



قوائم المحتويات متاحة على المجلات الاكاديمية العراقية

## رؤية للدراسات الاجتماعية

الصفحة الرئيسية للمجلة: ruyasocial.studies@dws.gov.iq



# الاتجاهات والتحديات في توظيف الذكاء الاصطناعي من قبل القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية: دراسة ميدانية

## Trends and Challenges in the Use of Artificial Intelligence by Communicators in the Iraqi Press: A Field Study

صباح ياسين فرحان<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> ديوان الوقف السني، العراق. [Sbahaljbwry51@gmail.com](mailto:Sbahaljbwry51@gmail.com)

### Abstract

#### Keywords

Artificial intelligence, communication, Iraqi journalism, trends, challenges

The researcher sought to assess the perspectives of media professionals and academics with experience in media work regarding artificial intelligence (AI). He also sought to identify the most prominent technical, institutional, or cultural challenges hindering the use of this technology, as well as the areas AI serves in journalism and media. Therefore, the researcher conducted a field study on a sample of media professionals, particularly those with academic and postgraduate degrees, who combine academic and professional work. The aim was to obtain recommendations that serve media work in this field.

### ملخص

يهدف البحث إلى تقييم وجهات نظر القائمين بالاتصال من المهنيين في وسائل الإعلام، وكذلك الأكاديميين الذين يمتلكون خبرة في العمل الإعلامي، تجاه استعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي، والكشف عن أبرز التحديات التقنية، أو المؤسسية، أو الثقافية التي تعيق توظيف هذه التقنيات في العمل الصحفي، علاوة على تحديد المجالات التي يسهم فيها الذكاء الاصطناعي في تطوير مهنة الصحافة والإعلام. وانطلاقاً من ذلك، اعتمد الباحث الدراسة الميدانية على عينة من أصحاب الخبرة في الإعلام، ولا سيما العاملين في الصحف من حملة الشهادات الأكاديمية العليا الذين يجمعون بين العمل الأكاديمي والمهني بغية الوصول إلى توصيات علمية من شأنها الإسهام في تطوير العمل الإعلامي.

### معلومات المقال

تاريخ المقال:

الإرسال: 2025\12\15

المراجعة: 2025\12\27

القبول: 2026\1\4

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي، الاتصال، الصحافة العراقية، الاتجاهات، التحديات

\* Corresponding author at: Dr. Sabah Yassin Farhan, [Sbahaljbwry51@gmail.com](mailto:Sbahaljbwry51@gmail.com)

## 1. مقدمة

تشهد الصحافة العالمية تطورًا متسارعًا بفعل التقنيات الحديثة، وعلى رأسها الذكاء الاصطناعي الذي بدأ يأخذ دورًا محوريًا في إنتاج وتحرير المحتوى، وقد أصبحت الصحافة الرقمية بيئة خصبة لتطبيق هذه التقنيات، خاصة في ظل التحول من الصحافة الورقية إلى الرقمية في العديد من الدول، بما فيها العراق، ويبرز هنا دور القائمين بالاتصال كحلقة وصل حيوية بين التقنية والجمهور، مما يستدعي دراسة توجهاتهم والتحديات التي تواجههم في هذا المجال.

### مشكلة البحث

رغم التقدم العالمي في دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، إلا أن وتيرة هذا التوظيف في الصحافة العراقية تبدو متباينة وتلفه حالة الغموض، مما يطرح تساؤل محوري: ما هي اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي؟ وما أبرز التحديات التي تواجههم؟

### أهداف البحث

1. التعرف على مدى استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية.
2. تحليل اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف هذه التقنيات.
3. الكشف عن أبرز التحديات التي تواجه القائمين بالاتصال عند استخدام الذكاء الاصطناعي.
4. تقديم توصيات لتفعيل توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية.

### أسئلة البحث

1. ما مدى معرفة القائمين بالاتصال بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟
2. في أي مجالات صحفية تُستخدم هذه التقنيات؟
4. ما أبرز التحديات التقنية، المؤسسية، أو الثقافية التي تعيق استخدام الذكاء الاصطناعي؟
5. ما مقترحاتهم لتوسيع نطاق توظيف هذه التقنيات في المستقبل؟

### أهمية البحث

1. علمية: يُثري الأدبيات الإعلامية المحلية والعربية في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي ويبرز التحديات الخاصة بالبيئة العراقية.
2. تطبيقية: يساعد القائمين على المؤسسات الإعلامية العراقية على تطوير استراتيجيات رقمية أكثر فاعلية.

