

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

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

انعكاسات تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحرير المحتوى الصحفي في المواقع الإخبارية

من وجهة نظر الصحفيين العراقيين: دراسة ميدانية لعينة من المحررين الصحفيين في

المواقع الالكترونية العراقية

**The Impact of Artificial Intelligence Technologies on News Content
Editing in News Websites from the Perspective of Iraqi Journalists: A
Field Study of a Sample of News Editors in Iraqi Electronic Media**

م.د. أريج ناظم يونس

By: Asst. Dr. Areej Nadhim Younus

areej.n.yunis@aliraqia.edu.iq

كلية الاعلام ، الجامعة العراقية

College of Media, Iraqi University

الملخص

تبحث هذه الدراسة انعكاسات تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحرير وإدارة المحتوى الإخباري من وجهة نظر المحررين الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية إذ استخدمت الدراسة اداة الاستبانة والمقياس على عينة قوامها ٢٠٠ مبحوث للتعرف على هذا التأثير ومعرفة مستويات تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة لاسيما التحرير الصحفي وإدارته، وقد استخدمت الدراسة المسح بطريقة العينة الذي يعد أحد اساليب المنهج المسحي .

وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج والاستنتاجات المبينة عليها منها : إتفاق أغلب المحررين الصحفيين على وجود تأثير واضح لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي اذ بلغ الوسط المرجح العام الموزون (٣.٦٢٢) من بين خمسة اوزان استخدمت في هذا القياس، ونستنتج من ذلك ان غالبية المحررين الصحفيين في المواقع الاخبارية الالكترونية يميلون الى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بعد ان أصبحت ضرورة لمجاراة التطورات الهائلة في ميدان الاتصال والمعلوماتية.

الكلمات المفتاحية: صحافة ، تقنيات الذكاء الاصطناعي ، المواقع الالكترونية العراقية ، إدارة التحرير الصحفي ، المحررون الصحفيون .

Abstract

This study explores the impact of artificial intelligence (AI) technologies on the editing and management of news content from the perspective of news editors working in Iraqi news websites. The study employed a questionnaire and a measurement scale on a sample of 200 respondents to identify the extent of this impact and to assess the levels at which AI technologies are applied in journalism, particularly in news editing and content management. A survey method using a sampling technique, which is one of the approaches of the descriptive survey method, was utilized.

The study reached a set of findings and conclusions, including: the majority of news editors agreed on the clear impact of AI applications in managing news editing, with a general weighted mean of (3.622) out of five weights used in the measurement. This indicates that most online news editors tend to adopt AI applications in journalistic editing, as it has become a necessity to keep pace with the tremendous developments in the field of communication and information technology.

Keywords: Journalism, Artificial Intelligence Technologies, Iraqi News Websites, Newsroom Management, News Editors.

مقدمة

اجمعت معظم الدراسات الاعلامية على ان الاعلام وفنونه التحريرية المختلفة (الخبر والتقرير والتحقيق والحديث الصحفي وحتى المقال الصحفي) تجاوز الاطار التقليدي في مخاطبة جمهوره بعد التطورات الهائلة الحاصلة في ميدان الاتصال والمعلوماتية ، اذ تغيرت حتى طريقة ادارة عملية التحرير الصحفي بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي الى الاعلام والدعاية والحرب النفسية وانماط الاتصال الاخرى .

اذ يشهد العالم اليوم طفرة نوعية في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ظهرت آثارها في مجالات الحياة كلها ومنها الميدان الاعلامي، فلم تكن التقنيات الحديثة بعيدة عن المجال الاعلامي بصورة عامة والصحفي بصورة خاصة سواء في ادارة المؤسسات الاعلامية او ادارة التحرير الصحفي . فقد استطاع الذكاء الاصطناعي ان يقدم للصحفيين أدوات وفرتها تطبيقاته المختلفة لا نتاج محتوى دقيق وغني في مدة قصيرة فضلا عن مقدرته على استبعاد الاخبار المزيفة والتحقق من مصدر الخبر كما أنه اسهم بشكل فاعل في تقليل المهام الروتينية المرهقة التي تستنزف جهد الصحفيين ووقتهم ومنحهم فرصة اكبر للتفاعل مع الجمهور وتحليل الاوضاع الاجتماعية واستقاء المعلومات من مصادرها.

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

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

ويأتي هذا البحث بأطره المنهجية والنظرية والعملية لبحث في مستوى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة على إدارة التحرير الصحفي من وجهة نظر المحررين الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية .

البحث الاول: منهجية البحث

أولا : مشكلة البحث

يملك الذكاء الاصطناعي إمكانية هائلة للتفاعل الآن مع البيانات وربطها بالمحاور الرئيسة للقصة ، فبينما كانت كتابة التقارير الفصلية كتقارير الأداء تتطلب من الصحفيين جهداً كبيراً يمتد لأسابيع لإنجازها، فإنه يمكن للذكاء الاصطناعي اليوم إنجازها في ثوان معدودة .(المنيف، ٢٠٢١، صفحة ٤).

ويعد ذلك واحدا من العوامل التي تؤثر في طريقة إدارة التحرير الصحفي سواء للأخبار أو التقارير لاسيما في أوقات الأزمات ، وهذه التأثيرات لم يتم بحثها بطريقة شاملة والتعرف عليها اذ مازال الغموض يحيط بهذه الآثار وما نجم عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي .

وعليه تكمن مشكلة البحث في محاولة معرفة مستوى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة التحرير الصحفي.

ثانيا : تساؤلات البحث

تحاول هذه الدراسة الاجابة عن عدة تساؤلات تلبي متطلباتها اذ تدور مشكلة البحث في تساؤل رئيسي هو : ما تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال إدارة التحرير الصحفي من وجهة نظر العاملين في المواقع الالكترونية العراقية ؟

وتنبثق عن هذا السؤال الرئيس تساؤلات فرعية تقتضي الاجابة عنها ؟

١ . ما مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وإدارته ضمن الموقع الالكتروني ؟

٢ . ما التغيرات التي طرأت على التحرير الصحفي وإدارته في الموقع الالكتروني الاخباري بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة ؟

٣ . هل قللت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من عدد المحررين الصحفيين في المواقع الاخبارية الالكترونية ؟

٤ . ما بنية العمل الاخباري بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ؟

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

ثالثا : فرضيات البحث

- ١ . لا توجد فروق احصائية بين المبحوثين من حيث نوع الجنس إزاء مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة عملية التحرير الصحفي .
- ٢ . توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من حيث الفئات العمرية والتحصيل الدراسي إزاء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي .
- ٣ . هناك علاقة طردية موجبة بين مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي والتغيرات التي طرأت ..

رابعا : أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية الذكاء الاصطناعي وما نجم عن تطبيقات هذه التقنية من اثار عملية في مختلف المجالات ومنها المجال الصحفي لاسيما في تحرير وانتاج الاخبار والتقارير وادارتها، لذا تتمحور هذه الأهمية في نوعين **الاول** : الأهمية النظرية العلمية والتي تتمثل في تأصيل مصطلح صحافة الذكاء الاصطناعي فضلا عن الاضافة المعرفية للمكتبة الاعلامية التي تفتقر الى هذا النوع من البحوث ، **والثاني** : الأهمية العملية عن طريق تقديم معطيات عملية احصائية عن اثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي وطريقة عمل المحررين الصحفيين.

خامسا : أهداف البحث

ترتبط اهداف البحث بالإجابة عن تساؤلاته الرئيسة والفرعية ، اذ يهدف هذا البحث بشكل رئيس الى معرفة الآثار الناجمة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال ادارة التحرير الصحفي من وجهة نظر العاملين في المواقع الالكترونية العراقية وتحديد مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وادارته ضمن الموقع الالكتروني وتشخيص التغيرات التي طرأت على التحرير الصحفي وادارته في الموقع الالكتروني الاخباري بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة ، وقياس مدى اسهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسهيل عملية التحرير الصحفي وادارته ، ومعرفة فيما اذا قللت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من عدد المحررين الصحفيين في المواقع الاخبارية الالكترونية، ونوع الاتصال الاداري التحريري المتبع بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي .

سادسا : النظرية الموجهة للبحث

ينتمي هذا البحث في إطار بناءه النظري الى النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية اذ توجد العديد من النماذج او النظريات التي تساعد على فهم العوامل المؤثرة في تقبل تقنية المعلومات، ذلك ان دخول تقنية الذكاء الاصطناعي للعمل الصحفي يقتضي التعرف على مدى قبول الصحفيين لهذه التقنية اذ يمكن ان توجه فرضيات هذه النظرية مسار البحث.

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

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

تقوم هذه النظرية التي تم تطويرها على يد (فنجاتش) عام ٢٠٠٣ على ثمان نماذج ونظريات تتعلق بقبول التقنية أبرزها نظرية التصرفات المسببة ونموذج قبول التقنية ونموذج الدافعية ونظرية السلوك المخطط ونموذج استخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية ونظرية انتشار المبتكرات ونظرية المعرفة الاجتماعية ، وتدعم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية ولاسيما نموذج تقبل التقنية الذي قدم عام ١٩٨٩ اذ يعد هذا النموذج من النماذج القوية في مجال تقنية الاتصال كما يؤدي دورا مهما في فهم العوامل المؤثرة لتبني تقنية المعلومات ، ويكمن الهدف الرئيس لهذا النموذج في توفير أساس لاكتشاف تأثير المتغيرات الخارجية على الاعتقاد الداخلي والاتجاهات والنوايا ، ويفترض النموذج ان المنفعة المتوقعة وسهولة الاستخدام هما المحددان الاساسيان لتبني تقنية المعلومات في أي مؤسسة . (زغلول، ٢٠٢١، صفحة ٣٤٧)

سابعا : تعريف المفاهيم والمصطلحات

١ . **الذكاء الاصطناعي** : فرع من فروع علم الحاسوب ، يختص بأنظمة الحاسوب الذكية التي تتمتع بميزات مرتبطة بالذكاء واتخاذ القرار ، ومماثلة بدرجة معينة للسلوك البشري لا سيما في مجالات مثل : التعلم ، والتفكير ، واللغات ، وحل المشكلات . (عرنوس ، ٢٠٠٧، صفحة ٩)

وبإمكان الذكاء الاصطناعي تجهيز الالة الحاسبة بالخصائص والمعلومات الموجودة في ذكاء البشر ، من خلال تصميم تطبيقات وبرمجيات بتقنيات عالية واستثمارها بشكل اكثر كفاءة في أي مؤسسة .(لعياضي ، و عشب، ٢٠٢١ص٩٢).

وعليه يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي اجرائيا بأنها تقنية خوارزمية يمكن ان تساعد المحرر الصحفي في تسهيل انجاز همله في التحرير الاخباري بسرعة .

٢ . **صحافة الذكاء الاصطناعي** : مفهوم يربط بين الصحافة والتقنيات الحديثة من أبرزها الذكاء الاصطناعي، اذ يعتمد اساسا على توظيف تقنيات ما سمي بتقنيات الثورة الصناعية الرابعة في برامج الاعلام وفنونه المتنوعة عبر طرائق يتم دمجها وتصميمها مجدداً ، لا داء وظائف إعلامية فعالة ومبتكرة ، مستندة بصورة جزئية او كلية على هذه التقنيات ، في مقدمتها الذكاء الاصطناعي ، وتحليل البيانات الضخمة ، وانتزعت الأشياء ، والبلوك تشين ، فضلا عن الروبوتات ، والطباعة الثلاثية الابعاد .(المنيف، ٢٠٢١، صفحة ٢)

ويمكن ان تستفيد المؤسسات الصحفية والاخبارية من تأثيرات ”الذكاء الاصطناعي“ عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الاخبار الروتينية، وستسهم في إنضاج المعالجات المهنية للقصص الخبرية، ويوفر الذكاء الاصطناعي للعاملين في مجال الصحافة أدوات تساعدهم في الكشف عن الأخبار الزائفة ، ما يتيح للمحررين الفرصة لكتابة التقارير بشكل متوازن ، وموضوعي ، وحيادي ، معتمدين على تحليل المعلومات بدقة بعيداً عن العاطفة الشخصية او المسيسة ، ما سينعكس ايجاباً على تلك المؤسسات كتخفيف الالعباء المالية ، وتحسين جودة المخرجات الاخبارية لمواجهة التنافس

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

العالمي ، والأهم من ذلك تدعيم الاداء المهني للصحفيين وقدراتهم ما يواكب متطلبات المستقبل (المنيف، ٢٠٢١، صفحة ٣).

وعليه تعرف اجرائيا بأنها تلك الصحف التي تمزج في عملها بين العمل التحريري التقليدي وتوظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في انجاز المادة الخبرية .

ثامنا : نوع البحث ومنهجه

غالبا ما يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع ظاهرة معينة والوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهما للحاضر واستهداف المستقبل واستشرافه وتوجيهه. (حجاب، ٢٠٠٣، صفحة ٧٨)

وعليه ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية التي تتناول ظاهرة او موضوع معين، اذ يسعى هذا النوع من الدراسات الى تحقيق مجموعة من الوظائف منها : وصف خصائص الظواهر او المجموعات قيد الدراسة في وضعها الحالي ، وتقدير النسب المئوية للوحدات التي تمارس سلوكاً معيناً في مجتمع ما ، فضلاً عن ذلك تسهم في تحديد درجة الارتباط بين المتغيرات والكشف عن العلاقات بين الظواهر والاتجاهات التي تسلك مسار النمو أو التطور، والتغيير، والخروج بنتبؤات. (العتابي، ١٩٩١، صفحة ٥٤)

واستعانت الباحثة بالمنهج المسحي لأنه انسب المناهج مع الدراسات الوصفية اذ تم استخدام اسلوب المسح بطريقة العينة الذي يكتفي بدراسة عدد محدد من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لإنجاز هذا البحث .

تاسعا : ادوات البحث

تم استخدام اداة رئيسة تمثلت بالاستبانة والمقياس، فقد صممت الاستبانة والمقياس لمعرفة انعكاسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي من وجهة نظر المحررين الصحفيين العاملين في المواقع الاخبارية الالكترونية العراقية

، اذ تم ارسال استمارة الاستبيان والمقياس الكترونيا للعاملين في المواقع الالكترونية للصحف العراقية ، كما تم تصميم المقياس وفقا لخطوات مقياس ليكرت خماسي الابعاد وبخمس بدائل هي (موافق بشدة ، موافق ، محايد ، لا اوافق ، لا اوافق بشدة) لأنها موجهة الى جمهور نوعي متخصص تمثل بالمحررين الصحفيين العاملين بالمواقع الالكترونية الاخبارية العراقية لمعرفة التأثيرات الناجمة من تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير الصحفي وادارته.

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

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

عاشرا : مجتمع البحث ومجالاته

يتمثل مجتمع البحث في المواقع الاخبارية الالكترونية والعاملين فيها وهي (السومرية نيوز ، شفق نيوز ، شبكة اخبار العراق ، شبكة انباء العراق ، عراق اوبزيرفر ، الوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نينيا))، اما حدود البحث ومجالاته فيتمثل بـ :

١ . الحد المكاني : ويتمثل بالمواقع الاخبارية الالكترونية العراقية على الشبكة الدولية (الانترنت)

٢ . الحد الزمني : ويتحدد بالمدة الزمنية من تاريخ توزيع استمارة الاستبانة والقياس على المبحوثين في ١ - ٣ - ٢٠٢٤ لغاية استلامها وتفريغها وتبويبها واحتساب معاملاتها الاحصائية بتاريخ ٢٠-٥-٢٠٢٤ .

٣ . الحد البشري : ويتحدد بالمحررين الصحفيين ومديري التحرير ومدراء المواقع العاملين في المواقع الاخبارية الالكترونية العراقية.

٤ . الحد الموضوعي : ويتحدد بمعرفة انعكاسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي.

أحد عشر : عينة البحث واسلوبه

يتوقف تحديد حجم العينة واختيار نوعها على عدة اعتبارات منها الاعتبارات الفنية التي من اهمها التجانس في وحدات المجتمع . (العتابي، ١٩٩١، صفحة ٨٥)

وقد اختارت الباحثة عينة عمدية متجانسة من المحررين الصحفيين ومديري التحرير العاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية الاكثر تحديثا لمعلوماتها اذ بلغ حجم العينة (٢٠٠) صحفي ، وهذا النوع من العينات يبنى على تقدير الباحث في اختيار الحالات التي يرى انها ممثلة للمجتمع.

المبحث الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة :

يُعد هذا المبحث الإطار المرجعي الذي تستند إليه الدراسة في بناء تصورها النظري والمنهجي حول موضوع البحث، إذ يتناول المفاهيم الأساسية المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في المجال الصحفي، مع التركيز على عمليات تحرير وإدارة المحتوى في البيئة الرقمية، لاسيما في المواقع الإخبارية الإلكترونية. كما يسعى هذا المبحث إلى تحديد الأسس النظرية التي تفسر التفاعل بين الصحفيين والتكنولوجيا الحديثة، ودور الذكاء الاصطناعي في إعادة صياغة العملية التحريرية داخل المؤسسات الإعلامية.

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

ويتضمن هذا المبحث أيضاً مراجعة تحليلية للدراسات السابقة ذات الصلة، سواء العربية منها أو الأجنبية، بهدف إبراز ما توصلت إليه من نتائج، وتحديد الفجوات البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها. ويساعد استعراض الأدب النظري والدراسات السابقة في وضع إطار مقارن يُمكن من خلاله فهم الواقع العراقي في ضوء التجارب الإعلامية الأخرى، واستخلاص المؤشرات والمعايير التي تفيد في تحليل البيانات الميدانية لاحقاً.

إن هذا المبحث يُشكل أساساً علمياً لفهم طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والتحرير الصحفي، ويُبرز مدى التغيرات التي طرأت على العمل الصحفي نتيجة التقدم التكنولوجي، مما يعزز من أهمية الدراسة ويؤكد الحاجة إليها في السياق الإعلامي العراقي المعاصر.

أولاً : مدخل نظري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحرير المحتوى الصحفي

إن فكرة الاعتماد على صياغة الأخبار آلياً ليست جديدة، فقبل نصف قرن في عام ١٩٧٠ وصف (Glahn) عملية ما أسماه مُنتجاً بواسطة الكمبيوتر تلقائياً عن توقعات الطقس بالاعتماد على إنشاء بيانات مكتوبة مسبقاً تخص - أحوال الطقس التي يتوافق كل منها مع ناتج معين لنموذج التنبؤ بالطقس منها على سبيل المثال مزيج من الرياح وهطول الأمطار ودرجة الحرارة. (الزامل و الدعيجي، ٢٠٢٤، صفحة ١٢)

وفرض اندماج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع مراحل صناعة الأخبار رؤية مختلفة لهذه التقنيات التي أصبحت تعمل بمثابة مصدر للمعلومات ومستقبل وموزع لها أيضاً ، إلا أن استمرار عمل الصحفيين بجانب تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار أمر ضروري لضمان عمل هذه التقنيات بشكل صحيح وبقائها تحت السيطرة والمراقبة إذ يتطلب الأمر سد الفجوة المعرفية والاتصالية بين المبرمجين الذين يصممون خوارزميات الذكاء الاصطناعي وبين الصحفيين الذين يستخدمون هذه خوارزميات. (الزامل و الدعيجي، ٢٠٢٤، صفحة ١٤)

فقد ولد توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في مؤسسات الصحافة والإعلام العديد من المزايا منها: (الحسني و جمعه، ٢٠٢٤، الصفحات ٢٨ - ٢٩)

١ . دعم العديد من المهمات الصحفية اليومية من خلال إشعارات تنبه للأحداث وجدولة آلية للمحتوى إضافة لتوليد القصص أو المقالات الصحفية الإخبارية كخوارزمية توليد اللغة الطبيعية وهذه الأخيرة استعانت بها صحيفة الغارديان البريطانية تعاوناً مع شركة Open AI لكتابة مقال إخباري مفاده إقناع البشر بأن الروبوتات رمز للسلام، وقد نجحت لكتاب الخوارزمية - GPT- بتحليل (٤٥) تيرابايت من البيانات، و (١٧٥) مليار معلومة، وبذلك فأنها فتحت آفاقاً جديدة لتوليد روايات ذات عمق أكبر وأكثر من خلال الخوارزمية الذكية لتوليد اللغة التقليدية.

٢ . بإمكان تقنيات الذكاء الاصطناعي تنفيذ العديد من الإجراءات المعقدة بناءً على الكميات الهائلة من البيانات، فضلاً عن توسيع التغطية الإعلامية في بعض المناطق - يستطيع الصحفيون الوصول إليها

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)

كمناطق الحروب، بالإضافة إلى تحسين جودة-التغطية الإخبارية في وقتنا الحالي كتقديم أخبار صحية حول وباء ١٩ - COVID -

٣. بإمكان تقنيات الذكاء الاصطناعي العمل على تزويد الجمهور بالمحتوى الاخباري حسب الاهتمامات والتفضيلات، وهذا يتم استنادا لخوارزمية البحث وغيرها.

٤ . زيادة جودة العمليات الصحفية ومساعدة الصحفيين في أداء المهام اليومية لتقليل النفقات، اذ تساعد أنظمة الذكاء الاصطناعي في تقليل الأخطاء المطبعية واوفير (٢٠ %) من الوقت للصحفيين.

٥ . قدرة أنظمة صحافة الذكاء الاصطناعي على انشاء وتدوين اخبار وهمية وهنا يسهم أحيانا في اكتشاف الأخبار اذ يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي التحقق من صحة المعلومات الواردة والصور ومقاطع الفيديو من خلال تحليل البيانات الوصفية ومقارنتها مع بنوك البيانات في الوقت ذاته ، وأنظمة الذكاء الاصطناعي لها القدرة على الكشف عن المصادر الحقيقة للأخبار من تلك التي تكون مصطنعة أو غير حقيقية .

٦. لها القدرة على ضبط المحتوى وتعليقات المستخدم وأيضا التحقق من تعليقات القراء فقد تكون التعليقات التي يقوم بإنشائها الصحفيون أو المستخدمين قد تكون مزيفة وبهذا فأن روبوتات البرامج الآلية تسهم بإنشاء تعليقات ولكن وهمية لتكبير القصص المزيفة بشيء من الواقع من خلال مشاركة الوسائط الاجتماعية.

٧. بإمكان أنظمة الذكاء الاصطناعي مساعدة الصحافة والوسائل الإعلامية لمضاعفة أرباحها وذلك من خلال قدرتها على تمييز القارئ وقدرته على التسجيل في اشتراك مدفوع شهرياً أو سنوياً على منصتها الإلكترونية وإشعاره بإعلانات صممت خصيصا لاهتماماته من أجل الدفع والاشتراك مجدداً.

٨. بإمكان أنظمة الذكاء الاصطناعي دعم الصحف الإقليمية والمحلية وحتى المشروعات الصغيرة .

٩. القدرة على استبدال مقدمي الأخبار بروبوتات ذكية تقدم نشرات إخبارية على شاشات التلفزيون كالروبوت إريكا لها القدرة على قراءة نشرات الأخبار في اليابان، وفي عام ٢٠١٥ أطلقت ميكروسوفت أول روبوت تليفزيوني Xiaoice قدم أخبارا صباحية في الصين. إضافة لروبوتات الدردشة من أجل التفاعل والمشاركة وقدرتها على الحوار الفعلي مع البشر كالروبوت أليكسا فهي تملك صوت أخباري مميز.

١٠. قدرة أنظمة الذكاء الاصطناعي على دعم أنظمة الكوادر الصحفية الإدارية والتحريرية، فضلا عن اختبار قدراتها وتقييم أداء العاملين فيها من حيث الإنتاج والعمل، وهذا ما يعرف بالكفاءة والفاعلية بينهم.

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

ثانيا : الدراسات السابقة

١ . حول انعكاسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاعلامي من وجهة نظر خبراء الاعلام الاردنيين: (أبو همام، شنطاوي، و المومني، 2024) تهدف هذه الدراسة للتعرف على مستوى اهتمام المؤسسات الإعلامية في توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، وأهمية هذا التوظيف في صناعة المحتوى الإعلامي فضلا عن دوافع استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر خبراء الإعلام، وتصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني، وتم استخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين بطريقة منهجية وصولا إلى النتائج، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها ١٠٠ مفردة من الأكاديميين والباحثين والممارسين في مجال الإعلام الأردني.

وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج منها: إن توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية شكل درجة أهمية عالية بلغت نسبتها ٨٠.٤% من وجهة نظر خبراء الإعلام الأردني، وعدم اهتمام المؤسسات الإعلامية الأردنية بالقدر الكافي الذي يلي التطورات الهائلة في ميدان الاتصال عن طريق توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، إذ انخفض اهتمامها بنسبة ٥٥.٩% .

