

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)

انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في

التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال: دراسة ميدانية

The Impact of Using Artificial Intelligence Applications in Journalistic Editing on Communicators' Skills: A Field Study

أ.م.د. زهراء حسين جبار الحداد

Assistant Professor Zahraa Hussein Jabbar Al-Haddad

art.zahraa.hussain@uobabylon.edu.iq

جامعة بابل / كلية الآداب / قسم الإعلام

University of Babylon / College of Arts / Department of Media

مستخلص

يهدف البحث إلى التعرف على انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال ، والكشف عن أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها في التحرير الصحفي، فضلاً عن معرفة المهام التي تقدمها هذه التطبيقات للمبحوثين في التحرير الصحفي.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي استخدمت فيه الباحثة المنهج المسحي الميداني ، واستخدمت الباحثة أداة الاستبانة لمعرفة انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال ، كما استخدمت أسلوب الحصر الشامل للقائم بالاتصال في أقسام الإعلام التابعة للعتبتين الحسينية والعباسية والبالغ عددهم (١٢٤) مبحوث، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج إذ تُشير أبرز النتائج إلى أن المبحوثين يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بشكل دائم وبنسبة (٤٩.٥ %) ، وتبين نتائج مهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تساعد القائم بالاتصال في إنجازها بعملية التحرير الصحفي؛ أن (التدقيق اللغوي والاملائي) جاء في المرتبة الأولى وبنسبة (٣٢ %) ، تلتها (اقتراح عناوين وموضوعات) في المرتبة الثانية وبنسبة (٢٠.٢%)، وأخيراً (الكشف عن الأخبار الزائفة) في المرتبة السادسة وبنسبة (٩.٤ %)، فيما تبين نتائج البحث أن المهارات التي ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي تطويرها لدى القائم بالاتصال في التحرير الصحفي بأن (مهارة سرعة إنجاز المهام) جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة (٢٠ %) ، تلتها (مهارة الدقة اللغوية) ثم (مهارة تحسين جودة المحتوى).

Abstract

The research aims to identify the impact of using artificial intelligence applications in journalistic editing on communicators' skills, reveal the most prominent artificial intelligence applications used in journalistic editing, and identify the tasks these applications provide to respondents in journalistic editing.

This research is a descriptive study in which the researcher used a field survey method. The researcher used a questionnaire to determine the impact of using artificial intelligence applications in journalistic editing on communicators' skills. She also used a comprehensive survey method for communicators in the media departments of the Imam Hussein and Abbasid shrines, totaling (124) respondents. The research reached a set of results. The most prominent results indicate that the respondents use artificial intelligence applications in journalistic editing on a regular basis, at a rate of (49.5%). The results also show the tasks of artificial intelligence applications that assist communicators in completing the journalistic editing process. (Linguistic and spelling proofreading) came in first place with a percentage of (32%), followed by (suggesting titles and topics) in second place with a percentage of (20.2%), and finally (detecting fake news) in sixth place with a percentage of (9.4%), while the research results showed that the skills that artificial intelligence technologies helped develop in the communicator in journalistic editing were (the skill of speed of completing tasks) came in first place with a percentage of (20%), followed by (the skill of linguistic accuracy) and then (the skill of improving the quality of content).

Keywords: Artificial intelligence Applications, Journalism editing, communicator

المقدمة

يشهد التحرير الصحفي تحولات كبيرة نتيجة التسارع الكبير في التطورات التكنولوجية والمتمثلة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجالات الحياة المختلفة بما فيها الصحافة ، إذ تسهم هذه التطبيقات في تحسين الكفاءة وجودة المحتوى ، لذا يتناول البحث الموسوم (انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال.. دراسة ميدانية) دراسة الانعكاسات التي تترتب على استخدام هذه التطبيقات على مهارات القائم بالاتصال ، وتضمن البحث مقدمة وثلاثة مباحث يتضمن المبحث الأول منه منهجية البحث والتي تشمل مشكلة البحث ، أهميته ، اهدافه ، ونوع البحث ومنهجه ، ومجتمع البحث ، ومجالاته ، وادوات البحث ،

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)

والصدق والثبات ، ومصطلحات البحث ، والدراسات السابقة) ، أما المبحث الثاني توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ، ويتضمن مفهوم الذكاء الاصطناعي ، وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ، وانعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحافة، أما المبحث الثالث فيتضمن نتائج استمارة الاستبانة وتفسيرها ، كما توصل البحث إلى استنتاجات متعددة وتوصيات.

المبحث الأول : منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس : ما انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال ؟ وتنتزع منه التساؤلات الآتية

١. ما أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها القائم بالاتصال في التحرير الصحفي ؟
٢. ما مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ؟
٣. ما المهام التي تقدمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي للقائم بالاتصال في التحرير الصحفي ؟
٤. ما المهارات القائم بالاتصال التي ساهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطويرها ؟
٥. ما التحديات التي تواجه القائم بالاتصال عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ؟

ثانياً : أهمية البحث

الأهمية العلمية: يقدم البحث اطاراً نظرياً عن الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المستخدمة في التحرير الصحفي والمهارات التي يقدمها للقائم بالاتصال ، لذا يسهم في اثراء الأدبيات العلمية بمصدر جديد.

الأهمية التطبيقية: يكشف البحث عن مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إعلام العتبتين الحسينية والعباسية مع تحليل علاقتها بطبيعة عمل هذه المؤسسات ومستوى خبرة العاملين فيها بتطبيقات الذكاء الاصطناعي. كما يسلط البحث الضوء على انعكاسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال من حيث الكفاءة أو التحديات المرتبطة بإحلال هذه التطبيقات بدلاً عن العنصر البشري. ويساعد البحث في استشراف مستقبل التحرير الصحفي وتحديد مهارات القائم بالاتصال المرتبطة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. كما يقدم البحث توصيات يمكن أن تستخدم في تطوير عمل القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية مما يدعم كفاءة الصحفيين ويعزز من قدرتهم على مواكبة التحولات التقنية.