### منهج البحث

يستعمل الباحث الإعلامي مجموعة من المناهج العلمية لدراسة ظاهرة معينة والوصول إلى نتائج محددة عن طريق اختيار منهج ملائم لمشكلة الدراسة، وقد اختار الباحث المنهج الوصفي من بينها؛ لأنه يستجيب لمتطلبات بحث مشكلة الدراسة، إذ يقوم المنهج على الوصف الكامل والدقيق للمشكلة والتأكد من جميع البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة وتفادي حدوث أي تحيز في جمع هذه البيانات (حسين، 1999)، وانسجاما مع متطلبات البحث وطبيعته الإجرائية اتبع الباحث منهج الوصف مستعملاً استبيان في دراسته الميدانية للوصول إلى النتائج المطلوبة من البحث.

### أداة جمع البيانات

يهدف الوصول إلى النتائج المطلوبة استعان الباحث باستمارة استبيان معدة للخبراء في المجال الصحفي من العاملين في الصحف ومن الأكاديميين الذين يعملون الآن أو من الذين عملوا سابقا في مجال الصحافة والإعلام، شملت الاستمارة مجموعة من الأسئلة التي تدور حول مشكلة البحث ولغرض اختبار صلاحية الاستبانة تم عرضها على مجموعة من الخبراء (ناصر وعلوان، بدون سنة) في هذا المجال ثم تم اختبارها ميدانيا قبل التوزيع على المشاركين.

### مجتمع البحث

ضم مجتمع البحث متخصصين من العاملين في مجال الصحافة والإعلام من حملة شهادة البكالوريوس، والماجستير، والدكتوراه وأغلبهم يجمعون بين العمل المهني في الإعلام، والأكاديمي من الذين يحملون الشهادات العليا في تخصصات الإعلام المختلفة.

**عينة البحث:** اختار الباحث أن تكون العينة عمدية من مجتمع البحث، والعينة العمدية بما يختار الباحث المفردات بطريقة عمدية طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات، وبما يخدم أهداف البحث (المشهداني، 2017)، إذ عمد الباحث الى اختيار المشاركين على أساس الشهادة والخبرة في العمل الصحفي والإعلامي من حملة الشهادات العليا العاملين حاليا في وسائل الاعلام وبمارسون العمل الأكاديمي والصحفي، أو الذين عملوا سابقا، فضلاً عن عدد

العاملة بالروبوت والبرامج الذكية من أجل تحسين جودة المحتوى ورفع كفاءة العمل وزيادة الإيرادات والأرباح للمؤسسة وأن على المؤسسات الإعلامية الحالية التأقلم مع الواقع الجديد بتغيير استراتيجيتها الحالية وضرورة التحول إلى العالم الرقمي، كما توصلت الدراسة إلى تزايد عمليات أتمته الصحف والتوجه نحو النشر الرقمي عالمياً مع الإبقاء على التفاضل كوسيلة مشاهدة ذكية.

### 3-دراسة نجم عبد الله الراشد: تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام (2024).

هدف البحث إلى فهم تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة الإعلام، واستشراف مستقبل العلاقة بين الإنسان والآلة في العملية الإعلامية، وتقييم إيجابيات وسلبيات إدخال هذه التقنيات في الإعلام. وتدور مشكلة البحث حول مستقبل العلاقة بين الإعلام والذكاء الاصطناعي، وخاصةً ما يتعلق باندماج الإعلام الإبداعي، تبسيط العمليات الإنتاجية، وتحسين جودة المحتوى. اعتمد البحث على منهجية شاملة لجمع المعلومات، تضمنت الكتب الحديثة، الرسائل الجامعية، الدراسات العلمية ذات الصلة، شبكة الإنترنت كمصدر إضافي للمعلومات، توصلت الدراسة إلى نتائج منها: أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً حاسماً في تطوير صناعة الإعلام، وتسهم في تحسين جودة المحتوى وزيادة سرعة الإنتاج. وإن واقع التعامل مع الذكاء الاصطناعي يفرض الحاجة إلى موائيق أخلاقية تضمن التوازن بين الإنسان والآلة.

