقل وجودة اعلى بمتوسط (٢,٨٠٤٠) وبوزن نسبي (٩٦,١٢) حيث يمكن الذكاء الاصطناعي وفي الترتيب الثالث يشير المبحوثين ايضا الى السرعة الفائقة في نشر الاخبار بمتوسط (٢,٧٨٨٠) حيث ان تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يحكمها الروتين الذي يتحكم بالعمل الاعلامي التقليدي من الحصول على موافقات ومراجعة المحتوى اكثر من مرة للتأكد من صحته مما يستهلك الكثير من الوقت والجهد لذا فان استخدام مثل هذه التقنيات تساعد على نشر الاخبار وتداولها بسرعة فائقة.

٦. يأتي في مقدمة الاداء المتوقع من استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير الوسائل الاعلامية الفوائد المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الجهد المتوقع امراً يسيراً في الترتيب الاول بمتوسط (٢,٥٨٠٠) وبوزن نسبي (٨٥,٩٩) يليه آراء العينة بخصوص مرونة تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يجعلها ايسر في الاستخدام بمتوسط (٢,٤٨٤٠) وفي الترتيب الثالث جاءت آراء العينة فيما يتعلق بالتسهيلات المتاحة امام القائمين بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسة بان الدولة تسير على خطى متطورة لاستخدام هذه التقنيات في شتى مجالات العمل مما يجعل ذلك فكرة مقبولة لدى الاعلاميين.

٧. كما اشارت النتائج الى المخطط الذي يضعه المبحوثين (الجهد المبذول) لتطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير المؤسسات الاعلامية في الفترة القادمة، وقد جاء في مقدمة هذه

الأستاذ المساعد الدكتور ليث عبدالستار عيادة اللهبي

الاجراءات حضور دورات تدريبية للتدريب على توظيف التقنيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي بمتوسط (٢,٨٢٨٠) ثم ساقترح الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسة وتدريب العاملين بها بمتوسط (٢,٧٧٦٠) يليها يمكن الاستعانة ببعض النماذج الرائدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في العراق وخارجه.

٨. ثبت صحة الفرض القائل انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (توقع الاداء، المنفعة المتوقعة، التأثيرات الاجتماعية، التسهيلات المتاحة، الجهد المتوقع).

• استنتاجات الباحث:

١. ان الوسائل الاعلامية لابد وان تعتمد اعتماداً كلياً على التقنيات التكنولوجية الحديثة نظراً لما توفره تلك التقنيات من الوقت والجهد.
٢. أن الوسيلة الاعلامية التي لا تعتمد على التقنيات التكنولوجية الحديثة سوف تتأخر عن نظائرها من الوسائل الاعلامية الاخرى.
٣. تقدم الوسائل الاعلامية العراقية في مجال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث تقوم باستغلال كافة الامكانيات للقيام بدورها الاعلامي في المجتمع بحيث يمكنها التنافس العالمي لوسائل الاعلام.

• توصيات البحث:

١. ضرورة العمل على صياغة موثيق وتشريعات منظمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الاعلامي خاصة في عالمنا العربي لتحقيق الاستخدام الامثل لهذه التقنيات.
٢. السعي لتوفير الامكانيات المادية وادخال المزيد من الاجهزة المتطورة وتفعيلها داخل منظومة العمل الصحفي وتوظيفها بالشكل الامثل في تطوير المضامين الصحفية للنهوض بالمؤسسة وجعلها قادرة على منافسة الوسائل الاخرى.
٣. ضرورة العمل على توفير فرص تدريبية حقيقية للقائمين بالاتصال في المؤسسات الاعلامية لتأهيلهم للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الامثل بما يساهم في الاستفادة منها في تطوير العمل الاعلامي على كافة المستويات المهنية والادارية والتخطيط المستقبلي.

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)

٤. ضرورة العمل على توفير تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وذلك لمواكبة ما أحدثته الثورة الصناعية الرابعة من تطورات تقنية وتكنولوجية من شأنها أن تسهم بشكل كبير في إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية.

• مصادر البحث:

١. مؤمن فضيل علاونة، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني الاردني، رسالة ماجستير، غير منشورة، (الاردن: جامعة اليرموك، كلية الاعلام، ٢٠٢٤).
٢. اسامة السيد عبدالعزيز، مروة رضوان ابراهيم، الاثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الاعلام التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، بحث منشور، (القاهرة: جامعة القاهرة، مج ٤، ع ٨٠، ٢٠٢٤).
٣. شاكر بن علي الذيباني، رؤية النخبة الاعلامية في السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير الاخبار الكاذبة على منصات الاعلام الاجتماعي، المجلة الدولية للاعلام والاتصال الجماهيري، بحث منشور، (الجامعة الخليجية: مج ٤، ع ٢٤، ٢٠٢٣).
٤. هند يحيى، مدى تقبل الصحفيين لاستخدام الطائرات بدون طيار Drones بمجال الصحافة وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي دراسة استطلاعية في اطار نموذج تقبل التكنولوجيا، مجلة البحوث الاعلامية، (جامعة الازهر: كلية الاعلام، ع ٦٠، ج ١، جمادي الاول ١٤٤٤هـ - يناير ٢٠٢٣، ص ٣٠٣-٣٦٤).
5. Wolker, A., & powell, T.E. , Algorithms in the newsroom? News readers, perceived credibility & selection of automated journalism, 2022, p.22.
6. Madani, Y. E., Use artificial intelligence techniques for detecting Covid -19 epidemic fake news in Moroccan tweets, Result in physics, 2022, 25. Pp. 104-266.
7. Parratt- Fernandez, Sonia; Mayoral- Sanchez, Javier; Mera- fernandez, Montse, (2021), The application of artificial intelligence to journal- ism: an analysis of academic production, professional de la informacion, v. 30, n3, pp. 300-317.

8. Biswal, S.K, & Gouda, N.K, Artificial Intelligence in journalism: Aboon or Ban? Inoptimization in machine learning & Applications, Springer, 2021.
9. Venkatesh, & Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003). User acceptance of information teachnology: toward aunfied view. MIS Quarterly, vol 27.
10. Venkatesh, V., & Zhang X., (2010). Unified theory of acceptance & use of technology, U.S.Vs. China, Journal of global Information Management, Vol. 13 , No1.
11. Payne, K., (2008), Much Ado About something Web 0.2 Acceptance & Use by public Relation practioners, Educators Academy PRSA Proceeding.
12. Pushp Patil, (2020), Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta- UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, & grievance redressal, International Journal of Information Management.
13. Danial Jahan Shahi (2020), " Factors influencing the acceptance & use of a bicycle sharing system: Applying an extended unified theory of Acceptance & use of technology (UTAUT)" case Studies on transport policy xxx.
١٤. خوالد ابو بكر (٢٠١٧)، " تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة المصارف العربية "، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مصر، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، المجلد ٢٥، العدد ٢.
١٥. ما هيتاب جمال عبدالسلام (٢٠١٨)، "دوافع استخدام الشباب الجامعي لمقاطع اليوتيوب التعليمية في التعليم الذاتي والاشباكات المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون.