

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

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

**الذكاء الاصطناعي في الإعلام: آفاق واعدة لتطوير المحتوى الصحفي: رؤية استشرافية**

## **Artificial Intelligence in Media: Promising Prospects for Developing Journalistic Content: A Forward-Looking Vision**

**ا.د. محسن عبود كاشكول**

**Prof. Mohsen Abboud Kashkoul**

**كلية الاعلام – الجامعة العراقية**

**College of Media -- University of Iraq**

**الإيميل: [Mohsin\\_kashkool@aliraqia.edu.iq](mailto:Mohsin_kashkool@aliraqia.edu.iq)**

**المستخلص**

يستعرض هذا البحث دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام كعامل محوري لتطوير المحتوى الصحفي الرقمي، من خلال رؤية استشرافية تتناول عدة محاور رئيسية. يبدأ البحث بتعريف مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره، ثم ينتقل إلى أهمية تبني أدواته في العمل الإعلامي لتحسين كفاءة الإنتاج وتخصيص المحتوى. كما يناقش البحث الضوابط المهنية والأخلاقية اللازمة للنشر الصحفي الرقمي في ظل الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى استعراض أساليب حماية المحتوى الصحفي الرقمية من التلاعب والانتحال. ويتناول البحث أيضاً أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات وكيفية تعزيز ذلك من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي. في الختام، يستعرض البحث التطبيقات الاستراتيجية للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ودورها في أتمتة العمل الصحفي وتحسين جودة الأخبار. توصل البحث إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل أفقاً واعداً لتحسين الممارسة الإعلامية، مع ضرورة وضع أطر تنظيمية وأخلاقية لضمان استخدامه المسؤول والفعال.

**الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الإعلام الرقمي، الممارسة المهنية، الصحفيون العراقيون، المحتوى الصحفي، التحول الرقمي.**

### **Abstract**

This research explores the role of artificial intelligence (AI) in media as a pivotal factor for developing digital journalistic content through a forward-looking perspective covering several key aspects. The study begins by defining the concept of AI and its evolution, then moves to the importance of adopting AI tools in media work to enhance production efficiency and content personalization. It also discusses the professional and ethical

guidelines necessary for digital journalistic publishing amid the increasing use of AI, alongside reviewing methods to protect digital journalistic content from manipulation and plagiarism. Furthermore, the research addresses the significance of social media as a primary source of information and how AI techniques can enhance this role. Finally, it examines strategic applications of AI in newsrooms and their role in automating journalistic work and improving news quality. The study concludes that AI represents a promising horizon for improving media practices, while emphasizing the need for regulatory and ethical frameworks to ensure responsible and effective use.

**Keywords: Artificial Intelligence, Digital Media, Professional Practice, Iraqi Journalists, Journalistic Content, Digital Transformation**

#### مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة تقنية غير مسبوقة تقودها تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي بدأت تغير بعمق مختلف القطاعات، لا سيما قطاع الإعلام والصحافة. فقد أصبح الذكاء الاصطناعي أداة أساسية في صناعة المحتوى الصحفي الرقمي، حيث يسهم في تسريع عمليات جمع الأخبار، وتحليل البيانات، وتخصيص المحتوى بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور. وهذا التطور لا يقتصر على تحسين الكفاءة فقط، بل يفتح آفاقاً واعدة لتطوير أدوات جديدة ترفع من جودة ودقة العمل الإعلامي.

ومع الانتشار الواسع للمنصات الرقمية، برزت أهمية الالتزام بضوابط النشر الصحفي الرقمي التي تضمن دقة المعلومات وموثوقيتها، وتحافظ على المعايير المهنية والأخلاقية في ظل بيئة إعلامية متسارعة التغير. كما أصبحت أساليب حماية النشر الصحفي الرقمي ضرورة ملحة لحفظ حقوق الملكية الفكرية وضمان سلامة المحتوى من التلاعب أو السرقة.

بالإضافة إلى ذلك، تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً متزايد الأهمية كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يفرض على المؤسسات الإعلامية تبني استراتيجيات جديدة للاستفادة منها، مع الانتباه إلى تحديات التحقق من صحة الأخبار ومكافحة الأخبار المزيفة.

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية استشرافية توضح دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي الرقمي، مع التركيز على ضوابط وأساليب النشر الرقمي، وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وذلك عبر تحليل الاستخدامات الحالية واستشراف آفاق التطور المستقبلية، بالإضافة إلى رصد التحديات التي قد تواجه تبني هذه التقنيات في المجال الإعلامي.

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

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

## المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

مع التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي وانتشار الإعلام الرقمي، برزت تغييرات جذرية في طريقة إنتاج ونشر المحتوى الصحفي. رغم الفرص الكبيرة التي يقدمها الذكاء الاصطناعي لتحسين سرعة ودقة وجودة الأخبار، إلا أن هناك تحديات حقيقية تواجه الإعلاميين والمؤسسات الصحفية في تبني هذه التقنيات. تشمل هذه التحديات الحاجة إلى وضع ضوابط واضحة للنشر الرقمي تضمن احترام المعايير المهنية، بالإضافة إلى تطوير أساليب فعالة لحماية المحتوى الصحفي من الانتحال والتلاعب.

علاوة على ذلك، أصبح الاعتماد المتزايد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار يطرح تساؤلات حول مدى موثوقية هذه المصادر، وضرورة التحقق من صحتها في ظل انتشار الأخبار المزيفة والمضللة. هذه التحديات مجتمعة تؤثر على مصداقية الإعلام وجودة المحتوى المقدم للجمهور، مما يستدعي دراسة معمقة لفهم دور الذكاء الاصطناعي في مواجهة هذه المشكلات وتقديم حلول مستقبلية تواكب التطورات التقنية مع الحفاظ على المصداقية المهنية.

ثانياً: فرضيات البحث

**الفرضية الأولى:** الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل فعال في تطوير جودة وسرعة إنتاج المحتوى الصحفي الرقمي.

**الفرضية الثانية:** وجود ضوابط واضحة للنشر الصحفي الرقمي يساهم في الحد من انتشار الأخبار المزيفة وضمان المصداقية.

**الفرضية الثالثة:** تطبيق أساليب حماية متقدمة للمحتوى الرقمي يقلل من مخاطر الانتحال والتلاعب.

**الفرضية الرابعة:** اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات يؤثر على دقة وجودة المحتوى الصحفي.

**الفرضية الخامسة:** تواجه المؤسسات الإعلامية تحديات تقنية وأخلاقية في تبني الذكاء الاصطناعي بشكل فعال في عمليات النشر.

ثالثاً: تساؤلات البحث

يسعى البحث للإجابة عن تساؤلات محددة وهي:

- (١) كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على تطوير إنتاج المحتوى الصحفي الرقمي؟
- (٢) ما الضوابط المهنية والأخلاقية التي يجب الالتزام بها في النشر الصحفي الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي؟

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

٣) ما أساليب حماية المحتوى الصحفي الرقمي من الانتحال والتلاعب في ظل استخدام الذكاء الاصطناعي؟

٤) كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات على جودة المحتوى الصحفي؟

٥) ما التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في تبني الذكاء الاصطناعي في عمليات النشر الرقمي؟

٦) ما الآفاق المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الصحفي؟  
رابعاً: أهمية البحث

تبرز أهمية البحث من نواح عدة، ان المتخصصين في المجال الأكاديمي والمهني للعلاقات العامة، بأمس الحاجة الى التفكير بمعالجة المواضيع التقنية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، لتطويرها بحثاً، وتطبيقه ميدانياً، والتي ستوفر في النهاية رؤية واضحة عن طبيعة الادوار الوظيفية التي يسلكها مهنيو العلاقات العامة.

وتكمن أهمية البحث بأنه من البحوث الاستكشافية وذلك لما يتضمنه من محاولة لاستكشاف موضوع لايزال في بداياته الى حد كبير، والتي نحاول ملئ الفراغ البحثي في تناول واقع تبني الذكاء الاصطناعي في مؤسسات الحكومة العراقية، لنقدم بعدها رؤية علمية عما يجب ان نكون عليه.

### خامساً: أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الاهداف التي تتعلق بمدى فعالية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بالمحتوى الصحفي. وتتمثل الأهداف بما يأتي:

١) معرفة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين سرعة ودقة وجودة المحتوى الصحفي الرقمي.  
٢) تحديد المبادئ المهنية والأخلاقية الواجب اتباعها لضمان نشر محتوى صحفي رقمي مسؤول وموثوق عند استخدام الذكاء الاصطناعي.

٣) استكشاف الوسائل التقنية والقانونية التي تساهم في حماية المحتوى الصحفي الرقمي من الانتحال والتلاعب باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

٤) تقييم مدى تأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في جمع الأخبار على مصداقية وجودة المحتوى الصحفي.

٥) تحديد العقبات التقنية والتنظيمية والبشرية التي تعترض المؤسسات الإعلامية في دمج الذكاء الاصطناعي في النشر الرقمي.

٦) استشراف فرص التطوير والابتكار المحتملة في مجال الإعلام الصحفي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي.

### سادساً: نوع البحث ومنهجه

يُعد هذا البحث بحثاً وصفيًا؛ حيث يهدف إلى وصف وتحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى الصحفي الرقمي والضوابط المهنية والتحديات المتعلقة به.

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

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

أما المنهج المستخدم فهو المنهج الاستقرائي، الذي يعتمد على جمع البيانات والملاحظات من الواقع العملي للمؤسسات الإعلامية، وكذلك من حالات تطبيقية على الأرض، بهدف التوصل إلى تعميمات واستنتاجات دقيقة حول دور الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الصحفي الرقمي.

**سابعاً: مجتمع البحث وعينته:**

يتكوّن مجتمع البحث من جميع المضامين الصحفية الرقمية التي تم إنتاجها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، سواء بشكل كلي أو جزئي، في المؤسسات الإعلامية المختلفة. وتشمل هذه المضامين الأخبار، التقارير، المقالات، والتحليلات المنشورة عبر المنصات الرقمية.

أما عينة البحث فهي عينة قصدية تتكون من عدد محدد من الموضوعات الصحفية التي تم إنتاجها اعتماداً على الذكاء الاصطناعي، ويتم اختيارها بهدف تقييم مستواها من حيث الجودة، المصداقية، الالتزام بالمعايير المهنية، والتأثير المعلوماتي، في ضوء اعتماد القائمين بالاتصال على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعدادها.

وقد تم اختيار العينة وفقاً للمعايير الآتية:

- (١) أن تكون المادة منشورة عبر منصات رقمية موثوقة.
  - (٢) أن تكون صادرة عن مؤسسات إعلامية معروفة باستخدامها أدوات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج.
  - (٣) أن تتنوع في نوعها (خبر، تقرير، مقال، تحليل).
  - (٤) أن تكون حديثة النشر نسبياً لضمان حداثة البيانات.
- وقد استخدم الباحث التحليل الكيفي للمضمون، بوصفه الأداة المنهجية المناسبة لتفسير المحتوى الصحفي وتقييمه من حيث الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، وجودة الصياغة ودقة المعلومات. وأثر تدخل الذكاء الاصطناعي في بناء المادة الصحفية. فضلاً عن حضور أو غياب البصمة التحريرية البشرية في النصوص المنتجة، ويجري ذلك بالاعتماد على الخبرة المهنية والأكاديمية للباحث بهدف تقييم الموضوعات المختارة من خلال مجموعة من الأبعاد والمعايير، تتضمن ما يلي:

الالتزام بضوابط النشر الصحفي الرقمي: مثل الدقة، التوازن، الحياد، الشفافية.

أساليب حماية المحتوى من التلاعب والانتحال: مثل وجود توقيعات رقمية، توثيق مصادر المعلومات، أو علامات تدل على مراقبة بشرية.

دور مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: من خلال تحليل اعتماد المادة على منشورات أو تعليقات من فيسبوك أو مصادر متداولة عبره، ومدى تأثير ذلك على موثوقية المحتوى.

الطابع الأسلوبي للمحتوى: لتحديد ما إذا كانت المادة تحمل ملامح إنتاج آلي أو تدخل بشري واضح.

جودة البنية الصحفية: من حيث التنظيم، الترابط، وإبراز النقاط الجوهرية.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

وقد جرى تحليل تقرير منشور على صفحة بيئية متخصصة على فيسبوك بعنوان "أثر التغير المناخي على الزراعة في الشرق الأوسط"، فوجد أنه قد تم دراسة:

- (١) مدى الالتزام بضوابط النشر الصحفي (دقة البيانات، توثيق المصادر).
  - (٢) التحقق ما إذا تم استخدام حماية رقمية (مثل العلامات المائية أو التنبويه بالمصدر).
  - (٣) التحقق ما إذا كان التقرير يعتمد على منشورات فيسبوك كمصدر، وكيف أثر ذلك على جودة ومصداقية المادة.
  - (٤) تقييم الطابع التحريري والأسلوبي، ومدى انسجام بنية التقرير ومهنيته التحريرية.
- ثامناً: حدود البحث ومجالاته:**

يتمثل مجتمع البحث بالمجالات التالية:

- **المجال الزمانية:** حدد الباحث المجال الزمني بالمدة من ٢٠٢٥/١/١م ولغاية ٢٠٢٥/٢/٢٨م وهي مدة تطلبها الباحث لرصد الموضوعات وملاحظة انعكاسات الذكاء الاصطناعي عليها.
- **الحدود الموضوعية (المجال الموضوعي):**  
يركز البحث على دراسة تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي الرقمي، من حيث الجودة، المصداقية، والضوابط المهنية والأخلاقية. كما يتناول البحث أساليب حماية المحتوى الصحفي من الانتحال والتلاعب، ودور مواقع التواصل الاجتماعي (وخاصة فيسبوك) كمصدر للمعلومات الصحفية، مع التركيز على تقييم مدى التزام المحتوى المنشور بضوابط النشر الرقمي.
- **الحدود المكانية (المجال المكاني):**  
● يتركز البحث على المحتوى المنشور في صفحات متخصصة على منصة فيسبوك، والتي تُدار من قبل جهات إعلامية أو صحفية عربية تعتمد على الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى أو تحريره، سواء كانت مؤسسات رسمية أو مبادرات إعلامية رقمية مستقلة.
- **تاسعاً: الدراسات السابقة:**

### (١) دراسة مرتضى حسن الشمري (٢٠٢٥م):<sup>(١)</sup>

تناول البحث توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي واستكشاف مدى توظيفها داخل المؤسسات الإعلامية العراقية، وتحليل انعكاسات هذا التوظيف على الممارسة المهنية للصحفيين. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة قصدية مكونة من عدد من الصحفيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية العراقية، الحكومية والخاصة. ويصنف البحث من الدراسات الوصفية التحليلية، باستخدام المنهج الوصفي المسحي، على عينة من (١٢٠) ممارساً للعمل الصحفي من رؤساء أقسام، محررين، صحفيين متخصصين، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك وعياً متزايداً لدى الصحفيين العراقيين بأهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي، لاسيما في مجالات إنتاج المحتوى، إدارة غرف الأخبار، تحليل البيانات،

(١) مرتضى حسن علي الشمري، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين، -، بحث منشور في مجلة كلية التربية في جامعة واسط، قسم الإعلام، المجلد التاسع و الخمسون الجزء الثاني ٢٠٢٥م.