## 2. المبحث الثاني: الإطار النظري

يشهد العالم في عصرنا الحالي أكبر التحولات التكنولوجية المتسارعة التي ألفت بضلها على واحد من أهم المجالات الحديثة وهو الإعلام، فتقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي تمكن الروبوتات الصحفية من إنتاج محتوى إعلامي دقيق وبسرعة أكبر، مما جعلها تدخل مجال المنافسة مع المهنة التقليدية في الإعلام التي يمارسها الصحفيون في مختلف الوسائل الإعلامية، ومنها الصحافة بكل فروعها التحريرية. وقد أحدثت التطورات التكنولوجية طفرةً متطورة في المجالات كافة ومنها مجال الذكاء الاصطناعي، الذي أصبح قادراً على معالجة بعض التحديات الكبرى وبتائج مذهلة، وفي مختلف المجالات ومنها الإعلام، الذي شهد تغيرات سريعة وكبيرة، وكان من أكثر المجالات استفادة من الذكاء الاصطناعي وآلياته.

من حملة شهادة البكالوريوس المهنيين العاملين حالياً في مجال الإعلام، ويتمتعون بخبرة في العمل الصحفي والإعلامي.

### حدود البحث

حدود البحث اقتصرت على نخبة مختارة من العاملين في مجال الصحافة والإعلام، إضافةً إلى أساتذة جامعيين من الذين يجمعون بين ممارسة المهنة والخبرة الأكاديمية للحصول على رؤية متوازنة تجمع بين الجانبين التطبيقي والنظري، وينحصر المجال المكاني للبحث في المؤسسات الإعلامية والأكاديمية داخل العراق، أما الإطار الزمني فيمتد من العام 2023 ولغاية عام 2025، وهذه الفترة تشهد تزايداً ملحوظاً في الاهتمام باستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحتوى والصناعة الإعلامية.

### الدراسات السابقة

1-دراسة محمد جمال بديوي (اليات تطبيق وانتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي.. دراسة حالة على موقع القاهرة24 الاخباري، (2021).

هدف الدراسة هو التعرف على آليات تطبيق وانتاج صحافة الروبوت في ضوء استعمال الذكاء الاصطناعي، استخدم الباحث المنهج الوصفي. وأكدت نتائجها على أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزاً من الذي قدمه الصحفيين البشريين وأكثر مصداقية منه لدى الجمهور وتأثيرها الإيجابي على البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، ولكن يستبعد الباحثين أن تحل محل الصحفي البشري في المستقبل فطبيعة العلاقة بينهما تكاملية إلى حد كبير وليست تنافسية.

2-دراسة محمد الغباري وباسل يسري عبد الفتاح عثمان: دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية، (2023).

هدف البحث هو التعرف على التغييرات التي أحدثتها الذكاء الاصطناعي في عمل الإعلام الرقمي والتي ساعدت في تغيير نمط استخدام واستهلاك الرسالة الإعلامية والتوجه نحو إعلام افتراضي جديد.

استعمل الباحث المنهج الوصفي، واستعان بالنظرية الموحدة لقبول واستعمل تكنولوجيا المعلومات وتوصل إلى عدد من النتائج منها: أن المستقبل في الإعلام الرقمي سيكون لصالح المؤسسات

وبأخطاء أقل، فالخوارزميات بمقدورها استخدام البيانات نفسها لأخبار القصص وبلغات متعددة ومن جوانب مختلفة، ومعالجات متعددة وعليه فبمقدورها تخصيص محتواها بحسب التفضيلات الشخصية للمتلقي كما تنماز الخوارزميات بتوليد أخبار عند الطلب بإنشاء قصص بالاستجابة لطلبات الجمهور المتلقي للبيانات<sup>(1)</sup> (Doit,2017)، وتقوم أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي بأدوار متعددة في قطاع الإعلام، إذ تركز على عمل تقنيات الذكاء الاصطناعي بصناعة أدوات إعلامية جديدة لها القدرة على صياغة محتوى اعلامي أكثر تأثيراً، وتحافظ تلك التقنيات والأدوات على تنوع الجمهور وتلي طموحاته بالمجمل وتصنع قنوات إعلامية لتبادل الآراء وردود الأفعال بشكل تفاعلي مستمر(البدري،2021).  
وبالنظر لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي يحاول الإعلام توظيفها في صناعة المحتوى الإعلامي يمكن القول إن هناك أدوات وتقنيات عديدة تقوم بأدوار كبيرة في تشكيل مفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام بشكل عام مثل منصات إنترنت الأشياء وأجهزة الهواتف المحمولة ذات الدقة 5G، وتقنية تحديد المواقع والتفاعل المتقدم بين الإنسان والآلة والتوثيق وكشف الاحتيال والترخيص والطباعة ثلاثية الأبعاد وأجهزة الاستشعار الذكية وبرمجيات تحليل البيانات الكبيرة والخوارزميات المتقدمة والتفاعل متعدد المستويات وأدوات جمع البيانات، وأدوات الواقع المعزز والأجهزة القابلة للارتداء، فكل تقنية من هذه التقنيات لها أدوار ووظائف كبيرة تؤديها في صناعة المحتوى الإعلامي(فرجاني،2021).

