

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)

تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية

الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية: دراسة ميدانية

The Impact of Generative Artificial Intelligence Technologies on the Credibility of News in Iraqi Television Channels: A Field Study

م.م. محمود حميد إبراهيم المشهداني

Mahmoud Hameed Ibrahim Al-Mashhadani

جامعة سامراء – كلية الآداب – قسم الإعلام

University of Samarra – Faculty of Arts – Department of Media Studies
المستخلص:

سعى البحث إلى رصد أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في القنوات التلفزيونية العراقية على مصداقية الأخبار والتعرّف على مدى استخدام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار وتحريرها وبنّائها للجمهور، وتم اختيار عينة قصدية (عمدية) من القائمين بالاتصال في خمس قنوات تلفزيونية عراقية تمثل اتجاهات متنوعة في المشهد الإعلامي بلغ عدد أفراد العينة ١٥٠ مبحوثاً من العاملين في الأقسام الإخبارية فيها، وتوصل البحث لعدد من النتائج أهمها أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي أصبح واقعاً متنامياً داخل غرف الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية، حيث يستخدمه القائمون بالاتصال بدرجات متفاوتة في إعداد وصياغة الأخبار. وقد تبين أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تسريع العمل الإخباري وتوفير الوقت والجهد، مع المحافظة على مستوى جيد من الجودة، رغم أن التدريب على هذه التقنيات لا يزال محدوداً ويحتاج إلى دعم مؤسسي أكبر.

الكلمات الافتتاحية: تقنيات الذكاء الاصطناعي، الذكاء الاصطناعي التوليدي، مصداقية الأخبار، التلفزيون العراقي

Abstract:

This field study aimed to analyze the impact of employing generative artificial intelligence (AI) technologies in Iraqi television channels on news credibility and to determine the extent to which communication professionals use these technologies in producing, editing, and broadcasting news. A purposive sample of 150 professionals from the news departments of five Iraqi TV channels—representing diverse media orientations—was selected. The study found that generative AI has become an increasingly present reality within Iraqi newsrooms, used to varying degrees in preparing and writing news content. AI contributes to faster

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

news production, saving time and effort while maintaining good quality, though training remains limited and requires stronger institutional support. The most commonly used tools are generative writing systems such as ChatGPT, while visual and data analysis tools are less prevalent

keywords: Artificial Intelligence Technologies, Generative Artificial Intelligence, News Credibility, Iraqi Television

مقدمة

شهد العالم خلال العقد الأخير ثورة تكنولوجية غير مسبوقة تمثلت في بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، التي باتت قادرة على إنتاج نصوص وصور وفيديوهات ومقاطع صوتية تحاكي الواقع بدقة مذهلة وقد أحدث هذا التحول العميق نقلة نوعية في بيئة الاتصال والإعلام، حيث أصبحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي أداة أساسية في جمع الأخبار وصياغتها وتحريرها. غير أن هذه القدرات المتنامية تطرح في المقابل إشكالية خطيرة تتعلق بمصداقية المحتوى الإعلامي، ولا سيما في القنوات التلفزيونية التي تُعد مصدرًا رئيسًا للثقة لدى الجمهور العربي. فكلما ازدادت قدرة التقنية على محاكاة الواقع، ازداد خطر تزييفه وتضليل المتلقي عبر ما يُعرف بـ "الديب فيك" أو المحتوى الزائف عالي الدقة^(١).

وتواجه القنوات التلفزيونية العراقية اليوم هذا التحدي بصورة متزايدة، إذ أصبحت مهددة بتسرب مواد مصنعة آليًا إلى فضاء البث أو التداول الإعلامي، سواء بقصد تضليل الرأي العام أو بغرض المنافسة الإعلامية غير المشروعة. ويعاني المشاهد العراقي من صعوبة التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف، في ظل بيئة إعلامية مزدحمة بالأخبار العاجلة والمقاطع المنتشرة على المنصات الرقمية. وتشير دراسات محلية إلى أن بعض المؤسسات الإعلامية في العراق بدأت بالفعل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج التقارير وتحليل البيانات، غير أن الوعي بحدود هذه الأدوات وضوابط استخدامها ما زال محدودًا نسبيًا^(٢).

والتداخل بين الاستخدامات المشروعة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الكفاءة الإعلامية، والاستخدامات المضلّة التي تستغلها لتزييف الحقيقة، يمثل جوهر الإشكالية التي تتناولها هذه الدراسة. فبينما يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع عمليات التحرير وتحسين جودة الصورة والصوت، فإنه يفتح الباب أمام مخاطر جسيمة تتعلق بتزييف الوقائع ونشر محتوى غير موثوق قد يضرب مصداقية المؤسسة الإعلامية في الصميم وتظهر تجارب دولية مثل حالات إنتاج نشرات أخبار مزيفة تحمل شعارات قنوات عالمية، كيف يمكن لهذه التقنيات أن تُستغل في الحروب الإعلامية والنزاعات السياسية لتوجيه الرأي العام بطرق غير أخلاقية^(٣).

(١) إيمان القلشي وريم سرور، احجام اللقطات وزوايا الكاميرا في السينما والتلفزيون: مصدر إلهام جديد لتصميمات المعلقات النسبجية المطبوعة باستخدام الذكاء الاصطناعي، مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا بحوث علمية وتطبيقية جامعة كفر الشيخ مج ٣١ ع ١٤، ٢٠٢٤م، ص ٦١٨.

(2) Faraj, G. A. 2024. "The Role of Artificial Intelligence in Distinguishing Between True and Fake News on Television Channels in Kurdistan Region - Iraq." Twejer (Soran University Journal), December 23, 2024. <https://journals.soran.edu.iq/>

(٣) محمد العطار، دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات المقدمة في القنوات الإخبارية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية مج ٧٢ ع ٢٤، ٢٠٢٤م، ص ١٢١٩.

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)

وفي ضوء هذه التحولات، تبرز الحاجة الملحة إلى وضع سياسات تحريرية واضحة وإجراءات تحقق متعددة المستويات داخل القنوات التلفزيونية العراقية. ويشمل ذلك تدريب الكوادر الصحفية على استخدام أدوات كشف التزييف الرقمي، وتعزيز الثقافة الإعلامية لدى العاملين والمشاهدين على حد سواء، لضمان التمييز بين الخبر الحقيقي والمحتوى الاصطناعي. كما توصي المنظمات الدولية المتخصصة في أخلاقيات الصحافة بضرورة تبني أطر تنظيمية تضمن الشفافية في الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وربط ذلك بمعايير النزاهة والمساءلة الإعلامية^(١)

وانطلاقاً من هذا تسعى هذه الدراسة الميدانية إلى تحليل أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في القنوات التلفزيونية العراقية على مصداقية الأخبار كما يدركها الجمهور وتتبع أهمية البحث من محاولته الربط بين التطور التقني السريع والتحويلات القيمية في الممارسة الإعلامية، عبر رصد مستوى ثقة الجمهور بالمحتوى الذي تقدمه القنوات العراقية، ومدى وعيه بخطر المحتوى المصنّع. ومن المتوقع أن تسهم نتائج هذه الدراسة في تقديم إطار علمي وتوصيات عملية تساعد المؤسسات الإعلامية العراقية على تحقيق توازن دقيق بين توظيف الذكاء الاصطناعي لخدمة المصداقية، والوقاية من مخاطره على ثقة الجمهور وسمعة القنوات التلفزيونية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

يشهد المشهد الإعلامي العراقي تحولات عميقة في ظل التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت تلعب دوراً متزايداً في إنتاج المحتوى التلفزيوني وإدارته. ومع ظهور ما يُعرف بالذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI)، أصبحت القنوات التلفزيونية قادرة على استخدام خوارزميات متقدمة في إعداد النصوص الإخبارية، وتصميم الصور والفيديوهات، وتحليل البيانات الإعلامية بسرعة ودقة تفوق القدرات البشرية. غير أن هذا التطور التقني، رغم ما يحمله من مزايا في تحسين كفاءة الأداء الإعلامي وتسريع دورة إنتاج الخبر، يثير في المقابل تحديات مهنية وأخلاقية تمس جوهر المصداقية الإخبارية التي تُعد حجر الزاوية في ثقة الجمهور بالإعلام فالمحتوى المنشأ آلياً يمكن أن يتجاوز حدود الاستخدام المشروع إلى إنتاج مواد مزيفة أو مضللة قد يصعب التحقق من صحتها، وهو ما يهدد نزاهة القنوات التلفزيونية ويضعها أمام مسؤولية جديدة في ضبط معايير التحقق والمساءلة الإعلامية.

في ظل هذا الواقع المتغير تواجه القنوات التلفزيونية العراقية معضلة حقيقية تتمثل في مدى تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية الأخبار التي تقدمها للجمهور إذ يُلاحظ أن بعض القنوات بدأت توظيف هذه التقنيات في إعداد النشرات والتقارير دون وجود سياسات تحريرية واضحة تنظم حدود استخدامها أو آليات الإفصاح عنها ومن جهة أخرى يتزايد اعتماد الجمهور العراقي على الوسائط الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار ما يجعل من الصعب عليه التمييز بين المحتوى التلفزيوني الحقيقي والمحتوى المزيف الذي تُنتجه أدوات الذكاء الاصطناعي ومن هنا تبرز مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية؟

(١) إيمان القلشي وريم سرور، مرجع سابق، ص ٦٢١.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

ثانياً: تساؤلات الدراسة

١. إلى أي مدى يستخدم القائمون بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار وتحريرها؟
٢. ما أبرز أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي يوظفها القائمون بالاتصال داخل القنوات التلفزيونية العراقية؟
٣. كيف يقيم القائمون بالاتصال تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على دقة الأخبار ومصداقيتها في القنوات التي يعملون بها؟
٤. ما مستوى وعي القائمين بالاتصال بالمخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار؟
٥. إلى أي مدى يرى القائمون بالاتصال أن توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي يؤثر في ثقة الجمهور بالقنوات التلفزيونية العراقية؟
٦. ما التحديات التي يواجهها القائمون بالاتصال أثناء دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في العملية الإخبارية؟
٧. ما المقترحات التي يقدمها القائمون بالاتصال لضمان توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي بما يعزز مصداقية الأخبار ويحافظ على ثقة الجمهور؟

ثالثاً: أهمية البحث

■ الأهمية العلمية

١. إثراء المعرفة الإعلامية المعاصرة من خلال تناول أحد الموضوعات الحديثة في الدراسات الإعلامية، والمتمثل في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي وأثرها على مصداقية المحتوى الإخباري في البيئة التلفزيونية العراقية.
٢. سدّ فجوة بحثية في الأدبيات الإعلامية العربية والعراقية حول العلاقة بين التطورات التكنولوجية الحديثة ومصداقية الأخبار، إذ ما تزال الدراسات في هذا المجال محدودة مقارنة بما هو متوافر في السياقات الغربية.
٣. تطوير الإطار النظري لفهم التفاعل بين الإنسان والآلة في العملية الإخبارية، من خلال تحليل دور القائمين بالاتصال في توجيه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي بما يحافظ على المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام.

■ الأهمية التطبيقية

١. تقديم مؤشرات عملية لمؤسسات الإعلام العراقي حول كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار دون المساس بالمصداقية أو مصدّرية المحتوى.
٢. مساعدة القائمين بالاتصال وصنّاع القرار الإعلامي في وضع سياسات وضوابط مهنية لتنظيم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بما يعزز ثقة الجمهور بالقنوات التلفزيونية العراقية.
٣. إسهام النتائج في بناء برامج تدريبية وتأهيلية للعاملين في القنوات العراقية تُعنى بكيفية التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي واستخدامها ضمن حدود المسؤولية الإعلامية والمهنية.

رابعاً: أهداف الدراسة

١. التعرف على مدى استخدام القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار وتحريرها وبثّها للجمهور.
٢. تحديد أبرز أنواع وأشكال تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في الممارسات الإخبارية داخل القنوات العراقية.

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)

٣. تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي على دقة الأخبار ومصداقيتها من وجهة نظر القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية.
٤. رصد مستوى الوعي المهني والأخلاقي لدى القائمين بالاتصال تجاه المخاطر المحتملة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري.
٥. قياس تصورات القائمين بالاتصال حول تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي في ثقة الجمهور بالقنوات التلفزيونية العراقية ومصداقية أخبارها.
٦. الكشف عن أبرز التحديات التقنية والمهنية والتنظيمية التي يواجهها القائمون بالاتصال عند دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار.
٧. اقتراح مجموعة من الآليات والتوصيات العملية التي تضمن الاستخدام الآمن والمسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي بما يدعم مصداقية الأخبار ويعزز الثقة الإعلامية.