وهذه الدراسة تقترب من موضوع دراستنا من حيث تناول التأثيرات او الانعكاسات الناجمة عن توظيف هذه التقنيات على المحررين الصحفيين في انتاج الاخبار الا ان الاختلاف كان في نوع العينة المختارة اذ اختارت دراستنا عينة من المحررين الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية العراقية بينما استخدمت تلك الدراسة خبراء الاعلام .

٢ . دراسة حول تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على محتوى الرسالة الاعلامية بمواقع الصحف الأجنبية (متولي ، و فرحات، ٢٠٢٢)

تهتم هذه الدراسة بتحليل المضمون الاعلامي لمواقع الصحف الأجنبية وهي : The New York ، The Guardian ، The Washington post ، The wall street journal ، times للوقوف على أبرز آليات الذكاء الاصطناعي المستخدمة وكيفية توظيفها في إنتاج المحتوى الاعلامي الخاص بهم ، كما تسهم الدراسة في إبراز تأثير الثورة الرقمية في تطوير المحتوى العالمي، فعند دراسة المواقع الصحفية نجد أن كل موقع يتميز بعدد من آليات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية التي يستخدمها كي يتمكن من أن يكون له الأفضلية إذا تم مقارنته بغيره من المواقع الاعلامية الأخرى، إلى جانب إلقاء الضوء على تقنيات الذكاء الاصطناعي التي لم تستخدمها عينة الدراسة ، حتى يتسنى وضع التوصيات الخاصة بدور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الاعلامي وانعكاساته عليه، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي مستخدمة اسلوب المقارنة المنهجية واداة استمارة تحليل المضمون، وتم اختيار عينة عمدية لبعض مواقع الصحف الاجنبية المتمثلة في:

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

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

صحيفة The New York Times الأمريكية ، وصحيفة The Guardian البريطانية ،
صحيفة The Washington Post الأمريكية ، وصحيفة The Wall Journal الأمريكية street.

وهذه الدراسة تقترب من موضوع دراستنا من حيث تناول التأثيرات او الانعكاسات الناجمة عن
توظيف هذه التقنيات على المحررين الصحفيين في انتاج الاخبار الا ان الاختلاف كان في نوع
المنهج المستخدم اذ استخدمت دراستنا المنهج المسحي بينما استخدمت تلك الدراسة المنهج المقارن .

٣. دراسة (Nicholas Diakopoulos) & (Hannes Cooles), 2024

(Nicholas Diakopoulos & Hannes Cooles, 2024)

Uses Of Generative AI In The Newsroom : Mapping Journalists Perceptions
Of Perils And Possibilities

تناولت هذه الدراسة وجهات نظر الصحفيين حول المخاطر والإمكانات المرتبطة باستخدام أدوات
الذكاء الاصطناعي التوليدي مثل ChatGPT و Bard و dall-E في غرف الاخبار اذ أجريت
مقابلات شبة منظمة مع صحفيين من الدنمارك وهولندا كانوا من أوائل المستخدمين لهذه الأدوات ،
وكشفت النتائج عن ١٦ استخداماً محدداً لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في عملية اعداد
التقارير الإخبارية ، اغلبها يتركز في مرحلة انتاج الاخبار وتوزيعها ، واستندت مبررات الاستخدام
من عدمه لهذه الأدوات الى حد كبير على المشاعر الداخلية والحدس الصحفي . ففي الوقت الذي يقدر
فيه الصحفيون مزايا هذه الأدوات كتحسين الكفاءات وقدرات التعامل مع البيانات ، فانهم يعربون
ايضاً عن مخاوفهم بشأن تأثيرها السلبي المحتمل على دقة الاخبار ومصداقيتها ، فضلاً عن المخاوف
الأخلاقية مثل التحيز الخوارزمي . أكدت هذه الدراسة على ضرورة توافر تعليم كاف ومهارات
خوارزمية للصحفيين لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي ، فضلاً عن أهمية المراقبة
المستمرة والتقييم لضمان استخدامها الأخلاقي والمسؤول في مجال الصحافة .

٤. دراسة

Developing Story : Case Studies of Generative AI's Use in Journalism

(Tadayoshi Kohno) & (Chongjiu Gao) و (Natalie G, 2024)

سعت هذه الدراسة لتقديم فهم افضل للتفاعلات بين الصحفيين والذكاء الاصطناعي اذ درست استخدام
نماذج اللغة الكبيرة (LLMs) بين وكالتين اخباريتين من خلال استعراض مجموعة بيانات
WildChat وتحديد التفاعلات المحتملة والتحقق منها عن طريق مطابقتها مع مقالات منشورة عبر
الانترنت ، وكشفت التحليلات عن حالات يقوم فيها الصحفيون بتزويد نماذج اللغة الكبيرة بمواد

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

حساسية مثل مراسلات سرية مع مصادر او مقالات من وكالات أخرى لاستخدامها كمدخلات ويطلبون من الانموذج انشاء مقالات يتم نشرها لاحقا مع تدخل محدود جدا اذ بلغ متوسط التشابه بين النصوص الناتجة والمقالات المنشورة وفق مقياس ROUGE-L حوالي 0.62 ، وعلى الرغم من ان الدراسات السابقة استعرضت الاستخدام المعلن للذكاء الاصطناعي التوليدي من قبل الصحفيين ، الا ان الطبيعة الغامضة لغرف الاخبار والصعوبات في الكشف عن المحتوى الذي يتم انتاجه بواسطة الذكاء الاصطناعي قد تركت فجوة معرفية في مجتمع أبحاث علوم الحاسوب فيما يتعلق باستخدام هذه النماذج عمليا، تهدف هذه الدراسة الى سد هذه الفجوة من خلال تحليل تفاعلات الصحفيين مع نماذج اللغة الكبيرة بما في ذلك الأسئلة المقدمة ، المواد المستخدمة ، مستويات التدخل البشري ، والمدة الزمنية بين طرح الاستفسار ونشر المقال ، وأوصت الدراسة الى اجراء المزيد من الأبحاث لتحديد ما يعتبر استخداماً مسؤولاً للذكاء الاصطناعي ، والى وضع إرشادات واضحة وافضل الممارسات لاستخدام نماذج اللغة الكبيرة في السياق الصحفي.

٥. دراسة

(Nicholas Diakopoulos) & Sachita Nishal)), Envisioning the Applications and Implications of Generative AI for News Media, (2024)

تسعى هذه الدراسة للكشف عن إمكانية دمج الذكاء الاصطناعي التوليدي في سير العمل الهجين للتعاون بين الانسان والالة في غرف الاخبار ، مع توضيح القيم الأخلاقية والصحفية التي يجب مراعاتها في تصميم وتطوير التكنولوجيا والواجهات لاستخدامها بفاعلية في هذا المجال ، كما تجيب الدراسة على الأسئلة الرئيسة الآتية :ما المهام داخل عملية انتاج الاخبار التي قد تستفيد من الدعم التوليدي ؟ ما التداعيات على الوكالة الصحفية والابداع ؟ ما القيم التحريرية والصحفية التي يجب ان تؤثر على تصميم هذه الأنظمة ؟ ما أساليب التفاعل التي قد تدعم التعاون بين الانسان والذكاء الاصطناعي في انتاج الاخبار؟ بينت الدراسة كيفية اسهام النماذج التوليدية في مساعدة الصحفيين والمحررين عبر مجموعة من المهام ، بدءا من تصور القصة الإخبارية وصولا الى توزيعها ، جميع هذه التطبيقات تنتم داخل نظام اجتماعي – تقني معقد يضم الصحفيين ، والمحررين ، والمدراء التنفيذيين ، وغيرهم ما يعني ان بعض التوترات التي تنشأ ستكون بطبيعتها شخصية او سياسية او هيكلية ، وأكدت الدراسة على ضرورة تبني عمليات تصميم شاملة وحساسة للقيم لاستخدام وتقييم الذكاء الاصطناعي التوليدي في غرف الاخبار ، على ان يتم ذلك بالشراكة مع الصحفيين والمحررين وغيرهم من المشاركين.

وتتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في توظيف الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار الا ان الدراسة الحالية تتناول تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي على المحررين الصحفيين اضافة الى عملية توظيفها في غرف الاخبار .