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

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

والتحقق من المعلومات. إذ يُولي الصحفيون العراقيون أهمية كبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، لاسيما في مجال إدارة المضامين الصحفية، كما تبين أن "إدارة المضمون الصحفي" هي أحد أبرز الميادين التي استفادت من الذكاء الاصطناعي بشكل فعّال ومثبت.

كما أظهرت النتائج أن توظيف الذكاء الاصطناعي ساهم في تسريع العمليات التحريرية وزيادة الكفاءة، لكنه في الوقت نفسه أثار مخاوف مهنية تتعلق بتراجع الدور البشري، وضعف المهارات التقنية لبعض الصحفيين، وغياب الأطر التنظيمية الواضحة.

واختتمت الدراسة بمجموعة من التوصيات، أبرزها: ضرورة إدماج التدريب على تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج إعداد الصحفيين، ومواءمة السياسات التحريرية مع متطلبات التحول الرقمي، ووضع ضوابط مهنية وأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بما يضمن الحفاظ على مصداقية المهنة واستقلاليتها.

أوصى الباحثون بإدراج مقررات لتطبيقات AI في البرامج الأكاديمية لكليات الإعلام، إلى جانب تدريب الصحفيين عملياً على هذه الأدوات

والتدريب والتأهيل: ضرورة دمج تدريب استخدام الذكاء الاصطناعي ومقررات أكاديمية ذات صلة، لضمان قدرة الصحفيين على توظيف هذه التقنية بكفاءة.

فرضيات التطوير المستقبلية: الدراسة تمهد لمزيد من الأبحاث حول توظيف AI في مهام تحريرية واستقصائية متقدمة.

(٢) دراسة أحمد شحاتة، (٢٠٢٥م): (١)

يرصد البحث تحولات المشهد الإعلامي المعاصر تحولاً جذرياً في ظل التقدم المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أصبحت هذه التقنيات جزءاً لا يتجزأ من عمليات إنتاج وتحرير وتوزيع المحتوى الصحفي. يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور صحافة الذكاء الاصطناعي في مواجهة ظاهرة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، من خلال تحليل أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التحقق من المعلومات، ورصد مدى فعاليتها في الحد من انتشار المحتوى المضلل على المنصات الرقمية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال مراجعة الأدبيات المرتبطة بالتحقق الرقمي، وتحليل تجارب مهنية وتقنية في استخدام الذكاء الاصطناعي لمكافحة التضليل المعلوماتي. كما تناولت الدراسة تطبيقات عملية مثل أدوات كشف الصور المفبركة، وتحليل النصوص باستخدام الخوارزميات، ونماذج تعلم الآلة التي تستخدمها مؤسسات صحفية رائدة عالمياً.

(١) حامدي ياسين، صحافة الذكاء الاصطناعي وآليات مواجهة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، مجلة المعيار، كلية أصول الدين بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية في قسنطينة بالجزائر، العدد (٣) المجلد (٢٩) في ١ حزيران ٢٠٢٥م، الصفحات ٣٢٢-٣٣٣.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

وتوصّل البحث إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي أعادت تشكيل وتأطير بيئة العمل الصحفي من خلال عمليات الجمع وتحليل ومعالجة ونشر الأخبار، كما رصد البحث عديد الأدوات للتحقق من الصّور والأخبار والبيانات، والفيديوهات والأماكن، والأشخاص، وهوية المواقع الإلكترونية، ذلك أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة واعدة في دعم نزاهة الصحافة، حيث يُمكن أن يساهم في تسريع عمليات التحقق من الأخبار، والتعرف على الأنماط المتكررة في حملات التضليل، والكشف التلقائي عن الحسابات الآلية (Bots). ومع ذلك، أبرزت الدراسة عددًا من التحديات، من بينها محدودية الشفافية في عمل بعض الخوارزميات، واحتمالات الانحياز، وضعف الاستخدام المهني لهذه الأدوات في كثير من المؤسسات الإعلامية العربية.

أوصى البحث بضرورة تبني سياسات تحريرية واضحة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتدريب الصحفيين على أدوات التحقق المدعومة بالذكاء الاصطناعي، إلى جانب تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية ومراكز الأبحاث التقنية في مجال مكافحة المعلومات الزائفة.

### (٣) دراسة راشد صلاح أبو رميه، (٢٠٢٤م):<sup>(١)</sup>

استهدفت الدراسة التعرف على واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومن ثم تم الاعتماد على "أداة الاستبانة" وذلك في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا. وتأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، وفي إطاره تم توظيفه لمسح شامل لعينة الدراسة من الصحفيين العاملين بالمواقع الصحفية العربية (الدستور الأردنية – الشرق القطرية- القاهرة ٢٤ المصرية)، وذلك لتحديد حج الموضوعات التي ينشرها الذكاء الاصطناعي مقارنة بالعنصر البشري، وتحديد أبرز التخصصات التي تنشر تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها، وتم جمع البيانات من خلال استمارة الاستبيان لرصد مدى استخدام القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أنها كشفت أن أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة في المواقع الصحفية عينة الدراسة، جاء الخبر الصحفي أكثر الأشكال، وتبين أن الموضوعات الخدمية والاقتصادية أولى الموضوعات المنشورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أظهرت أن ٥١.١٪ من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط، وأن درجة أهمية تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة، حيث أظهرت أن نسبة ٣٣.٣٪ يرون أن تطبيقها مهم بدرجة متوسطة، بينما نسبة ٢٨.٩٪ يرون أهميتها بدرجة كبيرة، وعن الحصول على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة؛ حصلت نسبة ٦٢.٢٪ من عينة الدراسة على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي، ولكن بأشكال مختلفة من التلقي.

(١) راشد صلاح أبو رميه، دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي (دراسة ميدانية)، بحث منشور في مجلة الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، في جامعة ٦ أكتوبر، كلية الإعلام وفنون الاتصال، المجلد ٢٠٢٤ والعدد الأول في تموز ٢٠٢٤م.

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

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

(٤) دراسة محمد عبد الحميد أحمد عبد الحميد، (٢٠٢٢م): (١)

تناولت الدراسة رصد وتحليل معالجة الصحف الرقمية المصرية للموضوعات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، وبيان المجالات التي يتم توظيف الذكاء الاصطناعي فيها، والإفادة المجتمعية من هذه التطبيقات، والموضوعات التي جاءت ضمنها وذلك بالاعتماد على منهج المسح، باستخدام أسلوب تحليل المضمون على عينة من الصحف الرقمية المصرية تمثلت في: «بوابة الأهرام اليوم»، «بوابة اليوم السابع»، و «موقع القاهرة ٢٤»، كما رصدت الدراسة. دراسة الإشكالات التي تواجه الصحفيين في الإفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة عن طريق استبيان تم تطبيقه على ١٢٥ مفردة من الصحفيين المصريين، وتوصلت الدراسة إلى: أشارت النتائج أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت واقعا في عدد كبير من المجالات، منها مجال التعليم والبحث العلمي المجال العسكري، تقنيات الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مجال الطب والرعاية الصحية، مجال الإعلام والفنون، مجال الاقتصاد والاستثمار والتسويق والاتصالات والتحول الرقمي والأمن السيبراني، مجال الصناعة مجال الزراعة والأغذية، السياحة والحج والعمرة.