خامساً: حدود البحث ومجالاته

- **المجال الموضوعي:** يتحدد المجال الموضوعي لهذا البحث في دراسة تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية، من خلال تحليل طبيعة توظيف هذه التقنيات في إنتاج المحتوى الإخباري، ومدى انعكاسها على معايير الدقة، والموضوعية، والشفافية في معالجة الأخبار. ويشمل هذا المجال تحليل الممارسات المهنية للقائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية، وتقييم تصوراتهم حول تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على جودة ومصداقية المحتوى الذي يُقدّم للجمهور.
- **المجال المكاني:** يقتصر المجال المكاني للبحث على القنوات التلفزيونية العراقية التي تبث من داخل العراق، وتشمل عينة من القنوات الحكومية والخاصة والحزبية، مثل قناة العراقية الإخبارية، وقناة الشرقية، وقناة السومرية، وقناة الفرات، وقناة دجلة وقد تم اختيار هذه القنوات لكونها من أبرز المؤسسات الإعلامية التي تعتمد على الأخبار كعنصر محوري في بثها، ولأنها تتمتع بانتشار واسع وتأثير مباشر على الرأي العام العراقي.
- **المجال الزمني:** يغطي المجال الزمني للبحث الفترة الممتدة من بداية عام ٢٠٢٣ حتى نهاية عام ٢٠٢٤، وهي فترة شهدت توسعاً متزايداً في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في المؤسسات الإعلامية حول العالم، وبدأت خلالها القنوات العراقية بالانخراط في التحول الرقمي وتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار وبرامج التحليل السياسي. ونتيجة هذه الفترة رصد مدى إدراك القائمين بالاتصال للتحويلات التقنية وأثرها في مصداقية العمل الإعلامي.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

- **مجتمع البحث:** يتكوّن مجتمع البحث من جميع القائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية، سواء الحكومية أو الخاصة أو الحزبية، ممن يشاركون في مراحل إعداد الأخبار وصياغتها وتحريرها وبثّها. ويشمل المجتمع فئات متعددة مثل المحررين، والمعدّين، والمراسلين، والمخرجين، ورؤساء التحرير، ومديري الأخبار، والعاملين في أقسام المونتاج والتحليل الإعلامي، الذين لديهم تعامل مباشر مع أدوات الذكاء الاصطناعي أو إشراف مهني عليها.
- **عينة البحث:** تم اختيار عينة قصدية (عمدية) من القائمين بالاتصال في خمس قنوات تلفزيونية عراقية تمثل اتجاهات متنوعة في المشهد الإعلامي، وهي: العراقية الإخبارية (رسمية حكومية)، الشرقية (خاصة)، السومرية (مستقلة)، الفرات (تابعة لجهة حزبية)، ودجلة (خاصة ذات توجه ليبرالي)، بلغ عدد أفراد العينة ١٥٠ مبحوثاً من العاملين في الأقسام الإخبارية لهذه القنوات، ممن

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

تتوفر لديهم خبرة عملية لا تقل عن ثلاث سنوات في العمل الإعلامي. وقد تم اختيار العينة وفق معايير تشمل:

- المشاركة الفعلية في إنتاج الأخبار أو الإشراف عليها.
- المعرفة أو التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي.
- تمثيل تنوع جغرافي ومهني داخل المؤسسة الإعلامية.

سابعاً: نوع البحث ومنهجه

- **نوع البحث:** يُعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التحليلية الميدانية، إذ يسعى إلى وصف وتحليل واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في القنوات التلفزيونية العراقية، وبيان مدى تأثيرها في مصداقية الأخبار من وجهة نظر القائمين بالاتصال وتتمثل الطبيعة الوصفية للبحث في رصد خصائص وأساليب الاستخدام، بينما تتجلى الطبيعة التحليلية في تفسير انعكاس هذا الاستخدام على الأداء المهني ومعايير الثقة والمصداقية.

- **منهج البحث:** اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان الميداني لجمع البيانات من القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية. كما تم دعم النتائج ببيانات تحليلية نوعية من مقابلات محدودة مع عينة من رؤساء التحرير ومديري الأخبار، لتفسير المؤشرات الإحصائية ومناقشة المعاني المهنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي.

ثامناً: أدوات جمع البيانات

اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على أداة الاستبيان بوصفها الوسيلة الرئيسة لجمع المعلومات الكمية من القائمين بالاتصال، إلى جانب مقابلات شبه مقننة مع عدد من المسؤولين في الأقسام الإخبارية لتفسير المؤشرات النوعية، وقد صُمم الاستبيان في ضوء أهداف وتساؤلات البحث، وتضمن أربعة محاور رئيسية:

• البيانات العامة: وتشمل المتغيرات الديموغرافية والمهنية (العمر، الوظيفة، سنوات الخبرة، نوع القناة).

• محور استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي: لقياس مدى انتشار وتنوع أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار.

• محور تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على المصداقية: لتقييم آراء القائمين بالاتصال حول أثر هذه التقنيات في دقة الأخبار وشفافيتها.

• محور التحديات والمقترحات: لقياس وعي القائمين بالاتصال بالمخاطر المهنية والأخلاقية، واستطلاع آرائهم حول سبل الاستخدام الآمن والمسؤول للتقنيات الحديثة.

تم التأكد من صدق الأداة عبر عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام كما تم التحقق من ثباتها باستخدام معادلة (كرونباخ ألفا) للتأكد من اتساق بنودها. واعتمد الباحث التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS) لاستخراج التكرارات والنسب المئوية واختبار العلاقات الارتباطية، بما يضمن دقة النتائج وموضوعية الاستنتاجات.

تاسعاً: الدراسات السابقة

١. دراسة ثريا السنوي (٢٠٢٤):^(١)

وهي بعنوان "الذكاء الاصطناعي وتحولات الإعلام في العالم العربي" وقد سعت إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإعلامي العربي وتأثيره على تعزيز الهوية الوطنية

(١) ثريا السنوي، الذكاء الاصطناعي وتحولات الإعلام في العالم العربي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد ٤٥٥، ٢٠٢٤م، ص ٦-٣٤.

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)

واعتمدت الدراسة على تحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، مع استعراض أمثلة واقعية من مؤسسات إعلامية عربية وأشارت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي من خلال تحليل البيانات بشكل أسرع وأعمق، مما يتيح تقديم محتوى أكثر دقة وتفاعلية كما أشارت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي قدم فرصاً كبيرة للإعلام العربي لتطوير المحتوى بما يتناسب مع متطلبات العصر الحديث وتقديم رسائل أكثر استهدافاً وتأثيراً.

٢. سماح جمال محمد وزهرة جلال حلمي جمعة (٢٠٢٤) (١)

وتناولت الدراسة المستحدثات التكنولوجية المتقدمة في إنتاج الصور الفوتوغرافية والمتحركة داخل الاستوديوهات الافتراضية الرقمية ومدى تطور التقنيات الحديثة في مجال إنتاج الصور الثابتة والمتحركة، مع التركيز على الاستوديوهات الافتراضية الرقمية التي تعتمد على تقنيات متقدمة مثل الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي وهدفت الدراسة إلى توضيح كيفية تأثير هذه المستحدثات على جودة الإنتاج الإعلامي وطرق استخدامها في تحسين التجربة البصرية للمشاهدين. كما سعت إلى استكشاف التحديات والفرص التي تتيحها هذه التقنيات للعاملين في مجالات الإعلام واعتمدت الدراسة على تحليل تقني معمق وأجرت مقارنة بين الاستوديوهات التقليدية والافتراضية الرقمية، حيث أظهرت النتائج أن الاستوديوهات الافتراضية قادرة على تقديم مرونة أكبر وتكاليف إنتاج أقل مع الحفاظ على الجودة العالية، مما يعزز من استخدام هذه التقنيات في المستقبل.

٣. دراسة رضا عبد الواحد أمين (٢٠٢٣) (٢)

وهي بعنوان "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الخطاب الدعوي: الفرص والتحديات" وقد سعت إلى التعرف على فرص وتحديات توظيف تقنيات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الديني التوعوي وتوصلت إلى الاستنتاجات التالية أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تقنية تسهم في تطوير الأعمال الذهنية التي يقوم بها العقل البشري، وأنها وجدت لمساعدة العقل البشري في سرعة الحصول على المعلومات والبيانات والتقارير والمقالات، وليست بديلاً عنه، وأنه توجد تجارب ناجحة في توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، مثل إنتاج التقارير الإعلامية اعتماداً على البيانات الضخمة التي تغذى بها برمجيات الذكاء الاصطناعي، وتحرير الصور والفيديو في وقت قياسي.

٤. دراسة مي مصطفى عبدالرازق (٢٠٢٢): (٣)

وهي بعنوان "تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية" وقد سعت للتعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence، وتأثير ذلك على واقع ممارساتهم الإعلامية ومحاولة استقراء مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (٤٥١) مفردة من القائمين بالاتصال مقسمة إلى عينة قوامها (٢٦٥) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية المصرية و (١٨٦) مفردة من المنتمين للوسائل الإعلامية العربية بمختلف الإدارات

(١) سماح جمال محمد وزهرة جلال حلمي جمعة، المستحدثات التكنولوجية المتقدمة في إنتاج الصور الفوتوغرافية والمتحركة داخل الاستوديوهات الافتراضية الرقمية، المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي مج ٣ ع ٣، ٢٠٢٤، ص ص ١١٥-١٣٢.

(٢) رضا عبد الواحد أمين، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الخطاب الدعوي: الفرص والتحديات، مجلة البحوث الإعلامية ع ٦٧ م ٣، (جامعة الأزهر كلية الإعلام، ٢٠٢٣)، ص ص ١٣٩٦-١٤١٠.

(٣) مي مصطفى عبدالرازق، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الواقع والتطورات المستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الأعلام ع ٨١، ٢٠٢٢، ص ص ١-٧٤.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

والأقسام خاصة ذات الصلة بالبيئة الرقمية ، وذلك من خلال توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها يتابع المبحوثين الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع ، ويأتي ذلك في إطار أن الذكاء الاصطناعي أصبح حاضرا نعيشه وسط جدال مستمر حول فوائده المدركة ومخاطره المحتملة وقدراته المتطورة باستمرار، كما أشار المبحوثين إلى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية ، وتؤكد هذه النتيجة أهمية تلك التقنيات وضرورة العمل على امتلاكها واستثمارها والاستفادة مما تحقّقه من إيجابيات ولكن تحت إشراف ومتابعة دقيقة من العنصر البشري، وجاءت المجالات الأكثر استخداما لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفقا لآراء المبحوثين بالترتيب كالتالي : (المجال التسويقي) ، ثم (المجال الإعلامي) وأخيرا (المجال الفني والإداري) وتمثلت أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر عينة الدراسة في (صحافة البيانات كتحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال) ، (تقنيات الترجمة الآلية للغات الأخرى) ، (استخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار من الاستوديو أو ميدانيا).

٥. دراسة أحمد علي (٢٠٢٢م)^(١)

وجاءت بعنوان "تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية" وسعت الى التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في العمل الصحفي ورصد أبرز معوقات تبني المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات وتأتي أهمية هذه الدراسة من كون صحافة الذكاء الاصطناعي خلقت عهد جديدا في صناعة الإعلام ، مما جعل المؤسسات الإعلامية امام العديد من التحديات مستوى البنية التحتية وتبني التقنيات في غرف الاخبار وفي كافة مجالات العمل الإعلامي وتقع هذه الدراسة ضمن نوعية الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للتوصل إلى إجابات تساؤلات وفروض الدراسة و إلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منظم . ومن أبرز نتائج الدراسة أن لدى الصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي لكن أيضاً أظهرت النتائج أن لدى ٢٤.٦ % فقط معرفة محدودة بمفهوم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تمثلت في كونه استخدام تطبيقات تحرير المحتوى التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، في حين أن ٤٣.٧ ترى أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم مثل استخدام الروبوت وعملية الكتابة للمحتوى بدون تدخل بشري بالإضافة إلى استخدام تطبيقات كتابة المحتوى المعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي.

٦. دراسة Sarah Williams (٢٠٢١م):^(٢)

وكانت بعنوان " الذكاء الاصطناعي ومستقبل وسائل الإعلام الإخبارية" وقد ركزت على تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل وسائل الإعلام الإخبارية في كل من أوروبا وآسيا واعتمدت الدراسة على عينة شملت (٥٠٠) فرد من العاملين في وسائل الإعلام المختلفة عبر عدة دول. استخدمت الدراسة منهج التحليل المقارن بين الدول لاستكشاف الفروقات في اعتماد تقنيات الذكاء

(١) أحمد علي، تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ٥٤، ٢٠٢٢م، ص ٣٩-١٥.