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

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

٦. Mapping AI Arguments in Journalism Studies دراسة (Gregory Gondwe)،
(٢٠٢٣)

تقترح هذه الدراسة تصنيفات لفحص الذكاء الاصطناعي (AI) ضمن مجالات البحث في الصحافة وعلوم الاتصال الجماهيري ، وهدفت الى توضيح سبعة مجالات فرعية متميزة للذكاء الاصطناعي والتي تشمل : التعلم الآلي ، معالجة اللغة الطبيعية ، (NLP) ، التعرف على الكلام ، الأنظمة الخبيرة ، التخطيط ، الجدولة ، التحسين ، الروبوتات ، ورؤية الحاسوب . وقد استكشف معظم الباحثين الدور المحوري للتعلم الآلي في سياقات متعددة ، في المقابل استخدمت معالجة اللغة الطبيعية (NLP) لتحليل المشاعر في المقالات الإخبارية مما يتيح للباحثين تقييم ردود فعل الجمهور تجاه موضوعات محددة ، واستخدام المحتوى الذي يولده الذكاء الاصطناعي لصياغة روايات إخبارية ، وكشف عن قدرته على انتاج معلومات مضللة بشكل مقنع ، اما في مجال الروبوتات فتتجلى تطبيقاتها في التقارير الإخبارية الآلية كما هو الحال في ظهور روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي لتقديم تحديثات إخبارية في الوقت الفعلي ، وسعت الدراسة الى الاسهام في توسيع المعرفة المتنامية حول الذكاء الاصطناعي في أبحاث الصحافة وعلوم الاتصال الجماهيري من خلال توفير اطار عمل منظم ومتاح ومن خلال التصنيفات المقترحة والفحص المتعمق للمجالات الفرعية للذكاء الاصطناعي ، يمكن للباحثين اجراء تحقيقات مركزة حول التفاعلات المتعددة الأوجه بين الذكاء الاصطناعي والمشهد الإعلامي ، فضلا عن ذلك يسهم الاطار المقترح في تحديد الثغرات والمجالات التي تحتاج الى المزيد من الاستكشاف .

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في الاهمية التي تضيفها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار لكنها لا لا تتناول تأثيراتها على المحررين الصحفيين .

اثنا عشر : اجراءات الصدق والثبات

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

١. الصدق : اتبعت الباحثة خطوات الصدق الظاهري وذلك بتوزيع استمارة اداة البحث المتمثلة بالاستبانة والمقياس على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص ، وتم احتساب نسبة اتفاق الآراء بين المحكمين والتي تمثل نسبة الصدق وبلغت (٨٥ %) (*) .

٢. الثبات

يعد معامل ألفا كرونباخ مقياساً موثوقية الاختبارات الإحصائية ، كما يعد إحدى طرق التحقق من الأبعاد فهو ليس اختباراً إحصائياً فحسب من الجانب الفني، بل هو معامل لأثبتات موثوقية التحليل و اتساقه. (تيسير ، ٢٠٢٢)

اذ تعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة لأخرى. (ثورندايك، روبرت و وهجين، اليزابث ، ١٩٨٩ ، صفحة ٧٩)

واستنادا الى ما تقدم طبقت الباحثة معادلة الفا كرونباخ للتحقق من ثبات واستقرار نتائج تحليل اجابات المبحوثين من المحررين الصحفيين ومدراء التحرير والمواقع العاملين في المواقع الاخبارية الالكترونية العراقية وبلاستعانة ببرنامج الحزمة الاحصائية spss، وبتطبيق معامل الفا كرونباخ تبين ان معامل الثبات يساوي ٠.٧٠ وهو معامل ثبات مقبول في القياسات الاحصائية، علما ان معامل الثبات المقبول من ٠.٦٠ فأعلى، مما يدل على وجود قدر معين من الموثوقية في نتائج التحليل وكما مبين ادناه .

جدول (١) اختبار الموثوقية	
عدد الاسئلة	الفا كرونباخ
٧	٠.٧٠

المبحث الثالث: انعكاسات تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحرير المحتوى الصحفي في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين العراقيين

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي العالمي، أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي واحدة من أبرز الأدوات التي تسهم في إعادة تشكيل أساليب إنتاج المحتوى الصحفي وتحريره. ولم تعد هذه التقنيات مجرد أدوات مساندة، بل أصبحت فاعلاً مؤثراً في سير العمل الصحفي، لاسيما في غرف الأخبار الرقمية. ومع تزايد الاعتماد على الأنظمة الذكية في تحليل البيانات، وصياغة الأخبار، واقتراح العناوين، بل وحتى إدارة جداول النشر، بات من الضروري

(*) أسماء المحكمين الخبراء:

١- أ.د. أكرم فرج عبد الحسين، الاعلام- الصحافة، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة المستقبل، بابل، العراق.

٢- أ.م.د. رياض محمد كاظم ، مركز البحوث والدراسات ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، بغداد ، العراق.

٣- أ.م.د. أنمار وحيد فيضي ، قسم الصحافة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، بغداد ، العراق.

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

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

الوقوف على انعكاسات هذا التحول التكنولوجي على مهنة الصحافة، من خلال رصد مواقف وتصورات الصحفيين العاملين في الميدان.

يناقش هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة قوامها (٢٠٠) صحفي ومحرر يعملون في عدد من المواقع الإخبارية الإلكترونية العراقية. ويهدف هذا الجزء من الدراسة إلى التعرف على مدى وعي الصحفيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وانطباعاتهم حول استخدامها في عمليات التحرير، فضلاً عن تحديد الإيجابيات والتحديات المرتبطة بتطبيق هذه التقنيات في البيئة الإعلامية المحلية.

وسيسهم تحليل إجابات العينة في بناء صورة واضحة عن مستوى التفاعل مع الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية العراقية، والكشف عن التغيرات المحتملة في أدوار المحررين وأساليب عملهم، بما يتيح توصيات علمية ومهنية يمكن أن تساعد في تحقيق تكامل أفضل بين الخبرة الصحفية والتقنيات الحديثة.

أولاً : المعلومات الديموغرافية

جدول (٢) توزيع المحررين الصحفيين في المواقع الالكترونية العراقية الاخبارية بحسب نوع الجنس

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	الجنس
الاولى	89.5	179	ذكر
الثانية	10.5	21	انثى
	100	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول (٢) ان النسبة العالية من المحررين الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية كانت من فئة الذكور فقد بلغت (٨٩.٥%)، بواقع فعلي بلغ (١٧٩) محرراً صحفياً وجاءوا بالمرتبة الاولى في تصنيف نوع الجنس بفارق كبير عن نسبة الاناث التي حلت بالمرتبة الثانية في تصنيف المحررين الصحفيين بمجموع (٢١) محررة صحفية وبنسبة (١٠.٥%)، مما يدل على اعتماد المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية على الذكور اكثر من الاناث.

جدول (٣) توزيع المحررين الصحفيين في المواقع الالكترونية العراقية الاخبارية بحسب العمر

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
الأولى	45	90	من ٢٩ - ٣٩ سنة
الثانية	27.5	55	من ٤٠ - ٥٠ سنة
الثالثة	15.5	31	من ١٨ - ٢٨ سنة
الرابعة	12	24	من ٥١ سنة فأعلى
	100	200	المجموع

توضّح بيانات الجدول (٣) توزيع المحررين الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية بحسب الفئة العمرية، فقد تصدرت الفئة العمرية (٢٩ - ٣٩ سنة)، تصنيف الفئات وحلت بالمرتبة الاولى بمجموع (٩٠) محرراً صحفياً وحصلت على اعلى نسبة مئوية بلغت (٤٥%)، تعقبها المرتبة الثانية الفئة العمرية (٤٠ - ٥٠ سنة) بواقع فعلي بلغ (٥٥)، محرراً صحفياً وبنسبة (٢٧.٥%)، اما الفئة الشبابية المتمثلة بالفئة العمرية (١٨ - ٢٨ سنة) فقد حلت بالمرتبة الثالثة بمجموع (٣١) محرراً صحفياً وبنسبة (١٥.٥%)، في حين جاءت بالمرتبة الرابعة والاخيرة الفئة العمرية من (٥١) سنة فأعلى بمجموع (٢٤) محرراً صحفياً وبنسبة (١٢%).

ويتضح من مؤشرات التوزيع التكراري والنسبي والرتبي ان المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية اعتمدت على الاعمار الشابة والمتوسطة العمر اكثر من غيرها من الفئات العمرية.