### 3. مناقشة النتائج

#### 1.3 المستوى العلمي:

##### جدول رقم (1)

التحصيل الدراسي	ك	%
بكالوريوس	18	30
ماجستير	26	43,3
دكتوراه	16	26,7

المصدر: برنامج SPSS

جدول رقم (1) يبين أن غالبية المشتركين من حملة الماجستير نسبتهم (43,3%) بعدد 26 (ك) وهذه الفئة هي الأكبر وتعكس توجه أكاديمي عالي فضلاً عن المشتركين من حملة الدكتوراه، ونسبة المشاركين من حملة البكالوريوس والدكتوراه تكاد تكون متوازنة، فحملة البكالوريوس نسبتهم (30%) بعدد 18 (ك) من العينة وهذا يعطي بعد

#### 2.1. ما هو الذكاء الاصطناعي.

الذكاء الاصطناعي مصطلحاً ينماز بالشمولية للتطبيقات التي تؤدي وظائف معقدة، وكان يتطلب سابقاً إدخلات بشرية مثل التواصل مع العملاء بوساطة الإنترنت أو ممارسة ألعاب تتطلب وجود طرفين في آن واحد، فعالمياً ما يستعمل هذا المصطلح بالتبادل مع مجالات فرعية أخرى فهناك تركيز واضح وجلي على إنشاء أنظمة تتعلم أو تحسن من أدائها بالاستناد للبيانات التي تستهلكها(رضا،2024) ، والذكاء الاصطناعي هو مجموعة من التقنيات التي تمكن أجهزة الحاسوب من محاكاة التعلم البشري وحل المشكلات واتخاذ القرارات، كما يمكن للتطبيقات والأجهزة التي تعمل بالذكاء الاصطناعي رؤية الأشياء وتحديدها، وبالتالي فهم اللغة البشرية والاستجابة لها، وتقديم توصيات مفصلة للمستخدمين والخبراء، ويمكنها العمل بشكل مستقل، لتحل محل الذكاء البشري(IBM, 2024) ، والذكاء الاصطناعي يهدف إلى فهم طبيعة الذكاء الإنساني عن طريق عمل برامج وخوارزميات للحاسب الآلي وروبوتات قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء، وذلك عن طريق تطوير إمكانات الحاسوب بما فيها القدرة التخزينية الكبيرة وهو ما تواصل تطويره التكنولوجيا، إلى جانب تطوير البرمجة وتطويرها من أجل الاستدلال المعرفي وإدراك الأشياء بطريقة برمجية ذكية وتقنية بوساطة الخوارزميات(العاصي،2021)، ويمكن لتقنية الذكاء الاصطناعي أن تساعد في تحسين أداء المهام الصحفية الروتينية، مثل تنفيذ المهام التي تتكرر بشكل مستمر في الصحافة، وبفضل سرعة وفعالية هذه التقنية يمكن للآليات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي أن تنجز هذه المهام بشكل أسرع وأفضل من البشر في بعض الأحيان، ولتحسين جودة الاخبار وزيادة سرعة الانتشار يمكن للأجهزة الذكية أن تقوم بتزويد المستخدمين بالإشعارات والتنبيهات حول الأحداث الجارية بشكل فوري ومنظم(عمرو،2020).