(2) Sarah Williams, AI and the future of news media: A cross-national analysis. International Journal of Digital Media, Vol12, Pp89-113.

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)

الاصطناعي بين الشرق والغرب. توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل كبير في أنمته المهام الروتينية مثل تحرير الأخبار، تحليل البيانات، وإنتاج المحتوى التنبؤي. كما أشارت النتائج إلى وجود تفاوت في مستويات استخدام الذكاء الاصطناعي بين الدول، حيث أظهرت الدول الأوروبية تقدماً ملحوظاً في تبني هذه التقنيات مقارنة بالدول الآسيوية. وخلصت الدراسة إلى أن التحول نحو الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام يعد حتمياً، ولكنه يتطلب توازناً بين الاستفادة من التكنولوجيا والحفاظ على القيم الإنسانية في الصحافة.

٧. دراسة Paul Thompson (٢٠٢٠م):^(١)

سعت الدراسة الموسومة "الذكاء الاصطناعي في الصحافة: الفرص والتحديات" إلى استكشاف الفرص والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة. تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (٣٢٠) من الصحفيين العاملين في مختلف وسائل الإعلام الرقمية في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة. اعتمد الباحث على إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) لتحليل البيانات. توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين الكفاءة وسرعة إنتاج الأخبار، مثل استخدام روبوتات الكتابة التلقائية لتغطية الأخبار الرياضية والمالية. كما أشارت النتائج إلى أن الصحفيين يدركون أن الذكاء الاصطناعي قد يكون له تأثير على توظيفهم في المستقبل، ولكنهم يعتقدون أيضاً أن هذه التقنيات ستوفر فرصاً جديدة للإبداع في صناعة الأخبار. كما توصلت الدراسة إلى أن الروبوتات لا تزال بحاجة إلى تحسينات لتجاوز العقبات المتعلقة بدقة المعلومات والقدرة على معالجة القضايا المعقدة.

التعليق على الدراسات السابقة

- تشير هذه الدراسات إلى الأثر الكبير الذي أحدثته تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام. فقد أسهمت هذه التقنيات في تحسين جودة المحتوى وزيادة كفاءة الإنتاج الإعلامي، مما أدى إلى تقديم محتوى أكثر دقة وتفاعلية، كما أنها ساعدت المؤسسات الإعلامية على تلبية متطلبات العصر الحديث وتقديم رسائل أكثر استهدافاً وفعالية.

- كما أبرزت الدراسات أهمية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل إنتاج الصور والفيديوهات داخل الاستوديوهات الافتراضية، مما يتيح مرونة أكبر وتكاليف أقل مع الحفاظ على الجودة العالية بالإضافة إلى ذلك تناول التحديات والفرص التي توفرها هذه التقنيات للعاملين في المجال الإعلامي.

- كما أشارت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي يقدم فرصاً كبيرة لتطوير المحتوى الديني والإعلامي على حد سواء مع التأكيد على ضرورة وجود إشراف بشري لضمان دقة المحتوى وحساسيته بالإضافة إلى ذلك يُظهر الذكاء الاصطناعي قدرته على تحسين الكفاءة في عمليات تحرير الأخبار وإنتاجها، مما يساهم في تسريع العمل الإعلامي وتقديمه بشكل أكثر احترافية.

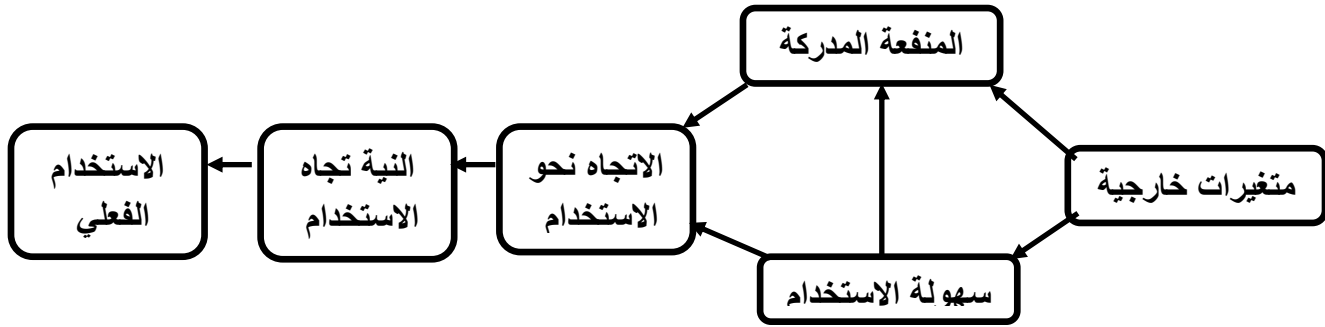
- كما أظهرت الدراسات أن التحول نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام يتطلب توازناً بين استغلال التكنولوجيا والحفاظ على القيم الإنسانية فالذكاء الاصطناعي يفتح آفاقاً جديدة، لكنه يفرض أيضاً تحديات، مثل التأثير على التوظيف البشري وضرورة تطوير هذه التقنيات لتجاوز العقبات المرتبطة بدقة المعلومات ومعالجة القضايا المعقدة.

(1)Paul Thompson, Artificial intelligence in journalism: Opportunities and challenges. Digital Journalism Journal, Vol 34,Pp 50-72.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

المبحث الثاني: نموذج القبول الموحد للتكنولوجيا

يعتمد هذا البحث على نموذج القبول الموحد للتكنولوجيا يفترض النموذج أن الاتجاه نحو الاستخدام يعد عاملاً محدداً للاستخدام الفعلي أو عدم الاستخدام ويتأثر واتجاه المستهلك بدورة بعاملين رئيسيين وهما "المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام" كما أن لكلا من المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام تأثير على الآخر وأيضاً يتأثرون بعوامل أخرى خارجية، ويتكون هذا النموذج من خمس عناصر وهم ما يلي⁽¹⁾:



شكل (1) نموذج تقبل التكنولوجيا

تم تطور النظرية من قبل الباحثين venkatesh , Morris , Davis and Davis الذين قاموا بمراجعة الدراسات السابقة والنظريات والنماذج العلمية السائدة في مجال قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وناقشوا ثمانية نموذج ونظريات ذات صلة وثيقة بقبول واستخدام التكنولوجيا هي : نظرية السلوك المبرر Theory of Reasoned Action ونموذج قبل التكنولوجيا Technology Acceptance ونموذج الدوافع Motivational Model ونظرية السلوك المخطط theory of planned Behavior والنموذج المركب من (السلوك المخطط وقبول التكنولوجيا) combined TAM and TPB ونموذج استخدام الحاسب الشخصي Innovation Diffiusion Theory ونظرية انتشار المبتكرات Model of PC Utilization ونظرية التعلم الاجتماعي social Cognitive Theory وأجروا مقارنة بين أوجه التشابه والاختلاف في النماذج والنظريات السابقة وبناء علي ذلك قاموا بصياغة نظرية تشمل معظم المتغيرات الواردة في النظريات والنماذج الثمانية السابقة وتفسر النظرية العوامل المؤثرة علي نية وسلوك استخدام التكنولوجيا أطلقوا عليها " النظرية الشاملة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) وتقتصر النظرية وجود أربعة عوامل تؤثر بشكل مباشر علي النية السلوكية لقبول واستخدام التكنولوجيا هذه العوامل هي :⁽²⁾

١- توقع الأداء (performance expectancy) والمقصود به: الدرجة التي يعتقد الأفراد ان استخدامهم للتكنولوجيا من شأنه أن يحقق لهم مكاسب في أدائهم الوظيفي ويأس توقع الأداء من خلال خمس مركبات تم تجميعها من النظريات والنماذج الثمانية السابقة هي:

(1) Chuttur, M.Y. Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions, (Indiana University, USA, Sprouts: Working Papers on Information Systems, 2009), P65.

(2) Venkatesh V, Morris, M.G., Davies, G.B., & Davies, User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, Vol.27, 2013, pp 425 – 478.

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)

- **المنفعة المدركة (perceived usefulness):** بمعنى لأي درجة يعتقد الأفراد أن استخدام التكنولوجيا سيعزز أو سيرفع من أدائهم الوظيفي وقدم الباحثون بعض العبارات التي تقيس الفوائد المدركة وهي: استخدام النظام (يمكنني من إنجازات المهام بشكل سريع – سيطور أداء الوظيفي – سيرفع إنتاجيتي – يعزز فعاليتي في الوظيفة – يسهل أداء الوظيفة – مفيد في وظيفتي)
- **الدافعية الخارجية (Extrinsic motivation):** ويقصد بها رغبة المستخدم في إنجاز نشاط ما بسبب إدراكه أن إنجاز النشاط سيعود بتحقيق نتائج هامة مثل (تطوير أدائه الوظيفي، أو زيادة الدخل أو الترويج)
- **مناسبة التكنولوجيا للوظيفة (Job – fit):** بمعنى قدرة النظام على تعزيز الأداء الوظيفي مثل (تخفيض الوقت في إنجاز الوظيفة – رفع جودة المخرجات – رفع فعالية إنجاز الوظيفة) ^(١)
- **الميزة ذات العلاقة باستخدام التكنولوجيا (Relative advantage):** ويقصد بها لأي درجة يدرك المستخدم بأن استخدامه للمبتكرات الحديثة أفضل من استخدامه للتكنولوجيا السابقة.
- **النتائج المتوقعة: (outcome expectations):** ويقصد به النتائج المتوقعة من السلوك، وهذه النتائج المتوقعة، تم تقسيمها إلى نوعين الأول: يتعلق بنتائج متوقعة تتعلق بالأداء الوظيفي، والثاني متوقعة تتعلق بالأهداف الشخصية. ^(٢)
- ٢- **توقع الجهد ((Effort expectancy):** ويقصد به درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام ويتضمن:
 - سهولة الاستخدام المدركة (perceived ease of use): أي لأي درجة يعتقد المستخدم أن استخدام النظام خال من بذل أي جهد.
 - الصعوبة (complexity): أي لأي درجة يتم أدراك النظام على أنه من الصعب فهمه واستخدامه.
 - سهولة الاستخدام (Ease of use): لأي درجة استخدام المبتكر يكون مدرك من قبل المستخدم كسهل للاستخدام.
- **التأثيرات الاجتماعية (Social influences):** يقصد به مدي إدراك المستخدم بأن الأشخاص المهمين يعتقدون أنه ينبغي عليه أن يستخدم النظام، وتشمل التأثيرات الاجتماعية ما يلي:
 - العرف الموضوعي (Subjective Norm): أي أن الأشخاص الذين يؤثرون على سلوك الفرد أو يعتبرون مهمين بالنسبة له يعتقدون ان ينبغي عليه أن يستخدم النظام.
 - العوامل الاجتماعية (Social factors): أي ثقافة الجماعات المرجعية وتوافق الشخص مع الآخرين في مواقف محددة.
- **الصورة (Image):** بمعنى لي مدي استخدام الفرد للنظام يعزز صورته ومكانته في النظام الاجتماعي. ^(٣)
- ٣- **الظروف المساعدة ((Facilitating conditions):** يصححها: لأي مدي يعتقد الفرد أن البنية التحتية التقنية والتنظيمية وجدت لتوفر الدعم اللازم لاستخدام النظام ويتضمن ما يلي:

(1) Venkatesh. and Zhang X, Unified Theory of acceptance of information technology U.S Vs. China, Journal of Global Information Technology Management, Vol.13, No.1, 2015, p. 8.

(2) Payne, k, Much Ado about something: Web2.0 Acceptance and use by Public Relations Practitioners, Educators Academy PRSA Proceeding, 2018, pp 67-93.

(3) venkatesh, V et al, OP. cit, p 447.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

- السيطرة السلوكية المدرك ((perceived behavior; control: أي إدراك البنية الداخلية والخارجية المنعكسة على السلوك وتشمل الكفاءة الذاتية وظروف التكنولوجيا المساعدة وظروف المصادر المساعدة.

- الظروف المساعدة (Facilitating conditions): في البيئة كتوفر أشخاص لمساعدته باستخدام النظام.

- التوافق (Compatibility): أي ملائمة النظام لاحتياجات وخبرة المتبني ولطبيعة العمل⁽¹⁾. إلى جانب العوامل الأربعة السابقة والتي تشكل العناصر البنائية الأساسية للنظرية، ثمة عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا وهي:

٤- الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا (Attitude toward using technology):

والمقصود به: رده فعل المستخدم نحو استخدام النظام ويشمل أربعة عوامل هي (الاتجاه نحو السلوك – الدوافع الداخلية – التأثير نحو الاستخدام – التأثير)

كفاءة النظام (Self – efficacy): ويقصد بها القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام بدون مساعدة الآخرين.

القلق ((Anxiety): يقصد به القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات أو الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام.