جدول (٤) توزيع المحررين الصحفيين في المواقع الالكترونية العراقية بحسب التحصيل الدراسي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	التحصيل الدراسي
الاولى	52	104	بكالوريوس
الثانية	22.5	45	ماجستير
الثالثة	10	20	دكتوراه
الرابعة	8.5	17	دبلوم
الخامسة	6	12	اعدادية
السادسة	1	2	دبلوم عالٍ
	100	200	المجموع

اظهرت بيانات الجدول (4) والتوزيع النسبي للمحررين الصحفيين العاملين في المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية ان حملة شهادة الدراسة الجامعية الاولى والدراسات العليا جاءت بالمراتب الثلاثة المتقدمة، وهو مؤشر جيد يعكس اهتمام المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية بالشهادات التي يمكن ان تؤهلهم لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بكفاءة، فقد جاء المبحوثون من حملة شهادة البكالوريوس بالمرتبة الاولى بواقع (١٠٤) محرراً صحفياً وبنسبة (٥٢%)، يعقبه بالمرتبة الثانية حملة شهادة الدراسات العليا (الماجستير والدكتوراه والدبلوم العالي) تباعاً بإجمالي بلغ (٦٧) محرراً

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)

صحفياً وشكلوا نسبة (٣٣.٥%)، يليه بالمرتبة الثالثة شهادة دبلوم بعد الاعدادية بواقع (١٧) محرراً وبنسبة (٦٨.٥%)، فيما حل بالمرتبة الأخيرة المبحوثين من حملة شهادة الاعدادية بواقع (١٢) محرراً وبنسبة (٦%)، وهذا يعني اعتماد المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية على شهادة البكالوريوس صعوداً .

جدول (٥) توزيع المحررين الصحفيين في المواقع الالكترونية العراقية الاخبارية بحسب الاختصاص

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرارات	الاختصاص
الاولى	44.5	89	صحافة
الثانية	25	50	صحافة إذاعية وتلفزيونية
الثالثة	14	28	اختصاصات أخرى غير إعلامية
الرابعة	6.5	13	علاقات عامة
الخامسة	5.5	11	ادارة واقتصاد
السادسة	2.5	5	حاسبات
السابعة	2	4	قانون
	100	200	المجموع

اظهرت بيانات الجدول (٥) ان الاختصاصات الاعلامية تصدرت ترتيب الفئات وحلت بالمرتبة الاولى بإجمالي بلغ (١٥٢) محرراً صحفياً من اصل (٢٠٠)، محرراً صحفياً توزعوا تبعاً حسب التمثيل النسبي الى اختصاص صحافة بواقع (٨٩)محرراً صحفياً وحصلوا على اعلى نسبة مئوية في هذا التوزيع بلغت (٤٥ %)، يعقبه اختصاص صحافة اذاعية وتلفزيونية بواقع (٥٠)، محرراً صحفياً وبنسبة (٤٤.٥%)، ثم اختصاص علاقات عامة بواقع (١٣)، محرراً صحفياً وبنسبة (٦.٥%)، فيما جاءت الاختصاصات الاخرى من غير ما ذكر بالجدول اعلاه بالمرتبة الثانية بواقع (٢٨) محرراً صحفياً وبنسبة (١٤%)، ثم اختصاص ادارة واقتصاد بالمرتبة الثالثة بواقع (١١)، محرراً صحفياً وبنسبة (٥.٥%)، ثم اختصاص حاسبات بالمرتبة الرابعة بواقع (٥)، محررين صحفيين وبنسبة (٢.٥%)، اما اختصاص قانون فقد حلت بالمرتبة الخامسة والاخيرة في تصنيف الاختصاصات بواقع (٤)، محررين صحفيين وبنسبة (٢ %)، ويتضح مما تقدم ان المواقع الالكترونية اعتمدت في عملها التحريري وادارته على حاملي تخصص الاعلام بكل فروعه اكثر من الاختصاصات الاخرى .

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

جدول (٦) التوزيع النسبي التراتبي للمحررين الصحفيين في المواقع الالكترونية العراقية الاخبارية بحسب العنوان الصحفي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	العنوان الصحفي
الاولى	33	66	محرر
الثانية	24.5	49	مراسل
الثالثة	13	26	سكرتير تحرير
الرابعة	12.5	25	مدير موقع
الخامسة	7	14	رئيس تحرير
السادسة	10	20	مدير تحرير
	100	200	المجموع

توزعت عناوين العاملين في الهرم التحريري للمواقع الالكترونية الاخبارية العراقية الى خمسة عناوين صحفية فقد جاء عنوان محرر بالمرتبة الاولى في ترتيب العناوين بواقع (٦٦)، محرراً صحفياً وحصلت هذه الفئة على نسبة (٣٣%)، يليه بالمرتبة الثانية العنوان الصحفي مراسل بواقع (٤٩)، مراسلاً وبنسبة (٢٤.٥%)، ثم سكرتير تحرير بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٦) سكرتيراً للتحرير وبنسبة (١٣%)، بينما جاء عنوان مدير موقع الكتروني بالمرتبة الرابعة بواقع (٢٥) مديراً وبنسبة (١٢.٥%)، اما عنوان رئيس تحرير فقد جاء بالمرتبة الخامسة بواقع (١٤) رئيساً للتحرير شارك في هذا الاستبيان وبنسبة (٧%)، بينما حل عنوان مدير تحرير بالمرتبة السادسة والاطيرة في تصنيف العناوين الصحفية بواقع (٢٠) مديراً للتحرير وبنسبة (١٠%)، أن العناوين الصحفية مثلت العينة تمثيلاً كاملاً.

ثانياً : تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحف العراقية

جدول (٧) مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وادارته

مستويات التطبيق	التكرارات	النسبة المئوية	المراتب	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية
ضعيف	52	26	الاولى	3.27	8.75	65.5
مقبول	45	22.5	الثانية			
متوسط	39	19.5	الثالثة			
جيد	34	17	الرابعة			
عالي	30	15	الخامسة			
المجموع	200	100				

اظهرت بيانات الجدول (٧) خمسة مستويات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة لاسيما في ادارة التحرير الصحفي من وجهة نظر المحررين الصحفيين ومدراء المواقع والتحرير العاملين في

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

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

المواقع الالكترونية العراقية الاخبارية فقد بلغ المعدل المرجح الموزون لمستويات التطبيق ٣.٢٧ اي بمستوى متوسط وبدرجة اهمية نسبية بلغت ٦٥.٥ % وبتشتت بسيط بين فئات مستويات التطبيق عن وسطها الحسابي يساوي ٨.٧٥ .

اما التوزيع النسبي بمستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة والتحرير الصحفي وادارته فقد جاء مستوى ضعيف بالمرتبة الاولى بواقع ٥٢ تكرارا وبنسبة ٢٦ % يعفيه مستوى مقبول بالمرتبة الثانية بواقع ٤٥ تكرارا وبنسبة ٢٢.٥ % ثم مستوى تطبيق متوسط بمجموع ٣٩ تكرارا وبنسبة ١٩.٥ % ، يليه مستوى جيد بالمرتبة الرابعة بواقع ٣٤ تكرارا وبنسبة ١٧ % ، في حين حل مستوى تطبيق عال بالمرتبة الاخيرة بواقع ٣٠ تكرارا وبنسبة ١٥ %.

ويتضح مما تقدم ان تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير الصحفي بالمواقع الاخبارية الالكترونية العراقية لم تتعدى مستوى الوسط اذ حل وسط المستويين مقبول وجيد ، وهذا يعني ان هذه التطبيقات في مجال الصحافة بشكل عام والتحرير الصحفي وادارته بشكل خاص لم تصل الى مستوى جيد او عالي ولا زالت عند حدود التطبيقات البسيطة كمساعد للمحررين الصحفيين .

جدول (٨) التغيرات التي طرأت على ادارة التحرير الصحفي بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	التغيرات
77	31.77	3.08	الاولى	37.5	75	تقليل الجهد الاداري والتحرير
			الثانية	36.5	73	تقليل الكادر التحرير
			الثالثة	22.5	45	امكانية المعالجة التحريرية دون تدخل من المحرر الصحفي
			الرابعة	3.5	7	تقليل وقت انجاز الاخبار والتقارير الصحفية
				100	200	المجموع

كشفت بيانات الجدول (٨) عن اربعة تغيرات طرأت في ادارة التحرير الصحفي بالمواقع الالكترونية الاخبارية العراقية ، فأول هذه التغيرات التي جاءت بالمرتبة الاولى تمثلت بتقليل الجهد الاداري والتحرير بمجموع (٧٥) تكراراً محققة نسبة مئوية بلغت (٣٧.٥%)، أي ان تطبيقات الذكاء الاصطناعي ساعدت ادارة التحرير والمحررين الصحفيين في انجاز اعمالهم الصحفية، اما المتغير الثاني الذي طرأ في عمل ادارة التحرير الصحفي والذي جاء بالمرتبة الثانية فقد تمثل بتقليل الكادر التحرير ، اذ جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بواقع (٧٣) تكراراً وبنسبة (36.5%)، أي ان

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

تطبيقات الذكاء الاصطناعي قللت من الكادر البشري بعد قيامها بإنجاز بعض الاعمال التحريرية دون الحاجة الى العنصر البشري .