#### 2.2. توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي في الصحافة

صحافة الذكاء الاصطناعي تستخدم الأدوات والتقنيات التي تقوم بكتابة موضوعات صحفية ونشرها بأشكال مستقلة دون تدخل مباشر، أو من التعاون مع صحفي يمكن أن يفوض للإشراف على العملية أو تقديم مدخلات لتحسين المحتوى الصحفي (Hamilton,2009) ، وتمتلك الخوارزميات في أنظمة الذكاء الاصطناعي قدرة على إنتاج المحتوى الاعلامي وعلى نطاق واسع

والتحديث وهي بوضعها الحالي لا تلبي الاحتياجات المعاصرة حيث تبين أن ما يقرب من (73,3%) أظهروا تأييداً عالياً جداً، وأن (23,3%) أيدوا ذلك بشكل معتدل، فيما كانت نسبة المعارضة (صفر) ولم يتم رفض العبارة وهذا يدل على تطابق الآراء حول الحاجة الماسة للتحديث التكنولوجي في بنية الصحافة العراقية، العبارة حصلت على أعلى وزن نسبي (94%) وهو شبه إجماع كامل على حاجة البنية التكنولوجية في الصحافة العراقية الى التحديث الجذري مما يعكس وعياً متقدماً بأهمية التحديات التي تواجه استعمال الذكاء الاصطناعي، ومن آراء المشاركين يتبين أن هناك أولوية قصوى لدى الجهات الإعلامية وكل المؤسسات المعنية بشؤون الإعلام الأخذ بها سواء على مستوى التدريب التقني للعاملين، أو على صعيد البنية التحتية والتي تشمل المعدات والبرمجيات والأنظمة الإلكترونية الحديثة.

### 2.3.3 الذكاء الاصطناعي يوفر وقت وجهد القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية:

نسبة (الموافقة بشدة 28,7% مع نسبة الموافقة 24%) تبلغ (86,7%) وهذا تأييد مرتفع للعبارة، ويمثل الغالبية المطلقة من المشاركين في الاستبيان و يشير الى فناعة عالية بأهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وبلغت نسبة اجابة (محايد 10%) وهي تمثل نسبة قليلة من المشاركين الذين ليس لهم رأي حاسم تجاه العبارة بسبب قلة الخبرة باستعمال أدوات الذكاء الاصطناعي أو عدم الإلمام بمعلومات كافية عنه، وكانت المعارضة هامشية من شخصين شاركا في الإجابة فقط عبرا عن عدم موافقتهم وهذه المعارضة الضعيفة لا تؤثر على السياق العام لكنها قد تنوه الى تحفظات محدودة مثل ضعف الثقة بالتكنولوجيا أو الخوف من فقدان العمل، أما فيما يخص الرفض القاطع بعبارة (لا أوافق بشدة صفر%) يؤكد على أهمية الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي، حصلت العبارة على وزن نسبي (86%) ومنه نستخلص أن الذكاء الاصطناعي ينظر إليه كأداة مهمة في تسريع وتيرة العمل وتخفيف الأعباء وهذا مؤشر إيجابي على تقبل التكنولوجيا في مهنة الإعلام، وضرورة تبني المؤسسات الاعلامية هذه التقنيات في السياسة التحريرية والانتاجية مع مراعاة الفجوة الرقمية لمن هم في موقف التحفظ او الحياد.

### 3.3.3 الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يضعف دور الصحفي التقليدي:

عملي وميداني لآراء المشاركين وهم من العاملين في الصحافة، أما مشاركة حملة الدكتوراه ونسبتهم (26,7% بعدد 16ك) يعزز القيمة العلمية والأكاديمية لنتائج الدراسة، ولا سيّما إذا علمنا بأن المشاركين من حملة الشهادات العليا يجمعون بين العمل الأكاديمي والمهني سواء الآن أو سابقا في مهنة الصحافة ومجالات الإعلام الأخرى. إن وجود التوازن بالمستويات الدراسية يساعد على تعزيز شمولية النتائج ويوفر التقارب في وجهات النظر من مستويات علمية ومهنية مختلفة.