أوجه الاستفادة من النظرية في الدراسة الحالية: -

- تُعد نظرية القبول الموحد للتكنولوجيا من أبرز النماذج التي تفسر سلوك الأفراد تجاه تبني التكنولوجيا الحديثة واستخدامها وتكمن أهميتها في دراستنا الحالية في كونها تقدم إطاراً تفسيرياً لفهم مدى قبول القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، ومدى استعدادهم لتوظيفها في عمليات إنتاج الأخبار فالقبول أو الرفض المهني لهذه التقنيات لا يرتبط فقط بالإمكانات التقنية، بل يتأثر بعوامل إدراكية وسلوكية تتعلق بالإدراك الشخصي للفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام ومستوى الدعم التنظيمي. ومن ثم، فإن النظرية تساعد على تفسير الفجوة بين التوافر التكنولوجي والاستخدام الفعلي لهذه الأدوات داخل المؤسسات الإعلامية العراقية. - يستفيد البحث من أبعاد النظرية الأربعة الرئيسية، وهي توقع الأداء (Performance Expectancy)، وتوقع الجهد (Effort Expectancy)، والتأثير الاجتماعي (Social Influence)، والظروف التيسيرية (Facilitating Conditions)، في تحليل سلوك القائمين بالاتصال تجاه الذكاء الاصطناعي التوليدي. إذ يمكن من خلال هذه الأبعاد تفسير مدى إدراك الصحفيين والمحررين لقيمة هذه التقنيات في تحسين جودة العمل الإخباري من حيث السرعة والدقة، وكذلك مدى سهولة التعامل معها من الناحية التقنية والمهنية كما تتيح النظرية دراسة تأثير القيادة التحريرية والمؤسسات الإعلامية في تشجيع أو إعاقة تبني هذه التقنيات، وهو ما يُعدّ بعداً جوهرياً في البيئة الإعلامية العراقية التي ما زالت تخوض مرحلة التحول الرقمي.

البحث الثالث: تقنيات الذكاء الاصطناعي والقنوات التلفزيونية

يعتبر الذكاء الاصطناعي أحد الأدوات الثورية التي أسهمت في تطوير صناعة الإعلام بشكل ملحوظ. فهو يستخدم في تحسين جودة المحتوى وتقديم تجربة أكثر تخصيصاً للجمهور، مما يسهم في جذب انتباه المشاهدين أو القراء بشكل أكبر فأحدى أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في

(1)Mark Coddington, clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. Digital Journalism, vol3no (3),2015, Pp 331-348.

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)

الإعلام هي "صحافة الروبوت"، حيث يتمكن الذكاء الاصطناعي من كتابة المقالات الإخبارية باستخدام البيانات المتاحة بسرعة فائقة. على سبيل المثال، أتمتة تقارير السوق أو تغطية المباريات الرياضية تعد من الأمثلة الناجحة لهذا الاستخدام^(١) فتسهم هذه التقنية في توفير الوقت والموارد، مما يسمح للصحفيين بالتركيز على القضايا الأكثر تعقيداً وتحليلاً.

ويسهم الذكاء الاصطناعي بشكل فعال في تعزيز الهوية الوطنية من خلال الإعلام ويتم ذلك عبر تصميم محتوى إعلامي مخصص للجماهير المحلية ويعكس القيم الثقافية والوطنية. يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل تفضيلات الجمهور المحلي وتقديم محتوى يناسب ذوقهم، مما يعزز الإحساس بالانتماء. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للتقنيات المتقدمة مثل التعرف على اللغة واللهجة أن تساهم في تقديم محتوى بأصوات محلية ومؤثرة، وهو ما يعزز الهوية الوطنية في وسائل الإعلام^(٢)

كما أسهم الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في تطوير تقنيات إنتاج الصور والفيديوهات في الإعلام فتعتمد العديد من الاستوديوهات الرقمية الحديثة على تقنيات مثل التعلم العميق والواقع الافتراضي لخلق مشاهد معقدة وواقعية على سبيل المثال يمكن للذكاء الاصطناعي محاكاة حركات الكاميرا، الإضاءة، وتحرير الفيديو بشكل تلقائي، مما يقلل من تكلفة الإنتاج ويحسن جودته^(٣) وهذه التقنيات تتيح للمبدعين التركيز على الجوانب الإبداعية دون القلق بشأن الجوانب الفنية التقليدية.

ورغم الفوائد العديدة التي يقدمها الذكاء الاصطناعي للإعلام، إلا أن هناك العديد من التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في تبني هذه التقنيات من بين هذه التحديات نقص الموارد البشرية المدربة على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى مخاوف تتعلق بالأخلاقيات والخصوصية. كما يتطلب دمج الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير والإنتاج الإعلامي استثمارات كبيرة في التكنولوجيا والبنية التحتية لذا ينبغي على المؤسسات الإعلامية التعامل بحذر مع هذه التحديات لتحقيق أقصى استفادة من التقنيات الجديدة.

وهناك العديد من تأثيرات استخدام الذكاء الاصطناعي على الإعلام تتلخص في العناصر التالية:-

- تحسين عمليات الإنتاج الإعلامي: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تسريع عمليات الكتابة والتحرير والتدقيق اللغوي من خلال تطبيقات التحرير التلقائي والتصحيح اللغوي الذكي.
- توصيات الأخبار الشخصية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحلل سلوك المستخدمين على الإنترنت ويوفر توصيات شخصية للأخبار بناءً على اهتماماتهم وتفضيلاتهم^(٤).
- توليد محتوى أوتوماتيكي: يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء محتوى إعلامي بشكل تلقائي من خلال استخدام تقنيات مثل الكتابة التلقائية وإنشاء الروبوتات.

(١) زينة قدرة لطيف، الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي، مجلة كلية التراث الجامعي بالعراق العدد ٦٨، ٢٠٢٤م، ص ص ١٤٠-١٥٠.

(2) Dörr, Konstantin Nicholas, Mapping the field of algorithmic journalism. Digital Journalism, Vol4 no (6),2016, p712.

(٣) محمد عبد الحميد أحمد، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ع ٢١، ٢٠٢٢م، ص ص ٢٣٠-٢٣٧.

(٤) أسامة السيد عبد العزيز- مروة رضوان إبراهيم، الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ع ٨٠، ٢٠٢٣م، ص ١٩١٢.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

- تحليل البيانات والاتجاهات الإعلامية: يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل كميات كبيرة من البيانات الإعلامية والتوصل إلى اتجاهات ونماذج في التغطية الإعلامية وتفاعل الجمهور معها.
- تحسين تجربة المستخدم: يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم على المواقع الإلكترونية للصحف من خلال توفير محتوى مخصص وتجربة تصفح محسنة⁽¹⁾.
- مكافحة الأخبار الزائفة: يمكن للذكاء الاصطناعي تحديد وتتبع انتشار الأخبار الزائفة عبر الإنترنت
- تحليل البيانات والتنبؤات الإعلامية: يعتمد الكثير من الناشرين على أنظمة الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات والاتجاهات والتنبؤ بالمواضيع المستقبلية التي قد تكون محل اهتمام الجمهور وهذا يمكن أن يساعد في تخصيص الموارد بشكل أفضل وتحسين استراتيجيات النشر⁽²⁾.
- التفاعل مع الجمهور: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحليل التفاعلات مع المحتوى الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات النشر الرقمية الأخرى هذا يمكن أن يوجه استراتيجيات التواصل وتحسين التفاعل مع الجمهور
- الترجمة الآلية والتحرير اللغوي: يمكن للذكاء الاصطناعي أيضاً أن يساعد في ترجمة المقالات بشكل آلي إلى لغات مختلفة وتحرير المحتوى اللغوي لتحسين دقته وجاذبيته للقراء الدوليين.
- إنتاج الرسوم البيانية والرسوم التوضيحية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في إنشاء رسوم بيانية ورسوم توضيحية بشكل أوتوماتيكي، مما يجعل المحتوى أكثر جاذبية وتوضيحاً للجمهور⁽³⁾.
- تحليل البيانات الكبيرة: يعتبر تحليل البيانات الضخمة (Big Data) أحد أهم مجالات التأثير للذكاء الاصطناعي في الإعلام فيمكن للمحررين الاعلاميين جمع بيانات ضخمة من مصادر متعددة مثل وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الأخبار الإلكترونية، ثم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل هذه البيانات وفهم اتجاهات وميول الجمهور.
- التعرف على الصور والصوت: يمكن لتقنيات التعرف على الصور والصوت المدمجة في الذكاء الاصطناعي أن تساعد في تحسين جودة التقارير المصورة والمليميديا فيمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل الصور والفيديوهات وتصنيفها تلقائياً، مما يساعد على توفير تجربة مرئية أفضل للجمهور
- مكافحة الاحتيال: يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل الأخبار والتحقق من صحتها ومصادقيتها فيمكن استخدام الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة والمضللة، وبالتالي يمكن أن يساهم في مكافحة الاحتيال وزيادة الثقة بالمصادر الإخبارية.
- التفاعل الصوتي والتفاعل مع المساعدين الرقميين: مع تطور تقنيات التعرف على الصوت والتفاعل الصوتي، يمكن للصحافة الرقمية أن تتوسع في تقديم المحتوى والخدمات من خلال التفاعل الصوتي والتفاعل مع المساعدين الرقميين مثل أليكسا وجوجل آسيتان.

(1) Inoue, H., & Itai, K. "Artificial Intelligence in News Media: Review and Future Challenges." *Journal of Artificial Intelligence Research*, Vol 12 No (3), 2021, Pp 321-336.

(2) Choi, Y. J., & Kim, S. H. "Artificial Intelligence and the Future of Digital Journalism: Trends and Challenges." *International Journal of Communication*, VOL14, 2020, Pp145-160.

(3) Koltsova, O, AI Technologies in Digital Journalism: A Cross-Cultural Perspective. *Digital Journalism*, Vol 8 No (4), 2019, Pp 321-336.

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)

- التحرير الذكي وتحليل النصوص: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحسين عمليات التحرير اللغوي وتحليل النصوص. فمثلاً، يمكن استخدام تقنيات تعلم الآلة للتعرف على الأخطاء النحوية واللغوية في النصوص الصحفية، وبالتالي تحسين دقة وجودة المحتوى.^(١)
- التفاعل مع الروبوتات الصحفية: يتمثل تأثير الذكاء الاصطناعي في قدرة الروبوتات الصحفية على إنتاج مقالات صحفية بشكل تلقائي وذكي. هذه الروبوتات قادرة على جمع البيانات، وتحليلها، وكتابة تقارير مبنية على البيانات بطريقة سريعة وفعالة.
- تحليل السلوك والاهتمامات القرائية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في فهم سلوك القراء واهتماماتهم من خلال تحليل البيانات والتفاعلات على المنصات الرقمية. هذا يمكن أن يساعد الناشرين في توجيه استراتيجيات التسويق وتقديم المحتوى المناسب للجمهور المستهدف.
- التصنيف الآلي وتحسين اكتشاف المحتوى: يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين عمليات تصنيف المحتوى واكتشاف المحتوى المتميز على الإنترنت. فمثلاً، يمكن استخدام تقنيات تعلم الآلة لتصنيف المقالات والفيديوهات والصور بشكل آلي وفقاً لموضوعاتها وجودتها.
- توليد العناوين الجاذبة: باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن توليد عناوين جاذبة ومثيرة للاهتمام للمقالات والمحتوى الإخباري، مما يزيد من فرص جذب القراء وزيادة التفاعل مع المحتوى.
- تخصيص الإعلانات والعائدات التسويقية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحسين استهداف الإعلانات وتخصيصها للقراء بناءً على تفاعلاتهم واهتماماتهم، مما يزيد من كفاءة الإعلانات ويزيد من العائدات التسويقية للمواقع الإخبارية.
- التنبؤ بالاتجاهات الإعلامية والسلوكية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يستخدم لتحليل الاتجاهات الإعلامية والسلوكية للجمهور والمحتوى المستهلك، مما يمكن الناشرين من توجيه استراتيجياتهم الإعلامية والتسويقية بناءً على تلك التوقعات.^(٢)
- ولا شك أن تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام أحدث تغييراً جذرياً في كيفية إنتاج الأخبار وتوصيلها، وكذلك في تفاعل المستخدمين مع المحتوى الإعلامي من خلال تحليل كميات هائلة من البيانات وتطبيق التعلم الآلي فأصبح بالإمكان تقديم تجربة إعلامية أكثر تخصيصاً وتفاعلية. علاوة على ذلك يعزز الذكاء الاصطناعي قدرة وسائل الإعلام الرقمية على توليد محتوى متنوع وموجه، مما يجعل الأخبار أكثر شمولية وتغطية أوسع للأحداث الهامة. كما أنه يساعد في مكافحة الأخبار الزائفة والمعلومات الضارة وبالتالي يعزز الثقة في مصادر الأخبار الرقمية، ومع تطور التكنولوجيا وزيادة استخدام التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي يمكن توقع المزيد من التحسينات في صناعة الصحافة الرقمية ومع ذلك يتطلب هذا التحول أيضاً التفكير بتحديات جديدة مثل الخصوصية والأخلاقيات، وضمان الشفافية والمساءلة في استخدام التقنيات الذكية في صناعة الأخبار.