الأستاذ المساعد الدكتور زهراء حسين جبار الحداد

الأهمية للمؤسسات: إذ يقدم البحث تقييم لمستوى جاهزية إعلام العتبتين الحسينية والعباسية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي. كما يقدم البحث رؤى حول كيفية تعزيز مهارات القائم بالاتصال في العتبتين الحسينية والعباسية بما يتناسب مع التطورات التكنولوجية المتسارعة.

ثالثاً : أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث في الهدف الرئيس : التعرف على انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال ، وتتفرع منه الاهداف الآتية :

١. الكشف عن أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها القائم بالاتصال في التحرير الصحفي.
٢. معرفة مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.
٣. التعرف على المهام التي تقدمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي للقائم بالاتصال في التحرير الصحفي.
٤. الكشف عن مهارات القائم بالاتصال التي ساهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطويرها.
٥. الوقوف على التحديات التي تواجه القائم بالاتصال عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

رابعاً : نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظواهر العلمية وما يحيط بها من ظروف في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي اليه ، كما استخدمت الباحثة المنهج المسحي الميداني ، إذ يعد من أبرز المناهج الإعلامية للحصول على البيانات والمعلومات العلمية.

خامساً : مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث الكبير بالقائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية ، ويتمثل مجتمع البحث بالقائم بالاتصال في إعلام العتبتين الحسينية والعباسية في كربلاء والبالغ عددهم (١٢٤) موزعين بـ (٧٠) مبحوث في إعلام العتبة الحسينية المقدسة و (٥٤) مبحوث في العتبة العباسية المقدسة ، مقسمين إلى (رئيس تحرير ، مدير تحرير ، سكرتير تحرير ، محرر ، مراسل) واستخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل للقائم بالاتصال كأسلوب للمعاينة لتحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته.

سادساً : مجالات البحث

أ. **المجال الموضوعي :** يتمثل المجال الموضوعي في انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال والتعرف على أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي استخدمها القائم بالاتصال في التحرير الصحفي بإقسام إعلام العتبتين الحسينية والعباسية.

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

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

ب. **المجال الزمني** : يتمثل المجال الزمني في المدة (٢٠١٥/٢/١ ولغاية (٢٠٢٥/٣/١) وهي المدة المتمثلة بإجراءات عمل استمارة الاستبانة الخاصة بالبحث وتوزيعها على المبحوثين القائم بالاتصال في إعلام العتبتين الحسينية والعباسية ، ومن ثم إعادة جمع النتائج.

ت. **المجال المكاني** : يتمثل المجال المكاني بإقسام الإعلام التابعة للعتبتين الحسينية والعباسية في محافظة كربلاء، اختارت الباحثة أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية لمتابعتها المستمرة لما تنشره هذه الأقسام من محتويات عبر وسائل الإعلام المختلفة التابعة لها وملاحظتها استخدام القائم للاتصال فيها إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مضامينها.

ث. **المجال البشري** : يتمثل المجال البشري بالأفراد الذين قامت الباحثة بتوزيع استمارة الاستبانة عليهم ويتمثل بالقائم بالاتصال في أقسام الإعلام التابعة للعتبتين الحسينية والعباسية ، إذ بلغ عددهم (١٢٤) مبحوث (رئيس تحرير ، سكرتير تحرير ، مدير تحرير ، محرر ، مراسل).

سابعاً : أدوات البحث

صحيحة الاستبانة : صممت هذه الاداة لمعرفة انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال بطريقة علمية ومنهجية لتحقيق أهداف البحث ، إذ قامت الباحثة بتوظيف هذه الاداة للحصول على البيانات التي تعبر عن اراء المبحوثين القائم بالاتصال في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية بشأن مدى انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهاراتهم ، إذ قسمت الاستبانة إلى ثلاثة محاور (المحور الأول : البيانات الديمغرافية ، المحور الثاني استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ، المحور الثالث انعكاس استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مهارات القائم بالاتصال في التحرير الصحفي).

ثامناً : الصدق والثبات

الصدق : تم إجراء قياس الصدق لأداة الاستبانة عن طريق صدق التحكيم ، فقد تم عرضها على مجموعة من الخبراء من أساتذة الإعلام لمعرفة مدى صلاحيتها لقياس أهداف البحث ، وبلغت نسبة اتفاقهم على الاستبانة ٩٦% ، وتم إجراء التعديلات عليها في ضوء ما أشار إليها المحكمون.

الثبات : تم إعادة الاختبار على (١٠%) من حجم العينة الأصلي وجرى استخدام ثبات الإجابات بالمرتين ومن خلال المعادلة التالية : نسبة الثبات = عدد الإجابات المطابقة / مجموع الاسئلة ، وقد جاءت نسبة الثبات مرتفعة ٩٢% مما يدل ثبات الاداة.

١. تطبيقات الذكاء الاصطناعي : هي مجموعة من التقنيات والانظمة والخوارزميات البسيطة والمعقدة التي تقوم بمهام معينة مثل التعلم والتحليل والتنبؤ ، وقادرة على أداء المهام التي تتطلب ذكاءً بشرياً.

٢. القائم بالاتصال : هو الشخص أو الجهة المسؤولة عن إيصال رسالة إعلامية محددة إلى الجمهور سواء أكان جمهور محلي أو دولي ، ويقوم القائم بالاتصال بمهام تتمثل في إنتاج المحتوى الإعلامي ونقل الحقائق وإدارة وتنظيم العمل الإعلامي.

٣. التحرير الصحفي : هو عملية معالجة النصوص والمعلومات التي يتم جمعها من مصادر مختلفة وتحويلها إلى مواد صحفية قابلة للنشر.

٤. المهارات : هي مجموعة من القدرات التي تمكن القائم بالاتصال من جمع الأخبار والتحقق منها وتحليلها وكتابتها ونشرها بكفاءة عالية.

عاشرأ :الدراسات السابقة

١- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين (الشمري ، ٢٠٢٤).