### 2.3 الخبرة:

#### جدول (2)

الخبرة	ك	%
أقل من 5 سنة	8	13,3
من 5-10 سنة	8	13,3
أكثر من 10 سنة	44	73,4

المصدر: برنامج SPSS

جدول رقم (2) بين أن من خبرتهم تفوق 10 سنوات نسبتهم (73% بعدد 44ك) وهي الفئة الغالبة بين المشاركين وهذا يعطي ثقلا كبيرا لأصحاب الخبرة في النتائج لما له من أهمية في فهم احترافي تقليدي من المختصين بشؤون الصحافة في التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي. الخبرة المتوسطة (5-10 سنوات) ونسبتها (13,3% بعدد 8ك) تمثل الجيل القادم لقيادة مسيرة الصحافة وهو قريب من التكنولوجيا الحديثة وهم الأكثر قدرة على التكيف معها، أما الخبرة القصيرة (5 سنة) فما دون نسبتهم (13,3% بعدد 8ك) تمثل الجيل الأكثر رغبة وانفتاح على الذكاء الاصطناعي لكنهم الأقل خبرة في عمل الصحافة.

### 3.3 المحور الاول: قياس الاتجاهات العامة نحو الذكاء الاصطناعي

#### الجدول (3)

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المجموع النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الصحافة العراقية بحاجة ماسة لتطوير بنيتها التكنولوجية	44	73,4	14	23,3	2	3,3	0	0	0	0	94,4
الذكاء الاصطناعي يوفر وقت وجهد القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية	28	46,7	24	40	6	10	2	3,3	0	0	86
الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يضعف دور الصحفي التقليدي	14	23,3	26	43,3	16	26,7	4	6,7	0	0	76,7
الذكاء الاصطناعي يعزز جودة إنتاج الاخبار	20	33,3	16	26,7	16	26,7	8	13,3	0	0	76
استعمال الذكاء الاصطناعي اصبح ضرورة في العمل الصحفي الحديث	18	30	28	46,7	12	20	2	3,3	0	0	80,7

المصدر: برنامج SPSS

نتائج الجدول رقم (3) بينت نتائج العبارات وفق الآتي:

### 1.3.3 الصحافة العراقية بحاجة ماسة لتطوير بنيتها التكنولوجية:

تأييد كبير ونسبة مطلقة تقريبا بلغت (96,6%) من قبل العينة على حاجة البنية التكنولوجية للصحافة العراقية للتطوير

ربما لإحساسهم بالتوازن بين الإيجابيات والسلبيات أثناء التطبيق. فيما كانت المعارضة محدودة إذ يرى (8ك) من المشاركين ونسبتهم (13,3%) ان الاعتماد على الذكاء الاصطناعي ربما لا ينتج أخبارا عالية الجودة مقارنة بالعنصر البشري أو بسبب انتشار الأخبار والمعلومات المضللة، ولا يوجد معارضة شديدة لاستعمال الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي. الوزن النسبي للعبارة (76%) وهو أدنى وزن نسبي مما يشير إلى وجود تحفظ على مخرجات الذكاء الاصطناعي. وتظهر نتائج غالبية المشاركين ان الذكاء الاصطناعي سيسهم في جودة إنتاج الأخبار.

### 5.3.3 استعمال الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة في العمل الصحفي الحديث:

نتائج العبارة تشير إلى تاييد قوي لها ونسبة (76,7%) أي أكثر من ثلاثة أرباع المشاركين توزعت بين موافق بشدة ب (18ك) ونسبة (30%) فضلا عن (46,7% و 28ك) يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة لا يمكن تجاهلها في مجال العمل الصحفي، مما يعني وجود قناعة عالية بين المشاركين بان الذكاء الاصطناعي أصبح عنصراً أساساً في تطوير عمل الإعلام وتحرير الأخبار. أما مستوى الحياد فقد كان متوسط ونسبة (20% ب5ك) يفضلون الحياد والتحفظ بسبب الخبرة القليلة في استعمال مثل هذه التقنيات وكذلك وجود حاجة للمزيد من الوضوح حول أدوار الذكاء الاصطناعي وحدود التعامل معه من قبل الصحافة، المعارضة ضعيفة جداً وبعدد (2ك) ونسبتهم (3,3%) فقط، فيما لم يسجل عدم الموافقة بشدة وهذا يدل على قلة المشككين بأهمية الذكاء الاصطناعي في عمل الصحافة الحديثة. الوزن النسبي (80,7%) وهو وزن ينسجم مع ما سبق من العبارات التي ترى ضرورة تطوير عمل الصحفي وفتح آفاق التكنولوجيا الحديثة أمامه. إجمالي نتائج الإجابات على العبارة أعلاه تشير إلى وجود إجماع شبه تام على الحاجة للذكاء الاصطناعي وأهميته في عمل الصحافة المعاصرة مما يعني وجود تحول ووعي مهني تجاه ضرورة دمج العملية الصحفية بالتقنية الحديثة.