أظهرت الدراسة أهمية تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، إذ أسهمت هذه التقنيات في تطوير شكل المحتوى الصحفي وطريقة عرضه للجمهور، كما أثرت في استقبال الجمهور للرسائل الإعلامية وطريقة تفاعلهم معها.

أوضحت النتائج تعدد تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها المبحوثون في العمل الصحفي، منها: تقنيات التحقق من الصور والفيديوهات، وتقنيات إنتاج المحتوى الصحفي وتقنيات التحقق الجغرافي من مواقع التقاط الصور، أدوات تحويل الصوت الى نص مكتوب.

توصلت الدراسة إلى تعدد إشكالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، فمنها إشكالات مهنية وتقنية وقانونية، وإشكالات خاصة بالمصادقية.

(٥) دراسة أحمد شحاتة، (٢٠٢٥م): (٢)

يتناول البحث رصد وتحليل الاتجاهات الحديثة في بحوث الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته ضمن الصحافة المتخصصة الرقمية، واستعراض وتقييم الدراسات العربية والأجنبية في هذا السياق. ويهدف البحث إلى تقديم رؤية تحليلية نقدية لأبرز الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الصحافة المتخصصة الرقمية، وذلك في ظل التحولات الجذرية التي يشهدها المجال الإعلامي نتيجة التقدم التقني المتسارع. وتأتي هذه الدراسة في إطار الحاجة إلى فهم تطورات الحقل البحثي

(١) محمد عبد الحميد أحمد عبد الحميد، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (المعهد الدولي العالي للإعلام - الشروق)، المجلد ٢١، العدد ٢١ (سبتمبر ٢٠٢٢)، الصفحات ١-١٢٤.

(٢) أحمد شحاتة، الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الصحافة المتخصصة الرقمية: رؤية تحليلية نقدية، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام - المجلد ٢، العدد ٣ (يناير ٢٠٢٥)، الصفحات ٢٦٩-٣٣٧.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

المتصل بعلاقة الذكاء الاصطناعي بالصحافة المتخصصة، سواء في إنتاج المحتوى أو في آليات التوزيع والتفاعل.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال مراجعة عدد من البحوث العلمية المنشورة عربياً ودولياً خلال الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤، وتحليلها وفق أبعاد منهجية ومعرفية متعددة، بهدف استخلاص التوجهات السائدة، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين هذه الدراسات من حيث المواضيع والأساليب والمقاربات النظرية.

وقد أظهرت نتائج التحليل أن معظم البحوث تركزت على موضوعات مثل الأتمتة التحريرية، استخدام روبوتات الأخبار، معالجة البيانات الصحفية، والجانب الأخلاقي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة المتخصصة. كما لاحظت الدراسة وجود اهتمام متزايد بدور الذكاء الاصطناعي في تغطية موضوعات معقدة مثل البيئة، الصحة، والاقتصاد، إلا أن معظم الدراسات اتسمت بالطابع الاستشراقي أو التقني، مع نقص في الدراسات الميدانية التطبيقية.

وأوصى البحث بضرورة تنويع مناهج البحث في هذا المجال، وتوسيع نطاق التغطية الجغرافية والثقافية، مع التركيز على دراسات الحالة، والنماذج التطبيقية في المؤسسات الصحفية الرقمية المتخصصة، بما يسهم في تطوير أطر معرفية ومهنية أكثر تماسكاً وشمولاً لمستقبل الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي.

### البحث الثاني: الذكاء الاصطناعي (التطورات، والتطبيقات الاستراتيجية)

#### أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي

يشير الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الأنظمة الحاسوبية والبرمجيات على تنفيذ مهام ذهنية تُحاكي السلوك البشري، مثل التحليل، التعلم من البيانات، واتخاذ القرارات بشكل مستقل. وفي المجال التعليمي، يُستخدم الذكاء الاصطناعي لتطوير بيئات تعليمية ذكية من خلال توظيف تقنيات مثل التعلم الآلي وتحليل البيانات بهدف تخصيص المحتوى وتحسين جودة التدريس والتعلم.<sup>(1)</sup>

أما في مجال الاعلام فيشير الذكاء الاصطناعي في الإعلام يشير إلى توظيف الأنظمة الذكية والخوارزميات التنبؤية في عمليات إنتاج المحتوى الإعلامي، وتحريره، وتوزيعه، وتحليل تفاعلات الجمهور. ويشمل ذلك استخدام تقنيات مثل التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، وروبوتات الصحافة (Automated Journalism)، بهدف تحسين كفاءة الأداء الصحفي، وتخصيص المحتوى، والتعامل مع البيانات الضخمة، ومكافحة الأخبار الزائفة.<sup>(2)</sup> وهذا المفهوم يبين العلاقة بين الذكاء

(1) Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson Education.

(2) Westlund, O., & Lewis, S. C. (2021). *Artificial Intelligence and the News: Journalism in the Age of Automation and Augmented Reality*. *Digital Journalism*, 9(3), 307–327.

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

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

الاصطناعي والتطورات الجارية في غرف الأخبار، خاصة في ما يتعلق بأتمتة التحرير، والتحقق من المعلومات، وتحليل الجمهور.

كما يشير الذكاء الاصطناعي في الإعلام إلى توظيف تقنيات ذكية مثل التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتحليل البيانات الضخمة، لأداء مهام صحفية تتعلق بإنتاج الأخبار، تحريرها، توزيعها، وتحليل تفاعل الجمهور. وقد أسهم هذا التوظيف في تحسين الكفاءة وسرعة العمل داخل المؤسسات الإعلامية، لا سيما في الصحافة الرقمية. ومع ذلك، يثير دمج الذكاء الاصطناعي تحديات مهنية وأخلاقية متعددة، أبرزها: الشفافية في الخوارزميات، خطر التحيز المعلوماتي، مسؤولية التحرير الآلي، واحتمالات التضليل غير المقصود. كما تزداد الحاجة إلى إطار أخلاقي واضح يحكم استخدام الذكاء الاصطناعي بما يضمن حماية القيم الصحفية، وحقوق الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة. (١) وهذا المفهوم يناقش الأثر الأخلاقي لأتمتة الأخبار في غرف التحرير الحديثة.

وعلى وفق ذلك يكون الذكاء الاصطناعي: منظومة من التقنيات والبرمجيات التي تُحاكي القدرات الإدراكية البشرية، وتُستخدم في الإعلام لأداء عمليات ذكية على المحتوى تشمل جمع البيانات، ومعالجتها، وتحريرها، وتصنيفها، ونشرها بشكل آلي أو شبه آلي. كما ويوظف الذكاء الاصطناعي اليوم في تحليل سلوك الجمهور، إنتاج الأخبار آلياً (Automated Journalism)، والكشف عن الأخبار الزائفة، وتخصيص المحتوى بحسب تفضيلات المستخدمين، مما يعيد تشكيل أساليب العمل الصحفي وأدوار القائمين بالاتصال، ويفرض تحديات جديدة تتعلق بالدقة، والمساءلة، والأخلاقيات المهنية.

ثانياً: أهمية تبني أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي:

أدى التقدم في تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى إحداث نقلة نوعية في طبيعة العمل الإعلامي والعلاقات العامة، حيث بات تبني أدوات الذكاء الاصطناعي ضرورة استراتيجية لتحسين كفاءة الأداء وتعزيز جودة الاتصال مع الجمهور. من أبرز هذه الفوائد، قدرة الذكاء الاصطناعي على تحليل كميات هائلة من البيانات الإعلامية والتفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يُمكن من استخلاص أنماط دقيقة ورؤى تنبؤية تُسهم في اتخاذ قرارات مدروسة، خاصة في إدارة الأزمات (٢). كما تسمح تقنيات الذكاء الاصطناعي بتطوير اتصالات مخصصة وفعالة، من خلال الرسائل الموجهة وفق تفضيلات وسلوك المستخدمين، وهو ما يعزز تفاعل الجمهور وولاءه. بالإضافة إلى ذلك، تساهم أدوات الذكاء الاصطناعي في أتمتة إنتاج المحتوى وتوزيعه، مما يبسط العمليات اليومية للمحررين والممارسين الإعلاميين، ويوفر وقتاً وجهداً كبيراً في غرف الأخبار.