يهدف البحث إلى التعرف على توظيف اساليب الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وانعكاسه على الممارسة الاحترافية للصحفيين العراقيين ، واستكشاف اهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي ومعرفة تقييم المبحوثين لمدى فعالية توظيف اساليب الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي ، فضلاً عن رصد الجوانب الإيجابية والسلبية عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي ، واعتمد الباحث المنهج المسحي الميداني باستخدام استمارة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة قوامها (١٢٠) مبحوث من القائمين بالاتصال في العراق وتوصل البحث إلى نتائج ابرزها :

١. اظهرت النتائج أن توظيف الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي له اهمية كبيرة فقد بلغت نسبتها ٦٠%.

٢. ان تقنية إدارة المضمون الصحفي من أبرز التقنيات التي تم توظيفها في الصحافة وهذا ما اتفق عليه ٧٨.٣% من المبحوثين.

٣. اشارت نتائج البحث إلى أن أهم الآثار السلبية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي جمود المضمون الصحفي وغياب الروح الإنسانية حيث بلغت ٢١.٢%.

٢. فاعلية استخدام القائمين بالاتصال لتطبيق ذكاء اصطناعي متخصص في الصحافة وانعكاسه على الاداء الصحفي.. دراسة استكشافية شبه تجريبية (عبد قطب ، ٢٠٢٤).

يسعى البحث إلى التعرف على فاعلية استخدام تطبيق ذكاء اصطناعي متخصص في الصحافة من قبل القائمين بالاتصال بالتطبيق على الصحفي الذكي ، والوقوف على مجالات استخدام هذا التطبيق وتأثيره على الانتاج الصحفي وعلى تيسير مهام العمل الصحفي وفي مرحلة جمع المعلومات عن

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)

الفكرة أو مرحلة التحرير أو الترجمة أو إعادة الصياغة والتدقيق اللغوي ، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي استخدمت فيه الباحثة المنهج شبه التجريبي باستخدام أدوات وهي الملاحظة والاستبانة والمقابلة المعمقة التي تم توزيعها على مجتمع البحث المتمثل في القائمين بالاتصال المنتمين إلى خمس دول عربية وهي مصر واليمن والامارات العربية المتحدة ولبنان وسوريا بطريقة العينة العمدية ، وتوصل البحث إلى نتائج متعددة ابرزها :

١. يدعم تطبيق الصحفي الذكي التكامل مع برامج تحرير النصوص الشهيرة مثل (Microsoft word و Google Docs)
٢. يدعم التطبيق لغات متعددة لتلبية احتياجات الصحفيين من مختلف الثقافات والخلفيات.
٣. يتكامل التطبيق مع منصات النشر المختلفة مثل (windows و macos و ios و Android)، مما يسمح للصحفيين باستخدامه على اجهزتهم المفضلة.
٣. اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية (اسماعيل ، ٢٠٢٢).

يهدف البحث إلى الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بمواقع الصحف المصرية - فضلاً عن التعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الالكترونية ومعرفة التأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام هذه التطبيقات في مواقع الصحف ، ورصد التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الالكترونية المصرية في استخدام المواقع الالكترونية ، ويعد البحث من البحوث الوصفية التي استخدم الباحث فيها المنهج المسحي الميداني والمقارنة المنهجية باستخدام اداة الاستبانة التي تكونت من محاور ترجمت أهداف البحث ، وزعت على عينة قوامها (٦٦) مبحوث من الصحفي العاملين بمواقع المصري اليوم وموقع مصر اوي وموقع القاهرة وتوصل الباحث إلى نتائج متعددة ابرزها :

١. تشير النتائج إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى في الصحف والمواقع الالكترونية وبذلك يقوم بتطوير مهارات الصحفيين.
 ٢. تبين النتائج إلى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الالكترونية المصرية من الناحية التنظيمية والمؤسسية هي إغفال بعض المواقع لاستخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي والثبات على الأدوار التقليدية.
 ٣. تبين النتائج إلى أن أهم البدائل التي يجب على الصحف والمواقع الالكترونية المستخدمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الوقت الراهن تعاني من ازمة في المضمون مثل ضعف المصداقية نتيجة السياسة التحريرية لكل موقع.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري للبحث بالمعلومات فضلاً عن تصميم استمارة الاستبانة لتتوافق مع أهداف البحث والاجابة عن تساؤلاته.

الأستاذ المساعد الدكتور زهراء حسين جبار الحداد

ويختلف البحث عن الدراسات السابقة في أنه يدرس موضوع جديد يتمثل في معرفة انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال ، والمتمثل في العاملين بأقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية.

المبحث الثاني : توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

اولاً : مفهوم الذكاء الاصطناعي

أن الهدف الأساس من الذكاء الاصطناعي هو تمكين أجهزة الكمبيوتر من تنفيذ المهام التي يستطيع العقل تنفيذها ، وعادة ما يطلق على بعض تلك المهام (مثل التفكير) صفة الذكاء (بودين، ٢٠١٧، صفحة ٩) ، وهو سلوك وخصائص معينة تتسم بها البرامج الحاسوبية تجعلها تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها ، ومن أهم هذه الخصائص القدرة على التعلم والاستنتاج ورد الفعل على أوضاع لم تبرمج في الآلة (عفيفي، ٢٠١٥، صفحة ٢١).

ويعني الذكاء الاصطناعي أشياء مختلفة لأناس مختلفين، ولكن البعض يعتقد أن الذكاء الاصطناعي مرادف لأي شكل من اشكال الذكاء ، ويؤكدون على أنه ليس من المهم أن يتم التوصل إلى هذا السلوك الذكي عبر نفس الآليات التي يعتمد عليها البشر (موسى وبلال، ٢٠١٩، صفحة ١٦) ، وعليه يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه " قدرة برامج الحاسبات الآلية على القيام بمهام معينة تحاكي القدرات الذهنية البشرية وأنماط عملها ، ومن أهم تلك الخواص ، القدرة على التعلم والاستنتاج وقرته على التفكير والاستنتاج المنطقي ، والاستدلال لمعالجة البيانات الضخمة ونمذجة الفكر والسلوك ، واتخاذ القرارات على أساس فهم اللغة المنطوقة ، وإنجاز أعمال متطورة والبحث عن حلول لمشكلات معينة وتوصيفها أو التنبؤ بها" (السوقي ، ٢٠٢٣، صفحة ١١).