(1) Wang, L., et al. The Role of Intelligence in Enhancing Digital Journalism: A Case Study of News Recommendation Systems. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol25 No (4), 2020, Pp 432-448.

(٢) عبد الرحمن أحمد محمد، الصحافة الرقمية ودور Artificial الذكاء الاصطناعي في تطويرها: دراسة ميدانية على الصحفيين في المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي للإعلام الرقمي والمحتوى الإلكتروني، ٢٠٢٠م، ص ٦٩.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

المبحث الرابع: دراسة تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية الأخبار في

القنوات التلفزيونية العراقية

في ضوء طبيعة الدراسة وأهدافها ينطلق هذا المبحث من محاولة فهم الكيفية التي توظف بها القنوات التلفزيونية العراقية تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج ومعالجة الأخبار، ومدى انعكاس هذا التوظيف على مصداقية الرسالة الإخبارية من وجهة نظر القائمين بالاتصال. ويهدف التحليل إلى الكشف عن مستوى انتشار هذه التقنيات داخل غرف الأخبار العراقية، وطبيعة استخدامها في عمليات التحرير والمونتاج وصياغة النصوص الإخبارية، مع التركيز على تأثيرها في معايير المصداقية والدقة والموضوعية والشفافية ويعتمد في هذا المبحث على تحليل إحصائي وصفي وتحليلي لنتائج الاستبيان، يتضمن حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، إلى جانب تحليل نوعي لتفسيرات القائمين بالاتصال وآرائهم حول أثر الذكاء الاصطناعي التوليدي في بيئة العمل الإعلامي. ويتيح هذا الدمج بين المنهجين الكمي والنوعي فهماً أعمق لطبيعة التحولات التي تشهدها غرف الأخبار العراقية في ظل التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وما تفرضه من تحولات مهنية في معايير الصدق والموضوعية والثقة لدى الجمهور.

■ أولاً: السمات الشخصية للمبحوثين

جدول (١) يوضح السمات الشخصية بالقائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية

النسبة المئوية	التكرار	السمات الشخصية	النوع
64.0	96	ذكر	
36.0	54	أنثى	
25.3	38	من ٢١ إلى أقل من ٣٠ سنة	الفئة العمرية
36.7	55	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	
24.7	37	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	
13.3	20	٥٠ سنة فأكثر	
28.0	42	محرر	المسمى الوظيفي
25.3	38	مراسل	
16.0	24	مخرج	
12.0	18	رئيس قسم الأخبار	
18.7	28	أخرى	سنوات الخبرة في العمل الإعلامي
20.7	31	أقل من ٥ سنوات	
41.3	62	من ٥-١٠	
38.0	57	أكثر من ١٠	نوع القناة التي تعمل بها
22.7	34	حكومية	
37.3	56	خاصة	
19.3	29	حزبية	
20.7	31	مستقلة	
إجمالي عدد العينة = ١٥٠			

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)

يُظهر جدول (١) السمات الشخصية للقائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية، حيث يتضح أن غالبية أفراد العينة من الذكور بنسبة (٦٤.٠%) مقابل (٣٦.٠%) من الإناث، وهو ما يعكس هيمنة العنصر الذكري على العمل الإخباري في القنوات العراقية، نتيجة لطبيعة العمل الميدانية وضغطه العالي، ما يجعل الذكور أكثر حضوراً في هذا المجال كما يتبين أن الفئة العمرية الغالبة هي من (٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة) بنسبة (٣٦.٧%)، وهي فئة عمرية تمثل قمة العطاء المهني والخبرة المتوسطة، مما يشير إلى أن القنوات تعتمد على فئات تمتلك توازناً بين الحماس والخبرة.

أما من حيث المسمى الوظيفي، فقد جاءت فئة المحررين في المرتبة الأولى بنسبة (٢٨.٠%)، تليها فئة المراسلين بنسبة (٢٥.٣%)، مما يعكس التركيز على الدورين الأساسيين في إنتاج الأخبار: التحرير والميدان، كما تشير النتائج إلى أن نسبة من يشغلون مناصب قيادية مثل رؤساء أقسام الأخبار ومديري التحرير بلغت نحو (١٢.٠%) فقط، ما يدل على قلة الوظائف الإدارية مقارنة بالوظائف التنفيذية.

وفيما يتعلق بسنوات الخبرة، فإن غالبية الباحثين يمتلكون خبرة تتراوح بين (٥-١٠) سنوات بنسبة (٤١.٣%)، تليها فئة من لديهم أكثر من (١٠) سنوات بنسبة (٣٨.٠%)، وهو ما يدل على أن أغلب القائمين بالاتصال يتمتعون بخبرة مهنية معتبرة تؤهلهم للتعامل الواعي مع التقنيات الإعلامية الحديثة، بما في ذلك تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي. كما يظهر أن العاملين في القنوات الخاصة يمثلون النسبة الأكبر (٣٧.٣%)، تليهم القنوات الحكومية (٢٢.٧%)، ما يعكس حيوية القطاع الخاص في المجال الإعلامي العراقي وسعيه نحو استقطاب الكفاءات الإعلامية لتطوير الأداء الإخباري وتعزيز المنافسة.

جدول (٢) آراء عينة الدراسة من القائمين بالاتصال من العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار

العبارات	الاتجاه								الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	أوافق		إلى حد ما		غير موافق							
	ك	%	ك	%	ك	%						
أستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إعداد أو صياغة الأخبار بشكل منتظم.	62	41.3	58	38.7	30	20.0	3.21	0.82	64.2	موافق بدرجة متوسطة		
توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي الوقت والجهد في إنجاز المهام الإخبارية اليومية.	88	58.7	47	31.3	15	10.0	3.55	0.74	71.0	موافق بدرجة مرتفعة		
تعتمد القناة التي أعمل بها على الذكاء الاصطناعي التوليدي في صياغة النصوص أو العناوين الإخبارية.	54	36.0	59	39.3	37	24.7	3.10	0.85	62.0	موافق بدرجة متوسطة		

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

موافق بدرجة مرتفعة	68.6	0.78	3.43	11. 3	17	34. 7	52	54.0	81	أجد أن استخدام الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين سرعة بث الأخبار دون الإخلال بجودتها.
موافق بدرجة ضعيفة	58.8	0.88	2.94	36. 6	55	32. 7	49	30.7	46	أشارك في تدريب أو ورش عمل متعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الإخباري.
موافق بدرجة متوسطة	63.4	0.80	3.17	21. 3	32	40. 7	61	38.0	57	تستخدم قناتي الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج محتوى بصري (صور/فيديوهات) للأخبار.

يُظهر جدول (٢) آراء عينة الدراسة من القائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج الأخبار، ويتضح من النتائج أن الاتجاه العام لدى المبحوثين يميل إلى القبول المتوسط إلى المرتفع تجاه توظيف هذه التقنيات في العملية الإخبارية. فقد حصلت العبارة التي تنص على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي توفر الوقت والجهد في إنجاز المهام الإخبارية اليومية على أعلى متوسط حسابي بلغ (٣.٥٥) وبوزن نسبي (٧١.٠%)، مما يعكس إدراكًا واضحًا بين العاملين لأهمية هذه التقنيات في تسريع دورة العمل الإخباري وزيادة الكفاءة الإنتاجية كما جاءت العبارة الخاصة بتحسين سرعة بث الأخبار دون الإخلال بجودتها بمتوسط (٣.٤٣) وبوزن نسبي (٦٨.٦%)، وهو ما يشير إلى ثقة نسبية لدى القائمين بالاتصال في قدرة الذكاء الاصطناعي على الموازنة بين السرعة والمصداقية.

كما أظهرت النتائج أن المبحوثين أقل اتفاقًا بشأن المشاركة في التدريبات أو الورش الخاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير الإخباري، حيث حصلت هذه العبارة على أقل متوسط حسابي (٢.٩٤) وبوزن نسبي (٥٨.٨%)، ما يشير إلى محدودية فرص التدريب أو ضعف اهتمام المؤسسات الإعلامية بتأهيل كوادرها تقنيًا في هذا المجال. أما استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إعداد وصياغة الأخبار بشكل منتظم فقد سجل متوسطًا (٣.٢١) وبوزن نسبي (٦٤.٢%)، ما يدل على أن الاستخدام قائم ولكن بدرجة متوسطة، وربما في مراحل تجريبية أو جزئية داخل المؤسسات الإعلامية.

كما أظهر النتائج أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في صياغة النصوص أو العناوين الإخبارية وكذلك في إنتاج المحتوى البصري جاء بمتوسطات متقاربة (٣.١٠ و ٣.١٧)، مما يعكس أن الاستخدام لا يزال في إطار محدود أو غير منهجي داخل بعض القنوات، وبشكل عام تشير هذه النتائج إلى أن القائمين بالاتصال يدركون الفوائد العملية لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، لكن انتشار استخدامها ما زال بحاجة إلى تخطيط مؤسسي وتدريب مستمر لتفعيلها بفاعلية أكبر داخل بيئات العمل الإخباري العراقي.

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)

جدول (٣) أبرز أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي تستخدمها عينة الدراسة بالقنوات التي يعملون بها

النسبة المئوية	التكرار ن=١٥٠	أبرز أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي
44.7	67	ChatGPT أو أدوات الكتابة التوليدية للنصوص الإخبارية
18.7	28	Midjourney أو أدوات توليد الصور والفيديو
12.6	19	أدوات تحويل النص إلى صوت أو توليد أصوات المذيعين آلياً
9.3	14	برامج تحرير الفيديو التوليدية (مثل Runway ML)
7.3	11	أدوات تحليل البيانات والتنبؤ بالاتجاهات الإخبارية
7.3	11	لا أستخدم أيّاً من هذه الأدوات

تشير نتائج جدول (٣) إلى أن أكثر تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي استخداماً من قبل القائمين بالاتصال في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية هي أدوات الكتابة التوليدية للنصوص الإخبارية مثل ChatGPT، حيث بلغت نسبتها (٤٤.٧٪)، وهو ما يعكس توجهاً واضحاً نحو توظيف هذه الأدوات في عمليات إعداد وصياغة الأخبار، بينما جاءت أدوات توليد الصور والفيديو مثل Midjourney في المرتبة الثانية بنسبة (١٨.٧٪)، تليها أدوات تحويل النص إلى صوت أو توليد أصوات المذيعين آلياً بنسبة (١٢.٦٪)، في حين أن استخدام برامج تحرير الفيديو التوليدية وأدوات تحليل البيانات والتنبؤ بالاتجاهات الإخبارية جاء بنسب محدودة (٩.٣٪ و ٧.٣٪ على التوالي). كما أشار (٧.٣٪) من المبحوثين إلى أنهم لا يستخدمون أيّاً من هذه التقنيات، ما يدل على أن فئة صغيرة فقط ما زالت خارج نطاق توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإخباري.

وتُفسّر هذه النتائج بأن اعتماد القنوات العراقية على أدوات الكتابة التوليدية يرجع إلى سهولة استخدامها وتوافقها مع طبيعة العمل الصحفي اليومي الذي يتطلب السرعة في صياغة الأخبار كما أن انتشار أدوات مثل ChatGPT جعلها الخيار الأكثر سهولة وشيوعاً بين العاملين، خاصة في ظل غياب بنية تقنية متكاملة في بعض المؤسسات أما ضعف استخدام الأدوات البصرية والتحليلية فيعزى إلى نقص التدريب التقني وضعف البنية التكنولوجية والدعم المؤسسي اللازم لتطبيق هذه الأنظمة المتقدمة، إضافة إلى وجود تحفظات مهنية تتعلق بمصداقية المحتوى الناتج عن هذه التقنيات وتدل هذه النتائج على أن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في القنوات العراقية ما زال في مرحلة أولية تركز على الجوانب النصية أكثر من المرئية والتحليلية، مما يتطلب تعزيز التدريب والاستثمار في التقنيات الحديثة لتوسيع مجالات توظيفها بشكل متكامل داخل بيئة العمل الإعلامي.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

جدول (٤) يوضح تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي على دقة الأخبار وموثوقيتها في القنوات التي تعمل بها عينة الدراسة

التأثير	التكرار ن=١٥٠	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
زاد من دقة الأخبار ومصداقيتها	79	52.7	٣.١٢٠	٠.٧٧٠
قلل من المصدقية بسبب الاعتماد المفرط على التكنولوجيا	38	25.3		
لم يغير من المصدقية	33	22.0		
المجموع	١٥٠	١٠٠%		

يُظهر جدول (٤) آراء عينة الدراسة حول تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي على دقة الأخبار وموثوقيتها في القنوات التلفزيونية العراقية، حيث تبين أن أكثر من نصف المبحوثين (٥٢.٧%) يرون أن هذه التقنيات زادت من دقة الأخبار ومصداقيتها، بمتوسط حسابي (٣.١٢٠) وانحراف معياري (٠.٧٧٠) مما يعكس اتجاهًا إيجابيًا عامًا نحو تقدير الدور الذي يمكن أن يؤديه الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الإخباري ودقته، بينما يرى (٢٥.٣%) من المبحوثين أن الاعتماد المفرط على التكنولوجيا يقلل من المصدقية، في حين اعتبر (٢٢.٠%) أن استخدام الذكاء الاصطناعي لم يحدث تغييراً يذكر في مستوى المصدقية.