اما المتغير الثالث الذي طرأ في ادارة التحرير الصحفي فتمثل في امكانية المعالجة التحريرية دون تدخل من المحرر الصحفي ، أي ان هذه التطبيقات تنوب عن المحررين الصحفيين في انجاز بعض مهام المحررين الصحفيين ، وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بواقع (٤٥) تكراراً وحصلت على نسبة مئوية بلغت (22.5%)

اما التغير الرابع والاخير الذي طرأ في ادارة التحرير الصحفي بفعل تطبيقات الذكاء الاصطناعي فقد تمثل بتقليل وقت انجاز تحرير الاخبار والتقارير الصحفية بواقع ٧ تكرارات ونسبة مئوية ٣.٥%.

وكان المعدل العام لاتفاق المبحوثين على وجود تغيرات في ادارة التحرير الصحفي الناجمة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمستوى متوسط اذ بلغ الوسط المرجح الموزون (٣.٠٨) من بين اربعة اوزان استخدمت في هذا القياس، اما مستوى الاهمية فقد بلغت درجته النسبية (٧٧%)، وبتشتت بسيط مثله الانحراف المعياري البالغة قيمته (٣١.٧٧).

ثالثاً : قياس درجة شدة اتجاه المحررين الصحفيين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي واثرها في التحرير الصحفي

جدول (٩) موقف المحررين الصحفيين من تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		لا أوافق		لا أوافق شدة		المتوسط الحسابي المرجح	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	م	ن	أ
اصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي ضرورة ملحة في العمل الصحفي بصورة عامة والتحرير الصحفي وادارته بشكل خاص	53	26.5	88	44	33	16.5	16	8	10	5	3.79	31.16	75.8%
ساعدتني تطبيقات الذكاء الاصطناعي من انجاز تحرير الاخبار والتقارير بسرعة كبيرة	77	38.5	81	40.5	24	12	10	5	8	4	4.04	36.16	80.9%

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

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

لم أمس أي تأثيرات جوهريّة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل إدارة التحرير الصحفي في المواقع الإلكترونية الإخبارية	37	18.5	50	25	49	24.5	54	27	10	5	3.25	17.93	65%
جعلتني تطبيقات الذكاء الاصطناعي ان اتكل عليها في التحرير الصحفي بعيدا عن التفكير بالتأثيرات السلبية للرسالة الإخبارية على الجمهور المستقبل لها	35	17.5	70	35	50	25	19	9.5	26	13	3.345	20.38	66.9%
أصبح الاتصال الإداري في التحرير الصحفي أفقياً بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي بعد ان كان رأسياً	74	37	49	24.5	28	14	40	20	9	4.5	3.695	24.20	73.9%

كشف التحليل الإحصائي لاتجاهات المحررين الصحفيين العاملين بالمواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية بشأن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة وأثرها في إدارة التحرير الصحفي ، اتفقهم غالباً بشأن العبارات الخاصة باتجاههم جميعها بدون استثناء والبالغ مجموعها ٥ عبارات، إذ بلغ الوسط الحسابي المرجح العام لإجاباتهم والذي يمثل المعدل العام الموزون (٣.٦٢٢)، وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغة قيمته (٣)، والذي يقع ضمن حدود المسافة بين الاتجاهات المحصورة قيمتها (٣.٤ - ٤.١٩) والتي تدل إحصائياً على اتفقهم غالباً بشأن أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة التحرير الصحفي، إذ كان الاهتمام بهذه التطبيقات بمستوى جيد بلغت درجة الأهمية النسبية للعبارات كلها ٧٢.٥% وبتشتت بسيط عام بين العبارات كلها عن الوسط المرجح العام بلغ (٢٥) ، مما يعني انسجام ميل المبحوثين نحو المعدل العام غالباً أكثر من بعده عنه .

وأُسفرت نتائج التحليل بعد استخراج المسافة بين كل اتجاه مع الاتجاهات الأخرى، ودلالاتها إحصائياً عن الآتي:

١. اتفاق المبحوثين بشأن ثلاثة عبارات تعبر عن اتجاههم غالباً بشأن أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة التحرير الصحفي وتمثلت هذه العبارات بـ (أصبحت تطبيقات الذكاء

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

الاصطناعي ضرورة ملحة في العمل الصحفي بصورة عامة والتحرير الصحفي وإدارته بشكل خاص ، ساعدتني تطبيقات الذكاء الاصطناعي من انجاز تحرير الاخبار والتقارير بسرعة كبيرة، أصبح الاتصال الإداري في التحرير الصحفي افقيا بعد دخول تطبيقات الذكاء الاصطناعي بعد ان كان رأسياً) إذ حلت الاوساط المرجحة الثلاث الموزونه بخمسة اوزان استخدمت في هذا القياس ضمن حدود مسافة الاتجاه مع الاتجاهات الأخرى المحصورة بين (٣.٤-٤.١٩)، ويدل ذلك احصائيا على اتفاقهم غالبا بشأن اثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي.

٢. أظهرت نتائج القياس ان المبحوثين وقفوا على الحياد بشأن عبارتين ، وتمثلت هذه العبارات بـ (لم ألمس أي تأثيرات جوهريّة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل ادارة التحرير الصحفي في المواقع الالكترونية الاخبارية ، جعلتني تطبيقات الذكاء الاصطناعي ان اتكل عليها في التحرير الصحفي بعيدا عن التفكير بالتأثيرات السلبية للرسالة الاخبارية على الجمهور المستقبل لها)، فقد حلت الوساطان المرجحان لإجابتهما ضمن حدود مسافة الاتجاه مع الاتجاهات الأخرى المحصورة بين (٢.٦ - ٣.٣)، وتدل هذه الحدود في مسافة اتجاههم انهم غير متأكدين من اتجاههم وموقفهم نحو مضمون العبارتين .

ويتضح مما تقدم ان غالبية المبحوثين يتجهون نحو وجود اثر لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال ادارة التحرير الصحفي .

رابعا : العلاقات الارتباطية واثبات صحة الفرضيات من عدمها

الفرضية الاولى : لا توجد فروق نوعية بين المبحوثين من حيث نوع الجنس (ذكر وانثى) ازاء مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي

ثبت احصائيا باستخدام برنامج الحزمة الاحصائية (spss) وبتطبيق مربع كاي الذي يستخدم لبيان الفروق بين مجموعتين عدم وجود فروق احصائية بين مجموعتي الذكور والاناث ازاء مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة وإدارة التحرير الصحفي، اذ اظهرت النتائج ان القيمة المحتسبة البالغة (١) اقل من القيمة الجدولية البالغة ٩.٤٩ تحت مستوى معنوية ٠.٠٥ ، اي بنسبة ثقة ٩٥ % ونسبة شك ٥ % ، مما يعني ان المجموعتين متساوية في اتجاهها نحو مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي ، وبذلك نعتمد الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة .

والجدول الاتي يبين نتائج اختبار مربع كاي والذي يوضح حدود العلاقة بين المجموعتين ازاء مستويات التطبيق:

جدول (١٠) نتائج اختبار مربع كاي بين الذكور والاناث ومعدل استخدامهما للصحف الالكترونية

مستوى معنوية	درجة الحرية	قيمة الاختبار المحتسبة	القيمة الجدولية
0.05	4	1	9.49

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

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

الفرضية الثانية : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من حيث الفئات العمرية والتحصيل الدراسي ازاء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي .

ثبت احصائيا باستخدام برنامج الحزمة الاحصائية (spss) وبتطبيق اختبار تحليل التباين الاحادي (انوفا) الذي يستخدم لبيان الفروق بين اكثر من مجموعتين عدم وجود فروق احصائية بين الفئات العمرية ازاء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة واثرها في التحرير الصحفي اذ اظهرت النتائج ان قيمة f المحتسبة البالغة (٠.٥٢٤) اقل من القيمة الجدولية البالغة (٣.٧٨٧) تحت مستوى معنوية ٠.٠٥ ، اي بنسبة ثقة ٩٥ ٪ ونسبة شك ٥ ٪ ، مما يعني ان الفئات العمرية لا تختلف في مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير الصحفي ، وبذلك نعتمد الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة .

كما ثبت احصائيا عدم وجود فروق احصائية بين مجموعات التحصيل الدراسي ازاء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة واثرها في التحرير الصحفي اذ اظهرت النتائج ان قيمة f المحتسبة البالغة البالغة (٠.١٤٩) اقل من القيمة الجدولية البالغة (٥.٠٥٠٣) تحت مستوى معنوية ٠.٠٥ ، اي بنسبة ثقة ٩٥ ٪ ونسبة شك ٥ ٪ ، مما يعني ان التحصيل الدراسي لا يختلف في مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير الصحفي ، وبذلك نعتمد الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة .

والجدولين الآتيين يبينان نتائج اختبار تحليل التباين الاحادي (انوفا) والذي يوضح حدود العلاقة بين مجموعات الفئات العمرية والتحصيل الدراسي ازاء مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي

جدول (١١) يبين نتائج اختبار تحليل التباين (انوفا) بين الفئات العمرية ومستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي

التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحتسبة
بين المجموعات	٢٢٢.٢٢٢٢٢٢٢٢٢٢٣	١	٢٢٢.٢٢٢٢٢٢٢٢٢٢٣	٠.٥٢٤
داخل المجموعات	٢٩٦٨	٧	٤٢٤	
المجموع	٣١٩٠.٢٢٢٢٢٢٢٢٢٢٢	٨		

جدول (١٢) يبين نتائج اختبار تحليل التباين (انوفا) بين التحصيل الدراسي ومستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي

التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحتسبة

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

بين المجموعات	١٢١.٢١٢١٢١٢١٢١٢٢	١	١٢١.٢١٢١٢١٢١٢١٢٢
داخل المجموعات	٨١٣.٠٣٧٠	٩	٧٣١٧.٣٣٣٣٣٣٣٣٣٣٣
المجموع		١٠	٧٤٣٨.٥٤٥٤٥٤٥٤٥٤٥

الفرضية الثالثة : هناك علاقة طردية موجبة بين مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي والتغيرات التي طرأت على ادارة التحرير الصحفي ثبت احصائيا باستخدام معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة طردية موجبة ذات دلالة احصائية بين مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة والتغيرات التي طرأت في ادارة التحرير الصحفي ، أي كلما زادت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة زادت التغيرات في ادارة العمل الصحفي وكلما قلت تقل معها هذه التغيرات ، فقد بلغت القيمة المحتسبة لمعامل الارتباط ٠.٩١٥ ، وهي اعلى من القيمة الجدولية البالغة (٠.٨٧٨) عند مستوى معنويه ٠.٠٥ وبدرجة حرية ٣ ، مما يدل على ان قوة الارتباط بين المتغيرين كانت عالية جدا وان الارتباط معنوي ودال احصائيا .

والجدول الاتي يوضح حدود هذه العلاقة .

جدول (١٣) نتائج تطبيق معامل ارتباط بيرسون بين مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة والتغيرات التي طرأت في ادارة التحرير الصحفي

مستويات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة	التغيرات التي طرأت في ادارة التحرير الصحفي
القيمة المحتسبة	٠.٩١٥
القيمة الجدولية	٠.٨٧٨
مستوى معنوية	٠.٠٥

النتائج والاستنتاجات

اسفرت الدراسة الميدانية عن النتائج العامة الاتية :

١ . اتفاق اغلب المحررين الصحفيين على وجود اثر واضح لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة التحرير الصحفي اذ بلغ الوسط المرجح العام الموزون (٣.٦٢٢) من بين خمسة اوزان استخدمت في هذا القياس ، ونستنتج من ذلك ان غالبية المحررين الصحفيين في المواقع الاخبارية الالكترونية يميلون الى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بعد ان اصبحت ضرورة لمجارات التطورات الهائلة في ميدان الاتصال والمعلوماتية.

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

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

٢ . اظهرت نتائج البحث اهتمام بمستوى جيد للمبوحثين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وإدارة التحرير الصحفي إذ بلغت درجة الأهمية النسبية العامة ٧٢.٥ % ، ونستنتج من ذلك ان المبوحثين يتقبلون استخدام التقنيات في عملهم الصحفي.

٣ . بلغ المعدل العام لاتفاق المبوحثين على وجود تغيرات في إدارة التحرير الصحفي الناجمة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي (٣.٠٨) من بين أربعة اوزان استخدمت في هذا القياس وبمستوى متوسط وبدرجة أهمية نسبية بلغت (٧٧%)، وبتشتت بسيط مثله الانحراف المعياري البالغة قيمته (٣١.٧٧)، ونستنتج من ذلك ان تطبيقات الذكاء الاصطناعي احدثت تغيرات في إدارة التحرير الصحفي من حيث تقليل الجهد والكادر التحريري والزمن في انتاج الاخبار والتقارير.

٤ . اظهرت نتائج البحث ان تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التحرير الصحفي بالمواقع الاخبارية الالكترونية العراقية لم تتعدى مستوى الوسط إذ حل هذا المستوى وسطاً بين مستوي مقبول وجيد ، وهذا يعني ان هذه التطبيقات في مجال الصحافة بشكل عام والتحرير الصحفي وإدارته بشكل خاص لم تصل الى مستوى جيد او عالي ولا زالت عند حدود التطبيقات البسيطة كمساعد للمحررين الصحفيين .

المصادر والمراجع

١ . امجد المنيف. (٢٠٢١). الصحافة في عصر البيانات والذكاء الاصطناعي قراءة خاصة ٢٤٤. مركز سمت للدراسات.

٢ . بشير عرنوس . (٢٠٠٧). الذكاء الصناعي. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

٣ . ثورندايك، روبرت ، و وهجين، اليزابث . (١٩٨٩). القياس والتقويم في علم النفس والتربية (المجلد ٤). (عبد الله زيد الكيلاني، و عبد الرحمن عدس ، المترجمون) عمان.

٤ . جبر مجيد حميد العتابي. (١٩٩١). طرق البحث الاجتماعي. الموصل: جامعة الموصل ، دار الكتب للطباعة والنشر .

٥ . رجاء وحيد دويدري. (٢٠٠٨). البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. دمشق: دار الفكر.

٦ . روجر ويمر، و جوزيف دومينيك. (٢٠١٣). مدخل الى مناهج البحث الاعلامي. (صالح ابو اصبع، و فاروق منصور، المترجمون) بيروت: المنظمة العربية للترجمة.

المدرس الدكتور أريج ناظم يونس

- ٧ . سارة شعبان حسن زغلول. (مايو، ٢٠٢١). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية زذررها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات دراسة تطبيقية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري - كلية الاعلام - جامعة بني سويف.
- ٨ . عبير عبد الرحمن الزامل، و رامي علي الدعيجي. (ابريل، ٢٠٢٤). اتجاهات الجمهور العربي نحو تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الاعلام التقليدية ٠ دراسة ميدانية. مجلة الفنون والادب وعلوم الانسانيات والاجتماع.
- ٩ . عصام لعياضي ، ، و لخضر عشب. (سبتمبر، ٢٠٢١). نماذج عن تطبيق الذكاء الاصطناعي في علوم الرياضة. مجلة علوم الأداء الرياضي، العدد ١ خاص.
- ١٠ . محمد تيسير . (٢٨ ، ١ ، ٢٠٢٢). <https://blog.ajsrp.com>. تم الاسترداد من المؤسسة العربية للعلوم ونشر الابحاث.
- ١١ . محمد منير حجاب. (٢٠٠٣). أساليب البحوث الاعلامية والاجتماعية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ١٢ . نسرين محمد سعيد زارع. (١١ مايو، ٢٠٢١). مقارنة ثبات درجات الاختبار في ظل مجموعة من الاشتراطات - دراسة محاكاة مونت كارلو. المجلة التربوية، العدد ٨٨ ح ٢، ١١٠٨ - ١١٧٤.
- ١٣ . هالة احمد الحسني، و دعاء هشام جمعه. (٢٠٢٤). الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الاعلامية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

14. Nicholas Diakopoulos, & Hannes Cooles. (2024). *Uses of Generative AI in the Newsroom: Mapping Journalists perceptions of perils and possibilities.*