(1) Diakopoulos, N. (2019). Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media. Harvard University Press.

(2) Third Hemisphere (2024). AI and the Future of Public Relations.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

وقد أثبتت المنصات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، مثل ChatGPT، فعاليتها في تحسين خدمة العملاء والتفاعل مع أصحاب المصلحة بطريقة فورية وفعالة. وبالنسبة للقياس الإعلامي، توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات دقيقة لرصد التغطية الإعلامية من حيث نغمة الرسائل (Sentiment)، وتأثير المنصة، وحجم الزيارات الناتجة عنها، متجاوزةً الأساليب التقليدية مثل "قيمة الإعلان المكافئة".<sup>(1)</sup> كما تؤدي تقنيات الذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في استهداف المؤثرين ضمن استراتيجيات التسويق عبر العلاقات العامة، ليس فقط بناءً على عدد المتابعين، بل على أساس قوة التأثير الفعلي في سلوك الجمهور. والأهم من ذلك، دخول الصحافة عصر "الروبوتات الصحفية" التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في تغطية المجالات المتخصصة مثل الاقتصاد والرياضة والكوارث الطبيعية، ما يُعيد رسم العلاقة بين الصحفيين والممارسين في العلاقات العامة، الذين أصبح عليهم تقديم بيانات قابلة للفهم من قبل الأنظمة الذكية، وليس فقط من قبل البشر.

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا ملحوظًا في إدخال أدوات الذكاء الاصطناعي إلى غرف صناعة الأخبار والعلاقات العامة، بهدف تحسين الكفاءة وتبسيط العمليات الاتصالية. وتتنوع هذه الأدوات في طبيعتها ووظائفها، إذ تم تصميم بعضها لتلبية متطلبات محددة تتعلق بقطاع العلاقات العامة، بينما تقدم أخرى خدمات عامة تُثبت فعاليتها لدى الممارسين في هذا المجال. وقد أصبح استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي أمرًا جوهريًا لمساعدة محترفي العلاقات العامة في التخطيط والتنفيذ الاستراتيجي لأنشطتهم الإعلامية. ومن أبرز هذه الأدوات: ChatGPT وProphet وPreston وMeltwater وAxios HQ وPressPal.ai، وغيرها من الحلول التقنية التي تسهم في صياغة الرسائل، وتحليل التغطية الإعلامية، والتفاعل مع الجمهور بطرق أكثر دقة وكفاءة.<sup>(2)</sup> ويشهد قطاع الإعلام تحولات جذرية نتيجة تبني أدوات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت تمثل عنصرًا أساسيًا في تطوير العمليات الاتصالية وتحسين جودة الأداء. فقد أُدخلت خلال السنوات الأخيرة مجموعة من الأنظمة الذكية إلى غرف الأخبار ومكاتب العلاقات العامة، بهدف أتمتة المهام الروتينية، وتحليل البيانات الإعلامية، وتعزيز التفاعل مع الجمهور. وتتنوع هذه الأدوات بين ما هو مصمم خصيصًا لتلبية احتياجات قطاع العلاقات العامة، وأخرى ذات طابع عام أثبتت فعاليتها في دعم استراتيجيات الاتصال المؤسسي، وتستخدم هذه التقنيات في إنتاج الرسائل الإعلامية، وتحليل المحتوى الصحفي، وقياس التغطية الإعلامية، والكشف عن التوجهات العامة للجمهور من خلال منصات التواصل الاجتماعي. ومن بين أبرز الأدوات المستخدمة: ChatGPT في صياغة المحتوى التفاعلي، وProphet للتنبؤ بالنتائج الاتصالية، وMeltwater لمراقبة وتحليل التغطية الإعلامية، وAxios HQ في تطوير النشرات الداخلية، إلى جانب أدوات مثل Preston وPressPal.ai التي تُعنى بأتمتة المهام التحريرية والتقارير الصحفية.

(1) Jeong, A., & Park, S. (2023). AI-based Monitoring and Evaluation in Media Campaigns. *Journal of Digital Media Strategies*, 11(2), 486.

(2) Thumos. (2024). Best AI Tools for PR Professionals in 2024: The Definitive Guide. Retrieved from <https://thumos.io>.

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

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

ورغم أن هذه الأدوات لا تمثل قائمة شاملة، فإنها تعكس أهم النماذج التطبيقية للذكاء الاصطناعي المستخدمة حاليًا في ميدان العلاقات العامة، وتبرز دور التقنية في تحقيق كفاءة أكبر، وتخصيص الرسائل، وقياس الأثر الإعلامي بشكل أكثر دقة. (١)

### ثالثاً: ضوابط النشر الصحفي الرقمي في ظل الذكاء الاصطناعي

تهدف إلى تنظيم المحتوى المنشور على المنصات الرقمية وضمان تحقيق معايير مهنية وأخلاقية، وتختلف هذه الضوابط من دولة إلى أخرى وفقاً للتشريعات المحلية، لكنها تتضمن عمومًا العناصر الآتية:

(١) **الالتزام بالمصداقية والدقة:** أي التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها، والحرص على الاسناد والإشارة إلى المصادر الموثوقة عند الاقتباس أو استخدام البيانات، فضلاً عن تجنب نشر الأخبار الكاذبة أو المضللة.

(٢) **احترام القوانين والتشريعات:** وتتمثل بالامتثال لقوانين النشر وحقوق الملكية الفكرية، وضوابط احترام الخصوصية وحماية البيانات الشخصية للأفراد، والالتزام بالقوانين المتعلقة بخطاب الكراهية، والتحرير، والتشهير.

(٣) **الأخلاقيات المهنية:** يعد احترام القيم الثقافية والاجتماعية للمجتمع، والامتناع عن استخدام المحتوى الذي يثير النعرات الطائفية أو العرقية أو التمييز، وتجنب انتهاك أخلاقيات المهنة الصحفية، مثل السرقات الأدبية أو التلاعب بالمعلومات؛ أبرز الأخلاقيات المهنية.

(٤) **التوازن والحيادية:** أي تقديم وجهات النظر المختلفة بموضوعية وشفافية، والامتناع عن التحيز لأي طرف في الأخبار أو المقالات.

(٥) **مراعاة المحتوى البصري:** لا بد من ضمان سلامة الصور ومقاطع الفيديو المستخدمة، وأن تكون مشروعة ومصرح باستخدامها، فضلاً عن تجنب استخدام صور أو فيديوهات مفبركة أو مضللة.

(٦) **الالتزام بمعايير النشر الرقمي:** وتتمثل باختيار عناوين واضحة، وغير مثيرة للجدل بطريقة غير مبررة، وتصميم المحتوى ليكون سهل القراءة ومتوافقاً مع الأجهزة المختلفة، مع ضرورة الابتعاد عن الممارسات الضارة مثل النقر المضلل (Clickbait).

(٧) **حماية الجمهور اليافع:** يحرص النشر الرقمي على تصنيف المحتوى الذي قد لا يكون مناسباً للأطفال، مع ضرورة وضع تحذيرات واضحة عند نشر محتوى قد يحتوي على مشاهد عنف أو لغة غير لائقة.