وتُفسر هذه النتائج بأن العاملين في الأقسام الإخبارية بدأوا يلمسون فوائد ملموسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، مثل تسريع التحقق من المعلومات وصياغة النصوص بدقة لغوية أعلى، ما يعزز ثقتهم في هذه الأدوات. ومع ذلك، فإن نسبة غير قليلة عبّرت عن تخوفها من التأثير السلبي للاعتماد الزائد على التكنولوجيا، خاصة في ظل احتمال إنتاج محتوى غير موثوق أو خالٍ من الحسّ الصحفي والبعد الإنساني في التغطية وتدل هذه النتائج على أن تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية الأخبار ما زال مزدوجاً فهو من جهة يعزز الدقة بفضل أدوات التحقق والتحليل، ومن جهة أخرى يثير مخاوف مهنية تتعلق بغياب الرقابة التحريرية الكاملة، ما يتطلب موازنة مدروسة بين استخدام التقنية والحفاظ على المعايير الأخلاقية والمهنية في العمل الصحفي.

جدول (٥) يوضح وعي عينة الدراسة بالمخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام الذكاء

الاصطناعي التوليدي في العمل الإخباري

درجة الوعي	التكرار ن=١٥٠	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عال جداً	36	24.0	٣.٦٠٠	٠.٨٤٠
عال	49	32.7		
متوسط	41	27.3		
ضعيف	18	12.0		
منعدم	6	4.0		
المجموع	١٥٠	١٠٠%		

يُظهر جدول (٥) مستوى وعي القائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية بالمخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في العمل الإخباري، حيث يتضح أن غالبية أفراد العينة يمتلكون درجة وعي مرتفعة إلى

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)

مرتفعة جدًا بهذه المخاطر إذ بلغت نسبة من لديهم وعي "عالٍ جدًا" (٢٤.٠%)، ومن لديهم وعي "عالٍ" (٣٢.٧%)، أي ما مجموعه (٥٦.٧%) من إجمالي العينة، بمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٠٠) وانحراف معياري (٠.٨٤٠). بينما جاءت نسبة من لديهم وعي "متوسط" (٢٧.٣%)، في حين أظهر (١٢.٠%) فقط ضعفًا في الوعي، و(٤.٠%) انعدامًا تامًا فيه، ما يشير إلى أن الوعي العام لدى الصحفيين العراقيين تجاه الجوانب الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي التوليدي يُعدّ إيجابيًا ومقبولاً.

وتُفسّر هذه النتائج بأن الصحفيين العاملين في المؤسسات الإخبارية العراقية بدأوا يدركون حجم المسؤولية المهنية المترتبة على استخدام التقنيات التوليديّة، خصوصًا مع ما تثيره من قضايا تتعلق بتزييف المحتوى أو انتهاك حقوق الملكية الفكرية أو إساءة استخدام المعلومات. كما أن النقاشات الأكاديمية والإعلامية الأخيرة حول مخاطر الذكاء الاصطناعي قد أسهمت في رفع مستوى الوعي المؤسسي والمهني بهذا الشأن ومع ذلك فإن وجود نسبة ذات وعي "متوسط أو ضعيف" يشير إلى الحاجة إلى تعزيز برامج التدريب الأخلاقي والتقني داخل المؤسسات الإعلامية، لضمان الاستخدام المسؤول لهذه التقنيات بما يحافظ على مصداقية العمل الصحفي ويحد من الانتهاكات المحتملة الناتجة عن الأتمتة المفرطة في إنتاج المحتوى الإخباري.

جدول (٦) أبرز تلك المخاطر من وجهة نظر عينة الدراسة

النسبة النسبية	التكرار ن=١٥٠	المخاطر
27.3	41	تزييف الأخبار وصعوبة التحقق من مصادرها
21.3	32	فقدان الدور الإنساني في التحرير والمراجعة
19.3	29	تراجع القيم المهنية (الحياد – المصداقية – الموضوعية)
15.3	23	تضليل الجمهور عبر محتوى مولّد يبدو حقيقيًا لكنه مصطنع
10.0	15	ضعف الرقابة التحريرية على النصوص والصور والفيديوهات المنتجة بالذكاء الاصطناعي
6.7	10	غياب المعايير الأخلاقية الواضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار

يوضح جدول (٦) أبرز المخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية. وتظهر النتائج أن الخطر الأكثر بروزًا هو تزييف الأخبار وصعوبة التحقق من مصادرها بنسبة (٢٧.٣%)، ما يعكس قلقًا حقيقيًا لدى الصحفيين من قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج محتوى يبدو واقعيًا لكنه قد يفتقر للمصداقية. وجاء في المرتبة الثانية خطر فقدان الدور الإنساني في التحرير والمراجعة بنسبة (٢١.٣%)، مما يشير إلى خوف العاملين من تراجع القيمة المهنية للصحفي مقابل تصاعد الاعتماد على الخوارزميات في صنع القرار التحريري. كما احتل خطر تراجع القيم المهنية مثل الحياد والمصداقية والموضوعية المرتبة الثالثة بنسبة (١٩.٣%)، وهو ما يدل على إدراك القائمين بالاتصال لتأثير التقنية على جوهر العمل الصحفي الأخلاقي.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

أما المخاطر الأخرى فجاءت بنسب أقل، حيث عبّر (١٥.٣%) عن قلقهم من تضليل الجمهور عبر محتوى مولّد يبدو حقيقيًا لكنه مصطنع، في حين أشار (١٠.٠%) إلى ضعف الرقابة التحريرية على النصوص والصور والفيديوهات المنتجة آليًا، واعتبر (٦.٧%) أن المشكلة تكمن في غياب المعايير الأخلاقية الواضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. وتُفسّر هذه النتائج بأن القائمين بالاتصال يدركون أن مخاطر الذكاء الاصطناعي ليست تقنية فقط، بل تمتد إلى أبعاد مهنية وقيمية تهدد صدقية الممارسة الصحفية. كما تعكس النتائج الحاجة إلى إطار أخلاقي ومؤسسي ينظم استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في العمل الإخباري، لضمان الموازنة بين الاستفادة من قدراته التقنية والحفاظ على المعايير المهنية والإنسانية التي تُشكّل جوهر العمل الإعلامي المسؤول.

جدول (٧) مدى تقبّل القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية لتقنيات الذكاء

الاصطناعي التوليدي وفق أبعاد نموذج القبول الموحد للتكنولوجيا (UTAUT)

الاتجاه	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستجابات						العبارات	
				لا أوافق		محايد		أوافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
موافق بدرجة مرتفعة	69.4	0.77	3.47	12.0	18	32.0	48	56.0	84	أرى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي يساهم في رفع جودة الأخبار التي أعدها أو أحررها.	توقع الأداء) Performance Expectancy
موافق بدرجة مرتفعة	70.4	0.73	3.52	12.0	18	28.0	42	60.0	90	يساعدني الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين كفاءتي المهنية وتسريع عملية إنتاج الأخبار.	
موافق بدرجة متوسطة	67.4	0.80	3.37	14.7	22	34.0	51	51.3	77	أشعر أن استخدام الذكاء الاصطناعي يجعلني أكثر قدرة على إنتاج محتوى إخباري دقيق ومبتكر.	
موافق بدرجة متوسطة	65.0	0.81	3.25	16.7	25	36.0	54	47.3	71	أجد أن التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في التحرير الإخباري سهل وواضح.	توقع الجهد) Effort Expectancy

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)

موافق بدرجة متوسطة	63.8	0.79	3.19	15.3	23	40.7	61	44.0	66	يمكنني تعلم استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد الأخبار دون الحاجة إلى تدريب طويل أو معقد.
موافق بدرجة متوسطة	61.8	0.83	3.09	18.0	27	42.7	64	39.3	59	تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي أستخدمها لا تتطلب مهارات تقنية عالية.
موافق بدرجة متوسطة	62.6	0.82	3.13	17.3	26	40.0	60	42.7	64	يشجعني زملائي ومديري على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملي الإخباري.
موافق بدرجة متوسطة	64.2	0.80	3.21	15.3	23	38.0	57	46.7	70	تعتمد إدارة القناة على الذكاء الاصطناعي كأداة أساسية لتحسين جودة الأخبار.
موافق بدرجة مرتفعة	68.2	0.76	3.41	13.3	20	32.0	48	54.7	82	أرى أن الزملاء الذين يستخدمون الذكاء الاصطناعي ينظر إليهم باعتبارهم أكثر احترافاً في العمل الإعلامي.

التأثير
الاجتماعي
(Social)
(Influence)

يُظهر جدول (٧) مدى تقبل القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي وفق أبعاد نموذج القبول الموحد للتكنولوجيا (UTAUT)، حيث تعكس النتائج اتجاهًا عامًا إيجابيًا يميل نحو القبول المرتفع والمتوسط لهذه التقنيات. ففي بُعد توقع الأداء (Performance Expectancy)، حصلت العبارات الثلاث على متوسطات مرتفعة نسبيًا، إذ يرى (٦٠.٠%) من المبحوثين أن الذكاء الاصطناعي يساعدهم في تحسين الكفاءة وتسريع إنتاج الأخبار، بمتوسط (٣.٥٢) ووزن نسبي (٧٠.٤%)، وهي أعلى القيم في الجدول. كما وافق (٦٠.٠%) على أن هذه التقنيات ترفع جودة الأخبار التي يُعدونها أو يُحررونها (٣.٤٧، ٦٩.٤%)، مما يؤكد إدراكهم العملي لقيمة الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإخباري من حيث السرعة والجودة والدقة.

أما في بُعد توقع الجهد (Effort Expectancy)، فقد جاءت النتائج في حدود القبول المتوسط، حيث تراوحت المتوسطات بين (٣.٠٩ و ٣.٢٥)، ما يشير إلى أن المبحوثين يجدون

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي سهلاً نسبياً، لكنهم يدركون في الوقت ذاته أن الاستخدام يتطلب مستوى معيناً من المهارة التقنية وهذا يعكس وجود قابلية للتعليم والتكيف لدى الصحفيين العراقيين، رغم أن بعضهم ما زال بحاجة إلى تدريب متخصص لرفع كفاءتهم التقنية.

وفيما يتعلق ببعْد التأثير الاجتماعي (Social Influence)، فقد أظهرت النتائج أن العاملين يتأثرون إيجابياً ببيئتهم المهنية، إذ وافق (٥٤.٧%) على أن الزملاء الذين يستخدمون الذكاء الاصطناعي يُنظر إليهم باعتبارهم أكثر احترافاً (بمتوسط ٣.٤١، وزن نسبي ٦٨.٢%)، كما أشار (٤٦.٧%) إلى أن إدارة القناة تشجع على اعتماد الذكاء الاصطناعي كأداة لتحسين جودة الأخبار وتُشير هذه النتائج إلى أن البيئة التنظيمية والاجتماعية داخل المؤسسات الإعلامية العراقية بدأت تدعم استخدام هذه التقنيات وتشجع على تبنيها.

وبشكل عام يمكن تفسير هذه النتائج بأن تقبّل القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي يركز على قناعة بجدواها المهنية وسهولة التعامل معها نسبياً، إضافة إلى دعم بيئة العمل إلا أن استمرار هذا القبول وارتفاعه يتطلب توفير تدريب منهجي وتشجيع إداري مستمر لتعزيز الاستخدام الفعّال لهذه التقنيات وضمان دمجها بشكل مستدام في منظومة العمل الإخباري.