كما يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه " قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على القيام بمهام معينة تحاكي وتشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية ، كالقدرة على التفكير ، أو التعلم من التجارب السابقة أو غيرها من العمليات الأخرى التي تتطلب عمليات ذهنية معينة ، كما يهدف الذكاء الاصطناعي إلى الوصول إلى أنظمة تتمتع بالذكاء وتتصرف على النحو الذي يتصرف به البشر من حيث التعلم والفهم ، بحيث تقدم تلك الأنظمة لمستخدميها خدمات مختلفة من التعليم والإرشاد والتفاعل وما إلى ذلك " (حنا، ٢٠٢٠، صفحة ٤١).

ثانياً : توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي

شكل الذكاء الاصطناعي تغييرات مهمة بمهنة الصحافة نتيجة تزايد الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومنها الروبوتات الذكية التي تقوم بتحرير المحتوى والتدقيق اللغوي والترجمة والتعامل مع البيانات الضخمة بدقة وسرعة اكبر من البشر وبمستوى انتاج ضخم يفوق مستويات انتاج المحتوى التقليدي خلال وقت وجيز لا يتعدى ثوان قليلة (ربيع و عبد الحكيم ، ٢٠٢٣، صفحة ١١).

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)

وتساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي الصحفيين على سرد انواع جديدة من القصص التي كانت في السابق غير عملية مكن حيث الموارد أو بعيدة المنال تقنياً ، وأثار استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي مخاوف الصحفيين والمؤسسات الإعلامية من الذكاء الاصطناعي الذي قد يؤثر على بيئة العمل الصحفي وعلى مهنة الصحافة ، فهي تطبيقات متطورة للتكنولوجيا لديها القدرة على التعلم وتحسين نفسه وتحديد الصور وقراءة النصوص وفهمها أو سماع وفهم الأصوات ، لذلك استخدمته كبريات المؤسسات الإعلامية ، إذ أثار توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على تفاؤلاً كبيراً بمستقبل واعد للصحافة (الدبيسي ، ٢٠٢٣ ، صفحة ٧٣).

وتوظف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي كما يأتي (حسني و جمعة ، ٢٠٢٤ ، صفحة ١٤٧ – ١٤٨):

١. استخدام الروبوتات في عملية التحرير الصحفي من خلال تطوير تقنيات التعرف على الصور وتركيب الكلام والتعلم.
٢. توظيف صحافة البيانات في صناعة المحتوى الصحفي: مثل إعادة تحويل النصوص إلى أشكال مختلفة بشكل يساهم في الإثراء للمعلومات المستخدمة فضلاً عن قدرتها على التعامل مع الكم الهائل من البيانات والمعلومات وإعادة تحليلها.
٣. توفر التقنية الترجمة الآلية لمختلف اللغات وتوضح على سبيل المثال في اعتماد محرك جوجل على تقنية الترجمة الإحصائية والترجمة الفورية من خلال الاستفادة من ملايين النصوص المخزونة والمترجمة على أيدي متخصصين في مجال الترجمة وبشكل محترف، فضلاً عن أن الهواتف الذكية توفر خاصية الترجمة البصرية بواسطة تطبيق (Google translate).
٤. استعمال تقنية الدردشة الآلية للرد على آراء الجمهور وتعليقاتهم ويتم توظيفها في التفاعل مع الجمهور أو التسويق من خلال خدمة الزبائن المتوفرة طوال ساعة في المتجر الإلكتروني بدون تدخل البشر.
٥. تقنيات الكشف عن المحتويات الزائفة للتأكد من مصادر المعلومات والبيانات.
٦. استخدام تقنيات متعددة للمساعدة في عمليات التحرير كالتصحيح التلقائي الإملائي أو اللغوي أو الأسلوبي تقنياً، وبرامج تفريغ المعلومات بصورة أوتوماتيكية واستخدام تقنيات متطورة في تصوير الأحداث اليومية فضلاً عن خاصية التتبع الأوتوماتيكي للأخبار العاجلة وتوفير تقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد.

ثالثاً : انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحافة

أن الطريقة التي يعرض بها الصحفيون المعلومات قد تغيرت بشكل كبير في ظل وجود تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، كما أن ذلك أثر على الجمهور ، ويبرز هذا التغير العلاقة المتطورة بين القصة الصحفية والقارئ، وهي علاقة يصعب تماماً استبدالها بالكامل بالذكاء الاصطناعي على الرغم من

الأستاذ المساعد الدكتور زهراء حسين جبار الحداد

أن الذكاء الاصطناعي قد يستطيع إنتاج نصوص قد تبدو وكأنها كتبت بواسطة إنسان، إلا أن التفاعل البشري هو العامل الحاسم فهناك تفاصيل معقدة وسياقات إنسانية يُمكن أن تلتقط فقط من خلال التواصل البشري، إلا أن الذكاء الاصطناعي سيسهم في تعزيز كفاءة الصحفيين، وتحسين كتابة المقالات وتسهيل الوصول إليها، ولكنه لن يكون الأداة الوحيدة لإنشاء المحتوى الصحفي بل سيظل العنصر البشري هو الأساس في صياغة القصص الصحفية التي تؤثر في المجتمع ، ويمكن للصحفيين أن يمارسوا مهنتهم باستخدام نموذج يجمع بين التكنولوجيا والبحث لتحقيق نتائج أفضل ، أي سيكون الصحفي أكثر ذكاءً بفضل الذكاء الاصطناعي وسيكون قادراً على استخدام الأدوات الموجودة بالفعل لتحليل الأنماط واستخراج المعلومات (عباس ، ٢٠٢٤ ، صفحة ٦٩ – ٧٠)، كما أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي سوف تنوع قدرة القائم بالاتصال في الوصول للمحتوى والمعلومات وسوف تتضاعف آلاف المرات ، حيث لا قيود بين الدول ولا قوانين تحكم تداول المعلومات من مصادرها الأساسية بصورة مباشرة ، إذ سيكون للمؤسسات الإعلامية جيش من الروبوت الذي يحل كافة التفاصيل والبيانات وجيش من الصحفيين القادرين على توجيه تلك الآلات للأماكن الصحيحة في الوقت الصحيح والحصول على البيانات والمعلومات الضخمة من عدة مصادر لإنتاج رسائل إعلامية أكثر دقة وأكثر سرعة في الوصول إلى المتلقي ففي صحافة الذكاء الاصطناعي الصحفي لا يصنع رسالة فقط بل يصنع أدوات جديدة تسهم في خلق محتوى تلقائياً (الدسوقي ، ٢٠٢٢ ، صفحة ٣٩).