(٨) **التفاعل مع الجمهور:** لا بد من تنظيم إدارة التعليقات والمناقشات بطريقة تحفظ الاحترام العام، والاستجابة للشكاوى المتعلقة بالمحتوى المنشور.

(٩) **الشفافية في الإعلانات:** ضرورة توضيح الفرق بين المحتوى التحريري والإعلانات، والامتناع عن تضليل الجمهور من خلال دمج الإعلانات بالمحتوى الصحفي دون توضيح.

(1) Thumos. (2024). The same reference.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

هذه الضوابط تُسهم في بناء ثقة الجمهور بالمحتوى الرقمي وتضمن استدامة الصحافة الرقمية كمصدر مسؤول وموثوق للمعلومات.

مع توسع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي الرقمي، برزت الحاجة إلى تحديث وتفعيل ضوابط النشر المهني والأخلاقي بما يتناسب مع هذا التحول التقني. تهدف هذه الضوابط إلى تنظيم المحتوى المنشور على المنصات الرقمية وضمان مصداقيته ودقته ومراعاته للمسؤولية الاجتماعية. وتتمثل أبرز الضوابط في هذا السياق في:

١. **الشفافية:** الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج أو تحرير الأخبار، لتجنب تضليل الجمهور بشأن مصدر أو طبيعة المحتوى.
  ٢. **المساءلة:** تحديد الجهة المسؤولة عن المحتوى الناتج عن أدوات الذكاء الاصطناعي، سواء كان بشرياً أو آلياً، لضمان وجود طرف يتحمل المسؤولية المهنية والقانونية.
  ٣. **الدقة والتحقق:** ضرورة إخضاع المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي لمراجعة بشرية قبل النشر، خاصة في الأخبار التي قد تحمل آثاراً اجتماعية أو سياسية حساسة.
  ٤. **عدم التمييز والتحيز:** مراقبة المحتوى الآلي لمنع تمرير تحيزات خوارزمية، سواء كانت دينية، عرقية، أو فكرية.
  ٥. **حماية الخصوصية:** تجنب استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع أو تحليل بيانات شخصية بطريقة تنتهك الخصوصية أو القوانين المحلية لحماية البيانات.
  ٦. **الامتثال للتشريعات:** الالتزام بالقوانين المحلية والدولية المتعلقة بالنشر الرقمي، بما في ذلك حقوق الملكية الفكرية وجرائم النشر الإلكتروني.
- ورغم أن هذه الضوابط تختلف نسبياً من دولة إلى أخرى بحسب الأطر التشريعية، فإن هناك اتفاقاً دولياً متزايداً على ضرورة تطوير مدونات سلوك صحفي جديدة تأخذ بعين الاعتبار طبيعة المحتوى الآلي ومخاطره المحتملة، خاصة في بيئة إعلامية سريعة التغير وتغلب عليها السرعة على حساب التحقق.

### رابعاً: أساليب حماية النشر الصحفي الرقمي في ظل الذكاء الاصطناعي

- حماية النشر الصحفي الرقمي تتطلب اعتماد أساليب وتقنيات متكاملة لضمان أمن وسلامة المحتوى، وحماية الحقوق الفكرية، والمحافظة على مصداقية المعلومات. فيما يأتي أبرز الأساليب:
١. **حماية أمن البيانات والمعلومات:** وهذا يستدعي القيام بالشفير واستخدام تقنيات متطورة للشفير، وذلك لحماية البيانات والمحتوى الصحفي من الوصول غير المصرح به، وكذلك اللجوء للنسخ الاحتياطي، أي إنشاء نسخ احتياطية دورية للمحتوى لضمان استعادته في حالة الاختراق أو فقدان، وقد تلجأ المؤسسات للجدران النارية (**Firewalls**) لحماية الخوادم والمواقع من الهجمات السيبرانية، والعمل على استخدام (**VPN**) لتأمين الاتصال بالإنترنت وخاصة عند استخدام الشبكات العامة.
  ٢. **مكافحة القرصنة والتزوير:** ضرورة استخدام حقوق النشر والتأليف، أي تضمين العلامات المائية الرقمية (**Watermark**) في الصور والمقالات، وتوفير التكنولوجيا المضادة للنسخ، منع تنزيل أو

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

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

نسخ المحتوى بسهولة، فضلاً عن تقنيات البلوكتشين (Blockchain) لتوثيق ملكية المحتوى وضمان عدم التلاعب به.

٣. تعزيز أمن الصحفيين: أي ضرورة العمل على حماية الحسابات الشخصية، وذلك باستخدام كلمات مرور قوية والمصادقة الثنائية (FA2)، وكذلك التدريب على الأمن الرقمي لتجنب الوقوع في فخاخ التصيد الاحتيالي (Phishing) أو اختراق الأجهزة. وكذلك ضرورة إخفاء الهوية عند الضرورة عبر استخدام أدوات مثل (Tor) للصحفيين العاملين في بيئات خطرة.

٤. ضمان مصداقية المحتوى: السعي لضبط أدوات التحقق من الأخبار وذلك باستخدام أدوات مثل Google Fact Check أو Snopes للتحقق من صحة المعلومات، مع ضرورة تطوير سياسات تحريرية واضحة من خلال فرض مراجعة المحتوى قبل النشر، والعمل على إدارة التفاعل من خلال مراقبة التعليقات لتجنب نشر معلومات مضللة أو محتوى غير لائق.

٥. الامتثال للقوانين والسياسات: أي ضرورة التحديث المستمر ومتابعة القوانين المحلية والدولية المتعلقة بالنشر الرقمي، وكذلك التعاقد مع مستشارين قانونيين، لضمان توافق المحتوى مع التشريعات، فضلاً عن وضع السياسات الداخلية للمؤسسات، أي وضع قواعد لحماية خصوصية المستخدمين ومنع نشر البيانات الحساسة.

٦. الحماية من الهجمات الإلكترونية: وهذا يستدعي التحديث المستمر للأنظمة، والعمل على ضمان حماية الموقع من الثغرات الأمنية، وكذلك مراقبة النشاطات المشبوهة باستخدام برامج تحليل البيانات للكشف عن محاولات الاختراق، وكذلك الحماية من هجمات (DDoS) عبر الاعتماد على خدمات متخصصة مثل (Cloudflare).

٧. الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية: ضرورة التسجيل الرسمي للمحتوى، كتسجيل المقالات والصور لضمان ملكية فكرية، وضرورة الإبلاغ عن الانتهاكات، عبر المنصات الرقمية وشركات استضافة المواقع.

٨. تعزيز الثقة بين الصحفي والجمهور: وهذا يتطلب الشفافية، وتوضيح مصادر المعلومات وأسباب القرارات التحريرية، والابتعاد عن الإثارة الزائفة، والالتزام بالمعايير الأخلاقية للمهنة. وكذلك تعزيز ثقافة الوعي الرقمي لدى الصحفيين من خلال التعليم المستمر للعاملين في المجال الاعلامي. والاعتماد على هذه الأساليب يساهم في حماية الصحافة الرقمية وضمان استمرارها كوسيلة موثوقة ومؤثرة في نقل المعلومات.

تتطلب حماية النشر الصحفي الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي اعتماد مجموعة من الأساليب والتقنيات المتكاملة التي تضمن أمن وسلامة المحتوى، وتحافظ على الحقوق الفكرية، وتعزز مصداقية المعلومات المنشورة. من أهم هذه الأساليب:

١. التشفير وأمن البيانات: استخدام تقنيات التشفير لحماية المحتوى الصحفي من التلاعب أو السرقة أثناء النقل أو التخزين، خصوصاً عند نشر الأخبار عبر منصات رقمية متعددة.