جدول (٨) يوضح تأثير توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي في الأخبار على ثقة الجمهور من وجهة نظر عينة الدراسة

التأثير	التكرار ن=١٥٠	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يزيد من ثقة الجمهور بسبب دقة المعلومات وسرعة عرضها	46	30.7	٢.٠٩٤٠	٠.٧٨١٠
يقلل من الثقة بسبب الشك في مصداقية المحتوى	72	48.0		
لا يؤثر بشكل واضح على الثقة	32	21.3		
المجموع	١٥٠	١٠٠%		

يُظهر جدول (٨) آراء القائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية حول تأثير توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي في الأخبار على ثقة الجمهور، حيث تُشير النتائج إلى وجود توجه سلبي نسبياً في تصورات المبحوثين تجاه هذا التأثير. فقد أوضح ما يقرب من نصف أفراد العينة (٤٨.٠%) أن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي يُقلل من ثقة الجمهور بسبب الشك في مصداقية المحتوى الناتج عنه، في حين يرى (٣٠.٧%) فقط أنه يزيد من الثقة نظراً لما يوفره من دقة وسرعة في عرض المعلومات، بينما أفاد (٢١.٣%) بأنه لا يؤثر بشكل واضح على مستوى الثقة وقد بلغ المتوسط الحسابي (٢.٠٩٤٠) والانحراف المعياري (٠.٧٨١٠)، ما يعكس اتجاهاً عاماً يميل نحو التحفظ وعدم الاطمئنان الكامل لتأثير هذه التقنيات على صورة الأخبار لدى الجمهور.

وتُفسّر هذه النتائج بأن القائمين بالاتصال يدركون أن الذكاء الاصطناعي التوليدي، رغم ما يقدمه من إمكانيات تقنية متقدمة في تحليل المعلومات وصياغة النصوص بسرعة ودقة، إلا أنه يثير في المقابل تحديات أخلاقية ومهنية تؤثر سلباً على ثقة الجمهور، خاصة مع انتشار الأخبار المولدة آلياً التي قد تفتقر للعمق الإنساني أو تخضع للتحريف دون وعي المستخدم كما يُحتمل أن ضعف الوعي العام لدى الجمهور بأساليب عمل الذكاء الاصطناعي يعزز من حالة الشك والتوجس من صدقية ما يُقدّم عبر القنوات الإخبارية. ومن ثم، تشير النتائج إلى ضرورة أن تعمل القنوات

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)

التلفزيونية العراقية على زيادة الشفافية في عرض المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي، وتوضيح آليات استخدامه للمشاهدين، بما يساهم في بناء ثقة متبادلة قائمة على الوضوح والمصادقية بين الوسيلة الإعلامية والجمهور.

جدول (٩) يوضح أبرز التحديات التي تواجه عينة الدراسة أثناء دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في العملية الإخبارية

التحديات	التكرار ن=١٥٠	النسبة المئوية
ضعف التدريب والمهارات التقنية	48	32.0
غياب السياسات التحريرية المنظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي	34	22.7
الخوف من فقدان الوظائف البشرية	27	18.0
مشكلات تتعلق بحقوق الملكية الفكرية	21	14.0
تواجه المؤسسة صعوبات في التحقق من دقة المحتوى المولد عبر الذكاء الاصطناعي.	20	13.3

يُظهر جدول (٩) أبرز التحديات التي تواجه القائمين بالاتصال العاملين في الأقسام الإخبارية بالقنوات التلفزيونية العراقية أثناء دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في العملية الإخبارية، حيث تبرز مشكلة ضعف التدريب والمهارات التقنية في المرتبة الأولى بنسبة (٣٢.٠%)، ما يعكس الحاجة الماسة إلى بناء قدرات مهنية وتقنية متخصصة لتمكين الصحفيين من التعامل بفاعلية مع هذه التقنيات. ويأتي في المرتبة الثانية غياب السياسات التحريرية المنظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بنسبة (٢٢.٧%)، وهو ما يشير إلى وجود فراغ مؤسسي في وضع الأطر القانونية والمهنية التي تحدد حدود وضوابط الاستخدام. كما أشار (١٨.٠%) من المبحوثين إلى الخوف من فقدان الوظائف البشرية نتيجة توسع استخدام الأتمتة في إنتاج المحتوى الإخباري، بينما رأى (١٤.٠%) أن مشكلات حقوق الملكية الفكرية تمثل عائقاً مهماً أمام الاستخدام الآمن والمنظم لهذه الأدوات أما صعوبة التحقق من دقة المحتوى المولد فحلت أخيراً بنسبة (١٣.٣%)، ما يدل على أن هذه المشكلة رغم أهميتها، إلا أنها تُعد نتيجة فرعية لغياب التنظيم والتدريب الكافي.

وتُفسّر هذه النتائج بأن المؤسسات الإعلامية العراقية ما زالت في مرحلة التأسيس التجريبي لاستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في بيئة الأخبار، وأن التطبيق العملي يواجه تحديات بشرية ومؤسسية في أي واحد فضعف التدريب يعكس قصوراً في الاستراتيجية المؤسسية لبناء القدرات، في حين أن غياب السياسات التحريرية يفتح الباب أمام الاستخدام غير المنضبط الذي قد يهدد مصداقية القنوات ويثير إشكالات أخلاقية كما أن التخوف من فقدان الوظائف يعبر عن بُعد اجتماعي وإنساني يتطلب من إدارات القنوات طمأنة العاملين عبر إعادة تعريف أدوارهم وتوسيع مهاراتهم بدلاً من استبدالهم بالتقنيات وتشير النتائج إلى أن نجاح دمج الذكاء الاصطناعي التوليدي في المؤسسات الإعلامية العراقية يتوقف على وضع أطر تنظيمية واضحة، وتوفير برامج تدريب مستدامة، وتبني سياسات مهنية تضمن الاستخدام المسؤول والفعال لهذه التقنيات.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

جدول (١٠) يوضح أبرز المقترحات التي تراها عينة الدراسة ضرورية لضمان توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي بما يعزز مصداقية الأخبار

النسبة المئوية	التكرار ن=١٥٠	المقترحات
31.3	47	تدريب العاملين على الاستخدام الأخلاقي للتقنيات الحديثة
26.0	39	إنشاء مدونات سلوك مهنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي
22.7	34	تعزيز دور المراجعة والتحقق البشري قبل النشر
20.0	30	تطوير سياسات مؤسسية واضحة لتنظيم الذكاء الاصطناعي

يوضح جدول (١٠) أبرز المقترحات التي تراها عينة الدراسة ضرورية لضمان توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي بما يعزز مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية، حيث جاءت النتائج لتؤكد على أهمية البعد الأخلاقي والتنظيمي في التعامل مع هذه التقنيات. فقد احتل المقترح المتعلق بـ تدريب العاملين على الاستخدام الأخلاقي للتقنيات الحديثة المرتبة الأولى بنسبة (٣١.٣%)، ما يعكس إدراكاً واسعاً لدى القائمين بالاتصال بأن التوظيف المسؤول للذكاء الاصطناعي يبدأ من تأهيل العنصر البشري معرفياً ومهنياً، وتمكينه من التعامل مع الأدوات التوليدية دون الإخلال بالقيم الصحفية أو الوقوع في أخطاء مهنية.

وجاء في المرتبة الثانية مقترح إنشاء مدونات سلوك مهنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي بنسبة (٢٦.٠%)، وهو ما يشير إلى الحاجة إلى وضع أطر أخلاقية واضحة تضبط العلاقة بين التقنية والممارسة الصحفية، بما يحفظ التوازن بين الابتكار والمصداقية. كما أيد (٢٢.٧%) من المبحوثين ضرورة تعزيز دور المراجعة والتحقق البشري قبل النشر، وهو ما يؤكد أن الثقة في الأخبار لا يمكن أن تُبنى على الأتمتة وحدها، بل على التكامل بين الذكاء الاصطناعي والخبرة الإنسانية. بينما رأى (٢٠.٠%) أهمية تطوير سياسات مؤسسية واضحة لتنظيم الذكاء الاصطناعي، بما يشمل قواعد الاستخدام، وحدود المسؤولية، وآليات المساءلة المهنية داخل المؤسسات الإعلامية.

وتفسّر هذه النتائج بأن القائمين بالاتصال يدركون أن تعزيز مصداقية الأخبار في عصر الذكاء الاصطناعي لا يتحقق بمجرد إدخال التقنية، بل من خلال حوكمة استخدامها وتوجيهها وفق معايير مهنية وأخلاقية. وتشير النتائج إلى اتفاق ضمني بين المبحوثين على أن الحل الأمثل يتمثل في الجمع بين التدريب والتشريع والمراجعة الإنسانية لضمان الاستخدام الآمن والمسؤول للذكاء الاصطناعي التوليدي في المجال الإخباري.

جدول (١١) العلاقة بين مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستوى دقة الأخبار وموثوقيتها في القنوات التلفزيونية العراقية

متوسط دقة الأخبار وموثوقيتها				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
١٥٠	علاقة طردية معنوية	٠.٠٠١	٠.٦٣	مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

يُظهر جدول (١١) وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية قوية بين مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستوى دقة الأخبار وموثوقيتها في القنوات التلفزيونية العراقية، حيث

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)

بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٦٣) عند مستوى دلالة إحصائية (٠.٠٠١)، وهو ما يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة معنوية مرتفعة، أي ليست نتيجة للصدفة وهذا يعني أنه كلما ازداد اعتماد القنوات التلفزيونية على تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، ارتفع مستوى الدقة والمصداقية في الأخبار المنتجة.

وتُفسّر هذه النتيجة بأن توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي في غرف الأخبار يسهم في تحسين جودة العمل الصحفي من خلال تسريع جمع المعلومات، وتحليل البيانات بدقة، وتقليل الأخطاء البشرية في التحرير والمراجعة كما أن الاعتماد على هذه التقنيات يُمكن الصحفيين من التحقق من المصادر بشكل أسرع، وتوليد محتوى متنسق وأكثر اتساعاً في تغطيته للموضوعات إلا أن هذا الارتباط لا يُلغي الحاجة إلى الإشراف التحريري البشري، لأن الذكاء الاصطناعي يظل أداة مساعدة، وليس بديلاً كاملاً، ويحتاج دائماً إلى توجيه لضمان بقاء المحتوى ضمن المعايير الأخلاقية والمهنية التي تحافظ على مصداقية الخبر أمام الجمهور.

جدول (١٢) العلاقة بين مستوى الوعي بالمخاطر الأخلاقية والمهنية ومستوى الثقة

في الأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي

متوسط الثقة في الأخبار				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
١٥٠	علاقة عكسية معنوية	٠.٠٠٤	٠.٤٨-	درجة الوعي بالمخاطر

يُظهر جدول (١٢) وجود علاقة ارتباطية عكسية معنوية بين مستوى الوعي بالمخاطر الأخلاقية والمهنية الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي، ومستوى الثقة في الأخبار المنتجة بواسطة هذه التقنيات، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٤٨-) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٤) وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زاد وعي القائمين بالاتصال بالمخاطر الأخلاقية والمهنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي، انخفض مستوى ثقتهم في الأخبار المنتجة به.

وتُفسّر هذه النتيجة بأن الصحفيين الأكثر وعياً بطبيعة المخاطر، مثل تزيف المحتوى، أو فقدان الدور البشري في المراجعة، أو غياب الضوابط الأخلاقية، يكونون أكثر حذراً وشكاً في مدى مصداقية المخرجات الإخبارية للذكاء الاصطناعي. وهذا يعكس اتجاهاً نقدياً مسؤولاً لدى العاملين في المجال الإعلامي، يدرك أن الاعتماد المفرط على التقنيات دون رقابة بشرية قد يؤدي إلى تشويه الحقيقة أو تضليل الجمهور، ومن ثم يمكن القول إن زيادة الوعي بالمخاطر تمثل سلاحاً ذا حدين فهي من جهة ضرورية لضمان الاستخدام الأخلاقي للتكنولوجيا، لكنها من جهة أخرى قد تضعف الثقة في مخرجاتها ما لم تُعزّز بضوابط مهنية وتحريرية واضحة تضمن التوازن بين الابتكار التقني والمصداقية الصحفية.

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

جدول (١٣) العلاقة بين بُعد "توقع الأداء" في نموذج UTAUT ومستوى تقبل القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي

متوسط تقبل التقنية				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	
١٥٠	علاقة طردية قوية	٠.٠٠٠	٠.٧١	بُعد توقع الأداء

يُظهر جدول (١٣) وجود علاقة ارتباطية طردية قوية ومعنوية بين بُعد توقع الأداء في نموذج القبول الموحد للتكنولوجيا (UTAUT) ومستوى تقبل القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٧١) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠) وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما ارتفع إدراك الصحفيين والعاملين في القنوات التلفزيونية للفوائد العملية المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الأخبار وتسريع إنتاجها، زاد مستوى تقبلهم لهذه التقنيات ورغبتهم في توظيفها داخل بيئة العمل الإعلامي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن تقبل التكنولوجيا في المجال الإعلامي يتوقف بدرجة كبيرة على المنفعة المتصورة منها؛ فحين يلاحظ القائمون بالاتصال أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين الكفاءة المهنية، وتقديم محتوى أكثر دقة وابتكاراً، فإنهم يتبنونها بإيجابية أكبر. كما أن قوة العلاقة (٠.٧١) تؤكد أن البعد الوظيفي والأدائي يمثل أحد أقوى محددات القبول التكنولوجي في المؤسسات الإعلامية العراقية، ما يشير إلى أن العاملين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة تطوير مهني أكثر من كونه تهديداً، خاصة عندما يقترن استخدامه بتدريب مناسب وضوابط مهنية واضحة.