وتؤثر التقنيات المبتكرة على العمل الصحفي بشكل يعكس تغييراً هاماً في كيفية تنفيذ المهام، وتفاعل الصحفيين مع الأخبار والمعلومات ، وهناك ثلاثة أنماط رئيسة يمكن أن يتبعها الصحفيون، لتكييف عملهم مع هذه التحولات وهي (غازي ، ٢٠٢٤ ، صفحة ١١ – ١٢):

النمط الأول : استخدام أدوات التحرير الذكية يمكن للصحفيين الاستفادة من أدوات التحرير المعززة بالذكاء الاصطناعي لتحسين عملية كتابة وتحرير المقالات تلك الأدوات قادرة على اقتراح تحسينات في الأسلوب واللغة، وتحليل هيكل المقالة لضمان التنظيم الجيد، وحتى التحقق من دقة المعلومات المقدمة.

النمط الثاني: رصد الأخبار والبيانات بشكل آلي: يمكن للصحفيين برمجة أدوات لجمع البيانات والأخبار من مصادر مختلفة تلقائياً، يساعد على توليد تقارير أسرع وأكثر شمولية، دون الحاجة إلى القيام بعملية البحث اليدوي المكررة.

النمط الثالث : التحقق من مصداقية المعلومات المولدة آلياً مع زيادة استخدام تقنيات توليد المحتوى الآلي يصبح من الأهمية بمكان التحقق من صحة المعلومات، التي يتم تضمينها في المقالات ويمكن للصحفيين تطوير أدوات تستند إلى الذكاء الاصطناعي، للتحقق من المصادر والبيانات، وضمان نوعية وموثوقية المحتوى.

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

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

المبحث الثالث : نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

يقدم هذا المبحث النتائج التي تم جمعها من القائم بالاتصال في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية وفقاً لاستمارة الاستبانة التي نظمتها الباحثة لتحقيق أهداف البحث والمتمثلة بمعرفة انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي على مهارات القائم بالاتصال ، وتمثلت النتائج بالاتي :

أولاً : البيانات الديموغرافية

جدول (١) يبين الجنس للمبحوثين.

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	ذكر	٩٤	٨٧.٨%	الأولى
٢.	انثى	١٣	١٢%	الثانية
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

تبين نتائج الجدول أعلاه أن فئة (ذكر) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٩٤) تكرار وبنسبة (٨٧.٨%) ، تلتها فئة (انثى) بواقع (١٣) تكرار وبنسبة (١٢%) ، وهذه نتيجة طبيعية بسبب أن إعداد العاملين الذكور في أقسام إعلام العتبتين الحسينية والعباسية أكثر من إعداد الإناث.

جدول (٢) يبين العمر للمبحوثين.

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	٢٥ - ٣٤ سنة	٦٤	٥٩.٨%	الأولى
٢.	٣٥ - ٤٤ سنة	١٩	١٧.٧%	الثانية
٣.	٤٥ فأكثر	١٣	١٢%	الثالثة
٤.	أقل من ٢٥ سنة	١١	١٠%	الرابعة
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

تشير نتائج الجدول أعلاه أن الفئات العمرية من (٢٥ - ٣٤ سنة) حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٦٤) تكرار وبنسبة (٥٩.٨%) ، تلتها الفئات العمرية من (٣٥ - ٤٤ سنة) بواقع (١٩) تكرار وبنسبة (١٧.٧%) ، في حين حصلت الفئات العمرية (٤٥ فأكثر) على المرتبة الثالثة بواقع (١٣) تكرار وبنسبة (١٢%) ، وأخيراً جاءت الفئات العمرية (أقل من ٢٥) في المرتبة الرابعة بواقع (١١) تكرار وبنسبة (١٠%) ، وتبين النتائج أعلاه أن فئة الشباب هم من أكثر الفئات العمرية في أقسام الإعلام في العتبتين الحسينية والعباسية لما لمجال الإعلام من حيوية في العمل ويتطلب منهم مهارات ونشاطات رقمية قد لا تتوفر في أعمار كبيرة.

جدول (٣) يبين المستوى التعليمي للمبحوثين

ت	المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	دبلوم أو بكالوريوس	٧٢	٦٧%	الأولى
٢.	ماجستير	١٧	١٥.٨%	الثانية
٣.	اعدادية و اقل	١١	١٠%	الثالثة
٤.	دكتوراه	٧	٦.٥%	الرابعة
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

تبين نتائج الجدول أعلاه الخاصة بالمستوى التعليمي للمبحوثين أن فئة (دبلوم أو بكالوريوس) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٧٢) تكرار وبنسبة (٦٧%) ، تلتها فئة (ماجستير) بواقع (١٧) تكرار وبنسبة (١٥.٨%) ، في حين حصلت فئة (اعدادية و اقل) على المرتبة الثالثة بواقع (١١) تكرار وبنسبة (١٠%) ، أما فئة (دكتوراه) فحصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٧) تكرار وبنسبة (٦.٥%) ، ويتضح من ذلك تنوع المستوى التعليمي للعاملين في أقسام إعلام العتبتين الحسينية والعباسية مما يشير إلى حرص أقسام الإعلام على استقطاب الخبرات المتنوعة في مجال الإعلام.

جدول (٤) يبين العنوان الوظيفي للمبحوثين.