٢. التحقق من المصادر والمحتوى: توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي المتقدمة لفحص صحة الأخبار والتأكد من عدم انتشار الأخبار الزائفة أو التلاعب بالمعلومات قبل النشر.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

٣. حماية حقوق الملكية الفكرية: استخدام نظم التعرف على المحتوى (Content ID) وتقنيات تتبع الحقوق الرقمية (Digital Rights Management (DRM للحفاظ على ملكية المحتوى الصحفي ومنع الانتحال.

٤. المراجعة البشرية المدعومة بالذكاء الاصطناعي: الجمع بين قدرات الذكاء الاصطناعي في كشف التناقضات والأخطاء، والمراجعة البشرية التي تضيف البعد الأخلاقي والمهني لضمان دقة المحتوى.

٥. الشفافية والإفصاح: توضيح دور الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى سواء في التحرير أو الصياغة، لإبقاء الجمهور على اطلاع وحماية الثقة بين الصحفيين والمتلقين.

٦. المراقبة المستمرة والتحديث: تحديث البرمجيات والخوارزميات بانتظام لمواكبة التطورات التقنية ومحاربة محاولات التلاعب الجديدة التي قد تستغل ثغرات النظام.

اعتماد هذه الأساليب يعزز من مصداقية الصحافة الرقمية ويحد من المخاطر المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي.

### خامساً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في ظل الذكاء الاصطناعي:

لقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً رئيساً من منظومة الإعلام الحديث، وتتميز بالعديد من المزايا التي تجعلها مصدراً مهماً للمعلومات، وفيما يأتي أبرز الأسباب التي تجعلها ذات أهمية كبيرة:

١. سرعة الوصول إلى المعلومات: ويرتبط ذلك بالتحديث اللحظي وتوافر معلومات مباشرة وفورية عن الأحداث الجارية، والتفاعل المباشر الذي يتيح للمستخدمين الحصول على المعلومات من الأشخاص الموجودين في موقع الحدث بشكل مباشر.

٢. تنوع المصادر: فهي تضمن الوصول إلى مصادر متنوعة، ويمكن الوصول إلى آراء ووجهات نظر مختلفة من الأفراد، الإعلاميين، والمؤسسات، وتوفير المحتوى المحلي والعالمي، والتي تساعد في تغطية الأخبار المحلية التي قد لا تصل إليها وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى الأحداث العالمية.

٣. التفاعل والمشاركة: والتي تنطلق من النقاشات العامة والتي تتيح للمستخدمين التفاعل مع الأخبار والتعليق عليها، مما يثري الفهم من خلال وجهات نظر متعددة، و المشاركة في إنشاء الأخبار؛ أي أن كل فرد يمكن أن يكون مصدراً للمعلومات عبر نشر الأخبار أو الصور أو الفيديوهات على منصات الخاصة.

٤. الوصول إلى جمهور أوسع: توفر منصات التواصل الاجتماعي نطاقاً واسعاً للوصول إلى الملايين حول العالم بسرعة وسهولة، يمكن للمؤسسات الإعلامية والصحفيين استخدام هذه المنصات لنشر أخبارهم والوصول إلى جماهير جديدة.

٥. تعزيز الشفافية والمساءلة: إذ تكشف الأخطاء أو التحيز في الإعلام التقليدي، حيث يمكن للجمهور التحقق من صحة المعلومات أو انتقاد التغطية غير الدقيقة، وتعد الشفافية وسيلة لكشف الأحداث التي قد لا تغطيها وسائل الإعلام لأسباب سياسية أو اقتصادية.

٦. تخصيص المحتوى بناءً على الاهتمامات: ويعتمد ذلك على الخوارزميات الذكية التي تقدم للمستخدمين محتوى يتناسب مع اهتماماتهم واحتياجاتهم، مما يجعل متابعة الأخبار أكثر فعالية.

٧. توفير مصادر بديلة للمعلومات: ففي الدول التي تُقيد الإعلام التقليدي، تُعد مواقع التواصل الاجتماعي قناة أساسية لنشر الأخبار وكشف الحقائق.

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

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

٨. أداة للتحليل والرصد: ويستخدم الباحثون والصحفيون مواقع التواصل الاجتماعي لرصد توجهات الجمهور، وتحليل الأحداث، من خلال متابعة الكلمات المفتاحية والهاشتاغات الشائعة. فضلاً عن توفر بيانات دقيقة حول الموضوعات الرائجة (Trends).

ومن التحديات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي - رغم فوائدها - إلا أنها تواجه تحديات، مثل انتشار الأخبار المضللة، وصعوبة التحقق من المصادر، والخطر الناتج عن التحيز أو التلاعب بالمعلومات؛ لذلك، يُوصى بالتحقق من الأخبار والمعلومات المنشورة على هذه المنصات عبر مصادر موثوقة قبل الاعتماد عليها.

أما في ظل التطورات المتسارعة فقد أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دورًا محوريًا كمصدر سريع وواسع للمعلومات. يعزى ذلك إلى عدة أسباب تعزز من أهميتها، خاصة في ظل التطور المتسارع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، منها:

١. السرعة والانتشار الواسع: تمكن مواقع التواصل من نشر الأخبار والمعلومات بشكل فوري، مما يسمح بالوصول إلى جمهور واسع خلال ثوانٍ، ويتيح للذكاء الاصطناعي تحليل هذه البيانات بشكل سريع لاستخلاص الاتجاهات والأنماط.

٢. تنوع المصادر والأصوات: توفر منصات التواصل مجموعة متنوعة من المصادر، من أفراد ومؤسسات ووسائل إعلامية، مما يوسع نطاق المعلومات ويثريها، ويسمح للذكاء الاصطناعي بتصنيف وتصنيف المحتوى وفقاً لمصادقيته وأهميته.

٣. التفاعل والمشاركة: تعزز هذه المواقع التفاعل بين الجمهور والمحتوى، مما يوفر بيانات قيمة يمكن للذكاء الاصطناعي استخدامها لفهم اهتمامات الجمهور وتحليل ردود الفعل، وبالتالي تحسين استراتيجيات النشر.

٤. توفير معلومات من مصادر غير تقليدية: في بعض الحالات، توفر مواقع التواصل معلومات من أماكن وأحداث قد لا تغطيها وسائل الإعلام التقليدية، مما يعزز من دورها كمصدر معلومات بديل.

٥. دعم أدوات الذكاء الاصطناعي: يعتمد كثير من تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحليل البيانات التي تجمعها مواقع التواصل لفهم الاتجاهات العامة، وتوقع الأحداث، واكتشاف الأخبار الزائفة، مما يجعل هذه المواقع مركزاً حيوياً في منظومة الإعلام الذكي.

بذلك، تبرز مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر معلوماتي لا غنى عنه في عصر الذكاء الاصطناعي، مع ضرورة تعزيز آليات التحقق لضمان مصداقية المحتوى وموثوقيته.