جدول (١٥) العلاقة بين بُعد "توقع الأداء" في نموذج UTAUT ومستوى تقبل القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي

متوسط تقبل التقنية				المتغيرات
العدد	نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل ارتباط Cramér's (V)	
١٥٠	توجد علاقة دالة	٠.٠١٦	٠.٣٧	نوع القناة (حكومية خاصة حزبية)

يُظهر جدول (١٥) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع القناة التلفزيونية (حكومية، خاصة، حزبية) ومستوى تقبل القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (Cramér's V = 0.37) عند مستوى دلالة (٠.٠١٦) وتُعد هذه العلاقة متوسطة القوة وتشير إلى أن طبيعة القناة التي يعمل بها القائم بالاتصال تُسهم في تحديد مدى تقبله لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإخباري.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن القنوات الخاصة عادةً ما تكون أكثر انفتاحاً على تبني الابتكارات التقنية بهدف رفع التنافسية وتحسين جودة المحتوى الإخباري، مما يرفع درجة تقبل العاملين فيها لتلك التقنيات. في المقابل، قد يكون التقبل أقل نسبياً في القنوات الحكومية أو الحزبية نتيجة لطبيعة الإجراءات البيروقراطية أو التحقق في استخدام التقنيات الجديدة خوفاً من المخاطر الأخلاقية أو

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)

فقدان السيطرة على المحتوى، وتدل هذه النتيجة على أن بيئة العمل الإعلامي والسياسات المؤسسية تمثل عاملاً حاسماً في تشكيل المواقف تجاه توظيف الذكاء الاصطناعي، حيث تعزز القنوات الأكثر مرونة وانفتاحاً روح الابتكار والتجريب لدى العاملين، ما ينعكس إيجاباً على مستوى تقبلهم للتكنولوجيا الجديدة.

النتائج العامة للدراسة

(١) أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي أصبح واقعاً متنامياً داخل غرف الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية، حيث يستخدمه القائمون بالاتصال بدرجات متفاوتة في إعداد وصياغة الأخبار. وقد تبين أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تسريع العمل الإخباري وتوفير الوقت والجهد، مع المحافظة على مستوى جيد من الجودة، رغم أن التدريب على هذه التقنيات لا يزال محدوداً ويحتاج إلى دعم مؤسسي أكبر.

(٢) كما بينت النتائج أن أكثر التقنيات شيوعاً بين العاملين هي أدوات الكتابة التوليدية مثل ChatGPT، بينما كان استخدام الأدوات المرئية أو تلك الخاصة بتحليل البيانات أقل انتشاراً. وهذا يعكس أن الذكاء الاصطناعي يُوظف حالياً بصورة أساسية في المراحل التحريرية للنصوص، أكثر من استخدامه في إنتاج المواد البصرية أو التحليل المتقدم للمحتوى الإخباري.

(٣) وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يترك أثراً واضحاً على دقة الأخبار وموثوقيتها؛ إذ يرى أغلب العاملين أنه يعزز الدقة والمصداقية من خلال تسريع جمع المعلومات وتحسين جودة الصياغة، بينما عبّر آخرون عن خوفهم من أن يؤدي الإفراط في الاعتماد عليه إلى تقليل الثقة نتيجة الأخطاء أو غياب المراجعة البشرية الدقيقة.

(٤) أما فيما يتعلق بالوعي بالمخاطر الأخلاقية والمهنية، فقد أظهرت النتائج أن غالبية القائمين بالاتصال لديهم وعي جيد بتلك المخاطر، وعلى رأسها تزييف الأخبار، وتراجع القيم المهنية، واحتمال تضليل الجمهور عبر محتوى مولّد يبدو حقيقياً. ويشير ذلك إلى إدراك متزايد لدى الصحفيين لأهمية وضع ضوابط أخلاقية ومهنية تضمن الاستخدام المسؤول لهذه التقنيات في العمل الإعلامي.

(٥) وفيما يخص مدى تقبل القائمين بالاتصال لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، فقد أوضحت النتائج أن الاتجاه العام إيجابي، حيث يرى الصحفيون أن هذه التقنيات ترفع من جودة الأخبار وتزيد من كفاءتهم المهنية. غير أن مستوى القبول يختلف بحسب سهولة الاستخدام والدعم المؤسسي والاجتماعي داخل القنوات، مما يبرز دور التدريب المستمر وتشجيع الإدارة في تعزيز التقبل والتطبيق الفعال.

(٦) كشفت النتائج أن طبيعة القناة الإعلامية تؤثر على مستوى التقبل؛ فالقنوات الخاصة تبدو أكثر استعداداً لتبني الذكاء الاصطناعي مقارنة بالحكومية أو الحزبية، نظراً لمرونتها وسعيها إلى الابتكار والتنافسية. كما أجمعت عينة الدراسة على أهمية وضع سياسات تحريرية واضحة، وتكثيف التدريب الأخلاقي والمهني، وتفعيل المراجعة البشرية للمحتوى المولّد، بما يضمن توظيف الذكاء الاصطناعي بطريقة تعزز مصداقية الأخبار وتخدم العمل الإعلامي المهني.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة حول تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية العراقية، يمكن صياغة مجموعة من التوصيات والآليات العملية التي تسهم في ضمان الاستخدام الآمن والمسؤول لهذه التقنيات، وبما يدعم

المدرس المساعد محمود حميد ابراهيم المشهداني

مصادقية المحتوى الإعلامي ويعزز ثقة الجمهور في المؤسسات الإخبارية، وذلك على النحو الآتي:

■ أولاً: على مستوى المؤسسات الإعلامية

١. ضرورة وضع سياسات تحريرية واضحة تنظم آليات استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في إعداد وصياغة الأخبار، مع تحديد حدود استخدامه ومجالاته بما يضمن الشفافية والدقة.
٢. تأسيس وحدات إشراف ومراجعة بشرية مختصة بتدقيق المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي قبل النشر، لضمان مطابقة الأخبار للمعايير المهنية والأخلاقية.
٣. إدماج برامج تدريب دورية للعاملين في الأقسام الإخبارية حول الاستخدام الأخلاقي والمسؤول للتقنيات التوليدية، مع التركيز على تنمية مهارات التحقق والتدقيق الصحفي.
٤. إطلاق مدونات سلوك مهنية خاصة بالتعامل مع الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، تتضمن مبادئ الشفافية والمساءلة وحماية الخصوصية والملكية الفكرية.

■ ثانياً: على مستوى السياسات الإعلامية الوطنية

- (١) الدعوة إلى إصدار تشريعات إعلامية محدثة تنظم توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وتحدد المسؤولية القانونية عن الأخطاء أو التضليل الناتج عن المحتوى المولد.
- (٢) إنشاء هيئة وطنية أو لجنة مهنية تُعنى بمتابعة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وتعمل على وضع ضوابط ومعايير لاستخدامه بما ينسجم مع أخلاقيات المهنة.
- (٣) تشجيع التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات ومراكز البحث لإجراء دراسات تطبيقية تساهم في تطوير أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي وتكييفها مع البيئة الإعلامية العراقية.

■ ثالثاً: على مستوى التوعية المهنية

١. العمل على رفع وعي الجمهور حول كيفية عمل الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، لزيادة فهمهم لطبيعة المحتوى الذي يتعرضون له وتعزيز قدرتهم على التمييز بين الحقيقي والمولد.
٢. تشجيع ثقافة التحقق الإعلامي داخل القنوات وخارجها من خلال مبادرات تدريبية أو حملات توعوية تركز على أهمية المصادقية ومكافحة المعلومات الزائفة.
٣. تعزيز الشفافية التحريرية عبر الإشارة في بعض الحالات إلى أن المحتوى تم إنشاؤه جزئياً أو بمساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي، مما يعزز الثقة بين المؤسسة والجمهور.

المراجع

■ أولاً المراجع العربية

١. أحمد علي، تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ع ٥، ٢٠٢٢م.
٢. أسامة السيد عبد العزيز- مروة رضوان إبراهيم، الأثر المجتمعي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ع ٨٠، ٢٠٢٣م.
٣. إيمان القلشي وريم سرور، احجام اللقطات وزوايا الكاميرا في السينما والتلفزيون: مصدر إلهام جديد لتصميمات المعلقات النسيجية المطبوعة باستخدام الذكاء الاصطناعي، مجلة التربية النوعية والتكنولوجيا بحوث علمية وتطبيقية جامعة كفر الشيخ مج ٣١ ع ١٤، ٢٠٢٤م.
٤. ثريا السنوي، الذكاء الاصطناعي وتحولات الإعلام في العالم العربي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد ٤، ٢٠٢٤م.
٥. رضا عبد الواحد أمين، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الخطاب الدعوي: الفرص والتحديات، مجلة البحوث الإعلامية ع ٦٧ م ٣، (جامعة الأزهر كلية الإعلام، ٢٠٢٣م).

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)

٦. زينة قدرة لطيف، الإعلام الرقمي والاعتبارات المهنية والأخلاقية في توظيف الذكاء الاصطناعي، مجلة كلية التراث الجامعي بالعراق العدد ٦٨، ٢٠٢٤م.
 ٧. سماح جمال محمد وزهرة جلال حلمي جمعة، المستحدثات التكنولوجية المتقدمة في إنتاج الصور الفوتوغرافية والمتحركة داخل الأستوديوهات الافتراضية الرقمية، المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي مج ٣ ع ٣، ٢٠٢٤م.
 ٨. عبد الرحمن أحمد محمد، الصحافة الرقمية ودور Artificial الذكاء الاصطناعي في تطويرها: دراسة ميدانية على الصحفيين في المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي للإعلام الرقمي والمحتوى الإلكتروني، ٢٠٢٠م.
 ٩. محمد العطار، دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الخدمات المقدمة في القنوات الإخبارية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية مج ٧٢ ع ٢، ٢٠٢٤م.
 ١٠. محمد عبد الحميد أحمد، معالجة الصحف الرقمية المصرية لمجالات الذكاء الاصطناعي وإشكالات توظيفه في مجال الصحافة من وجهة نظر الممارسين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ع ٢١، ٢٠٢٢م.
 ١١. مي مصطفى عبدالرازق، تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الواقع والتطورات المستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ع ٨١، ٢٠٢٢م.
- ثانياً المراجع الأجنبية

1. Choi, Y. J., & Kim, S. H. "Artificial Intelligence and the Future of Digital Journalism: Trends and Challenges." International Journal of Communication, VOL14,2020.
2. Chuttur, M.Y. Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions, (Indiana University, USA, Sprouts: Working Papers on Information Systems, 2009).
3. Dörr, Konstantin Nicholas, Mapping the field of algorithmic journalism. Digital Journalism, Vol4 no (6),2016.
4. Faraj, G. A. 2024. "The Role of Artificial Intelligence in Distinguishing Between True and Fake News on Television Channels in Kurdistan Region - Iraq." Twejer (Soran University Journal), December 23, 2024. <https://journals.soran.edu.iq/>
5. Inoue, H., & Itai, K. "Artificial Intelligence in News Media: Review and Future Challenges." Journal of Artificial Intelligence Research, Vol 12 No (3),2021.
6. Koltsova, O, AI Technologies in Digital Journalism: A Cross-Cultural Perspective. Digital Journalism, Vol 8 No (٤), 2019.
7. Mark Coddington, clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. Digital Journalism, vol3no (3),2015.
8. Paul Thompson, Artificial intelligence in journalism: Opportunities and challenges. Digital Journalism Journal, Vol 34,2020.

9. Payne, k, Much Ado about something: Web2.0 Acceptance and use by Public Relations Practitioners, Educators Academy PRSA Proceeding,2018.
- 10.Sarah Williams, AI and the future of news media: A cross-national analysis. International Journal of Digital Media, Vol12.
- 11.Venkatesh V, Morries, M.G., Davies, G.B., &Davies, User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, Vol.27 ,2013.
- 12.Venkatesh. and Zhang X, Unified Theory of acceptance of information technology U.S Vs. China, Journal of Global Information Technology Management, Vol.13, No.1 ,2015.
- 13.Wang, L., et al. The Role of Intelligence in Enhancing Digital Journalism: A Case Study of News Recommendation Systems. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol25 No (4), 2020.