ت	العنوان الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	محرر	٥٢	٤٨.٥%	الأولى
٢.	مراسل	١٦	١٤.٩%	الثانية
٣.	رئيس تحرير	١٥	١٤%	الثالثة
٤.	مدير تحرير	١٢	١١%	الرابعة
٥.	سكرتير تحرير	١٢	١١%	الرابعة
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

تشير نتائج العنوان الوظيفي للمبحوثين أن المحرر جاء في المرتبة الأولى بواقع (٥٢) تكرار وبنسبة (٤٨.٥%) ، أما المراسل جاء بالمرتبة الثانية بواقع (١٦) تكرار وبنسبة (١٤.٩%) في حين حصل رئيس التحرير على المرتبة الثالثة بواقع (١٥) تكرار وبنسبة (١٤%) ، تلاه مدير التحرير وسكرتير التحرير في المرتبة الرابعة بواقع (١٢) تكرار وبنسبة (١١%) ، تبين النتائج أعلاه أن فئة المحرر تفوق عدد العاملين في أقسام الإعلام في العتبتين الحسينية والعباسية بسبب وجود غرف تحرير متعددة في أقسام الإعلام بالعتبتين.

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 (٥) يبين الخبرة في مجال الإعلام للمبحوثين

ت	الخبرة في مجال الإعلام	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	أكثر من ٥ سنوات	٨٥	٧٩.٤%	الأولى
٢.	أقل من ٥ سنوات	٢٢	٢٠.٥%	الثانية
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

تبين نتائج الجدول أعلاه خبرة المبحوثين في مجال الإعلام ، إذ تبين أن خبرة المبحوثين في مجال الإعلام لأكثر من ٥ سنوات جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٨٥%) وبنسبة (٧٩.٤%) ، تلتها أقل من ٥ سنوات في المرتبة الثانية بواقع (٢٢) تكرار وبنسبة (٢٠.٥%) ، تشير النتائج أعلاه أن أغلب العاملين في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية لديهم خبرة في مجال الإعلام أكثر من خمس سنوات ويعود السبب في ذلك أن أقسام الإعلام في العتبتين الحسينية والعباسية تقوم بوضع شرط الخبرة في إعلانات التعيين في الإعلام وبالتالي فإن أغلب العاملين في هذه الأقسام هم من ذوي الخبرة لأكثر من خمس سنوات .

جدول (٦) يبين الخبرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمبحوثين.

ت	الخبرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	أقل من ٣ سنوات	٩٨	٩١.٥%	الأولى
٢.	أكثر من ٣ سنوات	٩	٨.٤%	الثانية
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

من الجدول أعلاه تبين أن خبرة المبحوثين في مجال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أقل من ٣ سنوات جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٩٨) تكرار وبنسبة (٩١.٥%) ، تلتها خبرة أكثر من ٣ سنوات في المرتبة الثانية بواقع (٩) تكرار وبنسبة (٨.٤%) ، وهذه نتيجة طبيعية كون أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام بالعراق جديدة ولم يمر عليها إلا سنوات بسيطة.

جدول (٧) يبين مكان العمل للمبحوثين.

ت	مكان العمل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
٣.	الإعلام في العتبة الحسينية	٦١	٥٧%	الأولى
٤.	الإعلام في العتبة العباسية	٤٦	٤٢.٩%	الثانية
	المجموع	١٠٧	١٠٠%	

الأستاذ المساعد الدكتور زهراء حسين جبار الحداد

تشير نتائج مكان العمل إلى حصول أقسام الإعلام في العتبة الحسينية على المرتبة الأولى بواقع (٦١) تكرار وبنسبة (٥٧%) ، تلاه قسم الإعلام في العتبة العباسية في المرتبة الثانية بواقع (٤٦) تكرار وبنسبة (٤٢.٩%) ، تشير النتائج أعلاه تفوق إعداد القائم بالاتصال في أقسام العتبة الحسينية بالإجابة على الاستبانة على القائم بالاتصال في أقسام الإعلام بالعتبة العباسية ويعود السبب في أن إعداد العاملين في أقسام الإعلام بالعتبة الحسينية أكثر من إعداد العاملين في أقسام الإعلام بالعتبة العباسية.

جدول (٨) يبين تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها المبحوثين في التحرير الصحفي.

ت	تطبيقات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	تطبيقات التدقيق اللغوي	٤٥	٣٣%	الأولى
٢.	تطبيقات إنشاء المحتوى	٤٣	٣١.٦%	الثانية
٣.	تطبيقات الترجمة	٢٥	١٨.٣%	الثالثة
٤.	تطبيقات تحليل البيانات	٢٣	١٦.٩%	الرابعة
	المجموع	١٣٦	١٠٠%	

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها الباحثين في التحرير الصحفي (تطبيقات التدقيق اللغوي) ، إذ جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٤٥) تكرار وبنسبة (٣٣%) ، أما في المرتبة الثاني جاءت (تطبيقات إنشاء المحتوى) بواقع (٤٣) تكرار وبنسبة (٣١.٦%) ، في حصلت (تطبيقات الترجمة) على المرتبة الثالثة بواقع (٢٥) تكرار وبنسبة (١٨.٣%) ، أما (تطبيقات تحليل البيانات) حصلت على المرتبة الرابعة والاختيرة بواقع (٢٣) تكرار وبنسبة (١٦.٩%).

تبين النتائج أعلاه تنوع استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى القائم بالاتصال في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية وبشكل متقارب مما يؤكد على اعتمادهم المستمر لهذه التطبيقات في التحرير الصحفي.

جدول (٩) يبين مديات استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

ت	مديات استخدام	تطبيقات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	دائماً		٥٣	٤٩.٥%	الأولى
٢.	أحياناً		٤٦	٤٢.٦%	الثانية
٣.	نادراً		٨	٧.٤%	الثالثة
	المجموع		١٠٧	١٠٠%	

تبين نتائج الجدول أعلاه أن المبحوثين دائماً يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، إذ جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٥٣) تكرار وبنسبة (٤٩.٥%) ، تلتها أحياناً بواقع (٤٦) تكرار وبنسبة (٤٢.٦%) ، أما نادراً جاءت في المرتبة الثالثة بواقع (٨) تكرار وبنسبة (٧.٤%) ، ويوضح ذلك اعتماد القائم بالاتصال في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وبشكل دائم.