سادساً: التطبيقات الاستراتيجية للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

شهدت غرف الأخبار تحولاً استراتيجياً كبيراً مع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث باتت هذه التقنيات أدوات أساسية لتحسين جودة وكفاءة العمليات الصحفية. تعتمد الاستراتيجيات الحديثة على الذكاء الاصطناعي في عدة محاور رئيسية، منها:

(١) أتمتة إنتاج المحتوى: يستخدم الذكاء الاصطناعي لتوليد تقارير وأخبار أوتوماتيكية خاصة في المجالات التي تعتمد على البيانات مثل الرياضة والمالية، مما يسرع عملية النشر ويوفر الوقت للصحفيين للتركيز على التحليل والتقارير المتعمقة.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

- ٢) **تحليل البيانات الضخمة:** تُمكن أدوات الذكاء الاصطناعي غرف الأخبار من تحليل كميات هائلة من البيانات في وقت قصير، للكشف عن الاتجاهات والمواضيع الرائجة، مما يساعد في تحديد أولويات التغطية الإعلامية بذكاء ودقة.
  - ٣) **التخصيص والتوزيع:** تساعد خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى وفقاً لتفضيلات الجمهور، مما يزيد من التفاعل ويعزز وصول الأخبار إلى شرائح مستهدفة بشكل أكثر فاعلية عبر المنصات الرقمية.
  - ٤) **الكشف عن الأخبار الزائفة:** تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في التعرف على الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة من خلال تحليل المصادر والتأكد من صحة البيانات قبل نشرها.
  - ٥) **دعم القرارات التحريرية:** توفر أنظمة الذكاء الاصطناعي رؤى ومؤشرات تساعد فرق التحرير في اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن موضوعات التغطية وأساليب العرض.
  - ٦) **تحسين تجربة المستخدم:** من خلال التفاعل الذكي، مثل روبوتات المحادثة والتوصيات الآلية، يتم تعزيز تجربة المتلقي وتوفير محتوى يتناسب مع اهتماماته وسلوكياته.
- تُعد هذه التطبيقات الاستراتيجية للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار علامة على التحول الرقمي المتسارع في الإعلام، وتعكس توجه المؤسسات الصحفية نحو تبني التكنولوجيا لتعزيز مصداقيتها وكفاءتها.

### ❖ النتائج

١. **تطور مفهوم الذكاء الاصطناعي** وأهميته المتزايدة في المجال الإعلامي، حيث أصبح أداة أساسية لتحليل البيانات وتخصيص المحتوى وصناعة الأخبار.
٢. **تبني أدوات الذكاء الاصطناعي** يعزز من كفاءة العمل الإعلامي من خلال تسريع عمليات الإنتاج، تحسين دقة المحتوى، وتسهيل التواصل مع الجمهور المستهدف.
٣. **وجود ضوابط مهنية وأخلاقية ضرورية** لتنظيم النشر الصحفي الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي لضمان مصداقية المحتوى وحماية الجمهور من المعلومات المضللة.
٤. **تطبيق أساليب حماية متقدمة** مثل التشفير، المراجعة البشرية، وحماية الملكية الفكرية أصبح أمراً لا غنى عنه في ظل الاستخدام الواسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
٥. **مواقع التواصل الاجتماعي** تؤدي دوراً حيوياً كمصدر معلوماتي، وتكامل الذكاء الاصطناعي مع هذه المنصات يتيح تحليلاً أعمق لاتجاهات الجمهور وجودة الأخبار المنتشرة.
٦. **استخدمت غرف الأخبار التطبيقات الاستراتيجية للذكاء الاصطناعي** في أتمتة التغطية الصحفية، للكشف عن الأخبار الزائفة، وتحسين تجربة المستخدم مما أدى إلى رفع جودة الإعلام الرقمي.

### ❖ الاستنتاجات

- ١) **الذكاء الاصطناعي** يشكل ثورة تقنية في الإعلام الصحفي، ويعيد تشكيل طرق إنتاج وتوزيع المحتوى الرقمي بفعالية عالية.
- ٢) **ضرورة تطوير** أطر تنظيمية واضحة لضبط استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، تأخذ بعين الاعتبار الجوانب المهنية والأخلاقية والقانونية.

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

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

٣) تكامل الذكاء الاصطناعي مع مواقع التواصل الاجتماعي يمثل فرصة كبيرة لتعزيز مصادر المعلومات وتطوير أدوات التحليل والرصد الإعلامي.

٤) تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار لا يهدف فقط إلى السرعة، بل أيضاً إلى رفع جودة المحتوى ودقته وتقليل الأخطاء.

٥) يجب التركيز على تدريب العاملين في المجال الإعلامي على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول وفعال.

### ❖ التوصيات

١- ضرورة وضع إطار قانوني وأخلاقي واضح ينظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، يشمل الشفافية، المسؤولية، ومكافحة الأخبار الزائفة.

٢- تشجيع المؤسسات الإعلامية على تطوير مهارات العاملين في مجال استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، من خلال ورش تدريبية ودورات متخصصة.

٣- تعزيز التعاون بين الجهات التقنية والإعلامية لتطوير أدوات ذكاء اصطناعي مخصصة تلبي احتياجات الإعلام الرقمي العربي.

٤- تبني نظم حماية قوية تشمل التشفير والمراجعة البشرية لضمان سلامة المحتوى وصحته قبل النشر.

٥- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في مراقبة وتحليل محتوى مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين جودة الأخبار وتقليل انتشار المعلومات المضللة.

٦- تشجيع البحث العلمي المستمر حول تأثيرات الذكاء الاصطناعي في الإعلام وكيفية تطوير ممارسات مهنية متكاملة تتلاءم مع التطورات التقنية.

٧- دعم عمليات تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية لتحسين المحتوى ولتحسين المهارات والكفاءة، ولتوفير الوقت مع مراعاة القيم والاسس الاخلاقية والمهنية في عملية التبني.

٨- على رؤساء التحرير تشجيع الصحفيين على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي واقامة الورش التدريبية الخاصة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، لما له من اضافة على المحتوى الصحفي.

٩- تحسين البنية التحتية التقنية الخاصة بالذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

١٠- التنبيه على عدم الاعتماد الكلي على تطبيقات الذكاء الاصطناعي فهي يمكنها ان تكون "فخ" فهي محتوى قد تم اعادة انتاجه، فنحن اليوم بأمس الحاجة الى " الريادة الفكرية".

### ❖ المصادر

١) أحمد شحاته، الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الصحافة المتخصصة الرقمية: رؤية تحليلية نقدية"، المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام – المجلد ٢، العدد ٣ (يناير ٢٠٢٥)، الصفحات ٢٦٩-٣٣٧.

## الأستاذ الدكتور محسن عبود كشكول

(٢) حامدي ياسين، صحافة الذكاء الاصطناعي وآليات مواجهة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، مجلة المعيار، كلية أصول الدين بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية في قسنطينة بالجزائر، العدد (٣) المجلد (٢٩) في ١ حزيران ٢٠٢٥م، الصفحات ٣٢٢-٣٣٣.

(٣) راشد صلاح أبو رميه، دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي (دراسة ميدانية)، بحث منشور في مجلة الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، في جامعة ٦ أكتوبر، كلية الإعلام وفنون الاتصال، المجلد ٢٠٢٤ والعدد الأول في تموز ٢٠٢٤م.

(٤) محمد عبد الحميد أحمد عبد الحميد، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (المعهد الدولي العالي للإعلام - الشروق)، المجلد ٢١، العدد ٢١ (سبتمبر ٢٠٢٢)، الصفحات ١-١٢٤.

(٥) مرتضى حسن علي الشمري، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين، -، بحث منشور في مجلة كلية التربية في جامعة واسط، قسم الإعلام، المجلد التاسع و الخمسون الجزء الثاني ٢٠٢٥م.

6) Diakopoulos, N. (2019). Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media. Harvard University Press .

7) Jeong, A., & Park, S. (2023). AI-based Monitoring and Evaluation in Media Campaigns. Journal of Digital Media Strategies, 11(2), 486 .

8) Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Pearson Education .

9) Third Hemisphere (2024). AI and the Future of Public Relations .

10) Thumos. (2024). Best AI Tools for PR Professionals in 2024: The Definitive Guide. Retrieved from <https://thumos.io> .

11) Westlund, O., & Lewis, S. C. (2021). Artificial Intelligence and the News: Journalism in the Age of Automation and Augmented Reality. Digital Journalism, 9(3), 307-327 .