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 (١٠) يبين مهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تساعد القائم بالاتصال في إنجازها.

ت	مهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	التدقيق اللغوي والاملائي	٥١	٣٢%	الأولى
٢.	اقتراح عناوين وموضوعات	٣٢	٢٠.٢%	الثانية
٣.	إنشاء مسودات أولية للمقالات	٢٣	١٤.٥%	الثالثة
٤.	ترجمة النصوص	١٨	١١.٣%	الرابعة
٥.	تحليل البيانات والاحصائيات	١٩	١٢%	الخامسة
٦.	الكشف عن الأخبار الزائفة	١٥	٩.٤%	السادسة
	المجموع	١٥٨	١٠٠%	

يبين الجدول أعلاه نتائج مهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تساعد القائم بالاتصال في إنجازها ، إذ تبين أن التدقيق اللغوي والاملائي جاء في المرتبة الأولى بواقع (٥١) تكرار وبنسبة (٣٢%) ، تلتها (اقتراح عناوين وموضوعات في المرتبة الثانية بواقع (٣٢) تكرار وبنسبة (٢٠.٢%) ، في حين حصلت إنشاء مسودات أولية للمقالات على المرتبة الثالثة بواقع (٢٣) تكرار وبنسبة (١٤.٥%) ، أما ترجمة النصوص جاءت في المرتبة الرابعة بواقع (١٨) تكرار وبنسبة (١١.٣%) ، لتأتي بعدها تحليل البيانات والاحصائيات في المرتبة الخامسة بواقع (١٩) تكرار وبنسبة (١٢%) ، وأخيراً الكشف عن الأخبار الزائفة في المرتبة السادسة بواقع (١٥) تكرار وبنسبة (٩.٤%) ، وتشير النتائج أعلاه أن العاملون في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية يستخدمون العديد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي لمساعدتهم في إنجاز المهام الخاصة بالتحليل الصحفي وبشكل متفوت نسبياً ، وهذا يسهم بشكل كبير على إنجازهم لهذه المهام بشكل أسرع .

جدول (١١) يبين المهارات التي يعتقد المبحوثين تطبيقات الذكاء ساعدت في تطويرها.

ت	مهارات تطبيقات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	مهارة سرعة إنجاز المهام	٣٧	٢٠%	الأولى
٢.	مهارة الدقة اللغوية	٢٨	١٥%	الثانية
٣.	مهارة تحسين جودة المحتوى	٢٧	١٤.٦%	الثالثة
٤.	مهارة تحليل البيانات	١٥	٨%	الرابعة
٥.	مهارة الإبداع في الكتابة	١٩	١٠%	الخامسة
٦.	مهارة التحليل التنبؤي	١٦	٨.٦%	السادسة
٧.	مهارة أتمتة المهام	١٦	٨.٦%	السابعة
٨.	مهارة التفكير النقدي	١٣	٧%	الثامنة
٩.	مهارة اكتشاف الأخبار الكاذبة	١٣	٧%	الثامنة
	المجموع	١٨٤	١٠٠%	

تبين نتائج البحث أن المهارات التي ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي تطويرها لدى القائم بالاتصال في التحرير الصحفي أن مهارة سرعة إنجاز المهام جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٣٧)

الأستاذ المساعد الدكتور زهراء حسين جبار الحداد

تكرار وبنسبة (٢٠%) ، تلتها مهارة الدقة اللغوية في المرتبة الثانية بواقع (٢٨) تكرار وبنسبة (١٥%) ، أما مهارة تحسين جودة المحتوى حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٢٧) تكرار وبنسبة (١٤.٦%) ، في حين حصلت مهارة تحليل البيانات على المرتبة الرابعة بواقع (١٥) تكرار وبنسبة (٨%) ، لتأتي بعدها مهارة الابداع في الكتابة في المرتبة الخامسة بواقع (١٩) تكرار وبنسبة (١٠%) ، أما مهارة التحليل التنبؤي جاء في المرتبة السادسة بواقع (١٦) تكرار وبنسبة (٨.٦%) ، لتأتي بعدها مهارة أتمتة المهام في المرتبة السابعة بواقع (١٦) تكرار وبنسبة (٨.٦%) ، لتكون أخيراً مهارة التفكير النقدي ومهارة اكتشاف الأخبار الكاذبة في المرتبة الثامنة لحصول كلاهما على (١٣) تكرار وبنسبة (٧%).

وتشير النتائج أعلاه أن العاملين في أقسام الإعلام في العتبتين الحسينية والعباسية يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي المختلفة لتساعدتهم في إنجاز مهامهم في التحرير الصحفي مما يبين أن هذه التطبيقات ساهمت بشكل كبير في تطوير مهارات القائم بالاتصال.

جدول (١٢) يبين التحديات التي يواجهها المبحوثين عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي.

ت	التحديات التي يواجهها المبحوثين عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	عدم القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة.	٢٧	٢٠%	الأولى
٢.	التكلفة المالية لاستخدام بعض التطبيقات.	٢٢	١٦.٤%	الثانية
٣.	قلة الخبرة في استخدام التطبيقات.	٢٠	١٤.٩%	الثالثة
٤.	مشاكل تقنية.	١٧	١٢.٦%	الرابعة
٥.	تحديات أخلاقية مهنية.	١٧	١٢.٦%	الرابعة
٦.	الاعتماد الزائد على التطبيقات	١٦	١١.٩%	الخامسة
٧.	صعوبة فهم بعض المصطلحات	١٥	١١%	السادسة
	المجموع	١٣٤	١٠٠%	

تشير نتائج التحديات التي يواجهها المبحوثين عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي أن عدم القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والكاذبة جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٢٧) تكرار وبنسبة (٢٠%) ، أما التكلفة المالية لاستخدام بعض التطبيقات جاءت في المرتبة الثانية بواقع (٢٢) تكرار وبنسبة (١٦.٤%) ، أما قلة الخبرة في استخدام التطبيقات جاءت في المرتبة الثالثة بواقع (٢٠) تكرار وبنسبة (١٤.٩%) ، لتأتي بعدها المشاكل التقنية والتحديات الأخلاقية والمهنية جاءت في المرتبة الخامسة بواقع (١٧) تكرار وبنسبة (١٢.٦%) ، أما الاعتماد الزائد على التطبيقات جاءت في المرتبة السادسة بواقع (١٦) تكرار وبنسبة (١١.٩%) ، وأخيراً صعوبة فهم بعض المصطلحات في المرتبة السادسة بواقع (١٥) تكرار وبنسبة (١١%) ، تبين النتائج أعلاه أن العاملين في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية يواجهون العديد من التحديات الخاصة باستخدامهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا سيما ما يتعلق بالتمييز بين المعلومات الكاذبة

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)

والصادقة وما يتعلق بها بالخبرة في هذا المجال وهذه التحديات طبيعية كون أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إعلام العتبتين حديث نسبياً و لا بد من وجود هذه التحديات التي من الممكن أن تزول تدريجياً بالاستخدام المستمر.

❖ الاستنتاجات

بناء على النتائج توصلت الباحثة إلى استنتاجات متعددة كما يأتي:

١. يستخدم العاملون في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي ومن مختلف العناوين الوظيفية (محررون ، مراسلون ، رؤساء التحرير ، ومدراء التحرير ، وسكرتارية التحرير) كل منهم بحسب المهام المكلف بها.
٢. ان العاملين في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية جميعهم يمتلكون خبرة في مجال الإعلام وأغلبهم يمتلك خبرة في العمل الإعلامي لمدة تتجاوز الخمس سنوات ، كما أن أغلبهم لديهم خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
٣. يستخدم جميع الباحثين تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وبشكل متفاوت كل حسب احتياجاته ، كما تتراوح مديات استخدامهم بشكل دائم وحسب احتياجاتهم لهذه التطبيقات.
٤. يتيح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي توفير مهام متعددة للقائم بالاتصال في التحرير الصحفي بأقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية مما يسهم بشكل كبير في تطوير مهاراتهم بالتحرير الصحفي.
٥. تواجه العاملين في أقسام الإعلام بالعتبتين الحسينية والعباسية العديد من التحديات وأغلبها يتمثل في عدم القدرة في التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة وربما يعود السبب بالزخم المعلوماتي الذي توفره هذه التطبيقات فضلاً عن التكلفة المالية ومشاكل تقنية وأخلاقية وقلة الخبرة في استخدام بعض التطبيقات

❖ المقترحات

١. تقترح الباحثة التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي كونها تساهم بشكل كبير في تطوير المحتوى الصحفي وبالتالي تسهم في تطوير مهارات الصحفي في الكتابة والتحليل والتنبؤ والتدقيق.
٢. ضرورة إقامة ورش ودورات ومؤتمرات وندوات للقائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية عن أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وكيفية التعامل مع هذه التطبيقات بالشكل الذي يسهم في توظيفها الإيجابي.

الأستاذ المساعد الدكتور زهراء حسين جبار الحداد

٣. تقترح الباحثة على وسائل الإعلام ضرورة توفير التكلفة المالية المناسبة لاستخدام بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي لمواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة.
٤. ضرورة تنمية مهارات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية فيما يخص كيفية التعامل الإيجابي مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي ووضع خطط تسهم في الحفاظ على أخلاقيات المهنة الصحفية في ضوء استخدام هذه التطبيقات.

❖ المراجع

١. ايمن ربيع و احمد عبد الحكيم. (٢٠٢٣). توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الاعلامية الفلسطينية.. دراسة ميدانية. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد ١١ ، العدد ٢.
٢. جهاد عفيفي. (٢٠١٥). الذكاء الاصطناعي والانظمة الخبيرة. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.
٣. خالد محمد غازي. (٢٠٢٤). الاخبار في عصر الآلة.. كيف يشكل الذكاء الاصطناعي مستقبل الصحافة الالكترونية. القاهرة: وكالة الصحافة العربية.
٤. عبد الكريم علي الديبسي. (٢٠٢٣). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والاخلاقية. مجلة الجامعة الاسلامية للبحوث الاسلامية ، مجلد ٣١ ، العدد ٣.
٥. عبد الله موسى و احمد بلال. (٢٠١٩). الذكاء الاصطناعي ثورة تقنيات العصر. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
٦. علي حمزة عباس. (٢٠٢٤). مستويات فاعلية صحافة الروبوت في المواقع الاخبارية العربية والاجنبية... دراسة ميدانية. بغداد: جامعة بغداد.
٧. فاطمة فايز عبد قطب. (٢٠٢٤). فاعلية استخدام القائمين بالاتصال لتطبيق ذكاء اصطناعي متخصص في الصحافة وانعكاسه على الاداء الصحفي.. دراسة استكشافية شبه تجريبية. مجلة البحوث الإعلامية، العدد الثاني والسبعون ، الجزء الثاني.
٨. فتحي ابراهيم اسماعيل. (٢٠٢٢). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية.. دراسة ميدانية لموقع المصري اليوم - مصر اوي - القاهرة ٢٤. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الحادي والعشرون ، العدد الرابع.
٩. مارجريت ايه بودين. (٢٠١٧). مقدمة قصيرة جداً. المملكة المتحدة : مؤسسة هنداوي.
١٠. مرتضى حسن الشمري. (٢٠٢٤). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين. مجلة واسط للعلوم الانسانية ، العدد ٢٠.
١١. مهدي حنا. (٢٠٢٠). الذكاء الاصطناعي والصراع الامبريالي. عمان: ناشرون وموزعون.
١٢. نورة عبد الهادي الدسوقي. (٢٠٢٢). الذكاء الاصطناعي في مواجهة الاخبار الزائفة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
١٣. نورة عبد الهادي السوقي. (٢٠٢٣). الذكاء الاصطناعي في مواجهة الاخبار الزائفة. القاهرة، العربي للنشر والتوزيع.
١٤. هالة حسني و دعاء جمعة. (٢٠٢٤). الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الاعلامية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.