### 4.3 المحور الثاني: التحديات أمام استعمال الذكاء الاصطناعي

#### جدول رقم (4)

نتائج العبارة تشير الى قلق غالبية المشتركين ونسبة (66,6%) تقريبا ثلثي العينة حيث بلغت نسبة أوافق بشدة (23,3% وبعدد 14ك)، فيما بلغت نسبة اوافق (43,3% بعدد 26ك) أي ما يعادل (66,6%) يرون أن الذكاء الاصطناعي يضعف دور الصحفي التقليدي، وهذه الإجابات تعكس قلقا عاما للصحفيين أو المهتمين بشأن مخاطر استعمال الذكاء الاصطناعي على دور الصحفي التقليدي، فيما كانت نسبة الحياد كبيرة بلغت (26,7%) أي أكثر من ربع المشاركين يفضلون عدم اتخاذ أي موقف حاسم وهذا يعكس ترددهم وغموضهم تجاه فهم العلاقة بين الصحفي والذكاء الاصطناعي أو عدم خوض تجربة حقيقية في هذا المجال تتيح لهم الحكم على استعمال الذكاء الاصطناعي. أما الذين يعارضون فهم قلة قليلة و(بعدد 4ك ونسبتهم 6,7%) من المصوتين مما يؤكد عدم التفاؤل تجاه العلاقة بين الطرفين، وزن العبارة النسبي هو (76,7%) وهذا يبين القلق الذي يشعر به المشاركين على الدور البشري، والاعتماد المستقبلي على الذكاء الاصطناعي مما يدعو إلى التوازن في الاستعمال دون الاستغناء عن الإنسان الصحفي.

من ذلك نستنتج أن أغلب المشاركين يرون الذكاء الاصطناعي تهديداً محتمل للصحفي التقليدي ودوره في مستقبل العمل الإعلامي مما يتطلب من المختصين إعادة تعريف دور الصحفي في عصر الذكاء الاصطناعي الذي يميز العصر الرقمي الحالي فضلا عن استعمال الذكاء الاصطناعي كأداة داعمة لا كبديلة عن الصحفي التقليدي، أما النسبة المرتفعة من الحياد فتشير إلى ضرورة فهم وتحديد الأدوار وتقوية التكامل في الأداء بين الصحفي وجميع التقنيات الحديثة.

### 4.3.3 الذكاء الاصطناعي يعزز جودة إنتاج الأخبار:

التأييد يكاد يكون معتدل الى جيد بين المشاركين ليصل الى (60%) حيث أبدى 20ك منهم موافقة بشدة بما يعادل (33,3%) و16ك منهم بموافق ونسبتهم (26,7%) يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين جودة إنتاج الأخبار، وعليه فإن المشاركين يبدون ثقة أكثر من متوسطة في قدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين الجودة في إنتاج الأخبار؛ لأنه يتمتع بالسرعة والدقة وتعدد المصادر.

كانت نسبة الحياد مرتفعة بـ (26,7) كانوا غير واثقين بعد من قدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الأخبار ويعود ذلك

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المجموع		الوزن النسبي %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
هناك تخوف من فقدان الوظائف الصحفية بسبب الأتمتة	22	36,7	32	53,3	2	3,3	4	6,7	0	0	10	16,0	84
المؤسسات الصحفية لا تمتلك التمويل الكافي لتقنيات الذكاء الاصطناعي	32	53,3	14	23,3	12	20	2	3,3	0	0	10	16,0	85,33
غريب التشريعات الإعلامية التي تنظم استعمال الذكاء الاصطناعي يمثل تحدياً كبيراً	28	46,7	26	43,3	4	6,7	2	3,3	0	0	10	16,0	86,67
هناك نقص في تأهيل الصحفيين العراقيين للتعامل مع الذكاء الاصطناعي	30	50	24	40	4	6,7	2	3,3	0	0	10	16,0	87,33
ضعف البنية التحتية التكنولوجية يمثل عائقاً أمام استعمال الذكاء الاصطناعي	32	53,3	22	36,7	4	6,7	2	3,3	0	0	10	16,0	88

المصدر: برنامج SPSS

نتائج الجدول رقم (4) بينت نتائج العبارات وفق الآتي:

### 1.4.3 هناك تخوف من فقدان الوظائف الصحفية بسبب الأتمتة: (الأتمتة وتعني استعمال التكنولوجيا لتنفيذ المهام بشكل آلي مع تدخل بشري حدود)

عندما نجمع فئة وافق بشدة 22 ك مع فئة وافق 32 ك تصبح النتيجة 54 ك من أصل 60، أي بنسبة (90%) من المصوتين يتفقون على وجود تخوف من فقدان الوظائف وهذا تعبير عن قلق كبير وواسع الانتشار بين العاملين في الإعلام يتقدمهم الصحفيون من تأثير الأتمتة (الروبوتات والذكاء الاصطناعي والأنظمة المؤتمتة) على مستقبل عملهم في مهنة الإعلام. أما نسبة المحايدون فكانت منخفضة وبنسبة (3,3%) وهذه القلة ارادت عدم إبداء أي موقف؛ لأن الموضوع يبدو محسوساً وله تأثير كبير على واقعهم المهني، أما المعارضة بـ(لا أوافق ونسبتها، 6,7%) التي ترى إمكانية التعامل والتكامل مع الأتمتة وإحما لا تشكل تهديداً مباشراً لدورهم، وفئة (لا أوافق بشدة بنسبة صفر%) أي عدم وجود رفض قاطع وكبير بين المشاركين يؤكد وجود ثقة عالية بأن الأتمتة غير آمنة تماماً للوظائف الصحفية حتى مع أكثر المتفائلين في هذا الميدان، الوزن النسبي للعبارة كان (84%) وهذا يعني أن الغالبية من المستجوبين يميلون بدرجة عالية الى الموافقة وهذا مؤشر قلق واضح ومنتشر بينهم يبرز شعورهم بالتهديد من قبل الذكاء الاصطناعي على وظائفهم ومصدر دخلهم مما يتطلب إيجاد أدوار جديدة تزواج بين العمل الصحفي واستعمال أدوات الذكاء الاصطناعي. من ذلك نجد أن البيانات تظهر قلق مهني عالٍ وحققي بين المشتركين، من أن التوسع في استعمال الذكاء الاصطناعي سيؤدي الى تهديد الوظائف الصحفية التقليدية، مما يتطلب إعادة تأهيل الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام لمواكبة التطور التكنولوجي وكذلك دمج كل التقنيات الحديثة ومنها الذكاء الاصطناعي كأداة تدعم العمل الصحفي وليس بديلاً عنه مع حماية الأدوار الإنسانية في العمل الإعلامي عبر سياسات إعلامية تنظم ذلك.

### 2.4.3 المؤسسات الصحفية لا تمتلك التمويل الكافي لتبني

#### تقنيات الذكاء الاصطناعي:

يؤكد أغلب المشاركين وجود عائق مالي وبنسبة (76,6%)، ففئة (وافق بشدة 32 ك ونسبتهم 53,3%) إضافة الى المصوتين بموافق كان (14 ك ونسبتهم 23,3%) يرون بأن الضعف في التمويل هو العائق الأكبر أمام التحول الرقمي في أي مؤسسة صحفية، وهذا يسلط الضوء على الواقع الاقتصادي الصعب الذي يواجه اغلب وسائل الاعلام خاصة في المؤسسات الإعلامية الصغيرة في الدول ذات الاقتصاد المحدود، أما نسبة الحياد فكانت (20%) وهي نسبة متوسطة وتشير إلى تفاوت في التمويل بين المؤسسات الإعلامية أو ربما الى نقص في معلوماتهم عن ميزانية مؤسساتهم الصحفية. أما المعارضة فكانت ضعيفة جداً وبنسبة (3,3%) وهذا يؤكد الإجماع على أن المال هو العائق الفعلي ومما يعزز هذه الفكرة عدم وجود أي رفض قاطع بالتصويت على فئة (لا أوافق بشدة) مما يعزز الاعتقاد لدى الاغلبية بأن المشكلة واقعية ومحسومة لديهم. الوزن النسبي للعبارة تجاوز (85%) وهذا يشير إلى الرأي المؤيد لمضمون العبارة، وهو بذلك شبه إجماع بين المشاركين وهذا يسلط الضوء على فكرة التمويل كواحد من أكبر المعوقات أمام الاندماج بين الصحافة العراقية وأدوات الذكاء الاصطناعي مما قد يدفع بعض المؤسسات الإعلامية إلى البحث عن الدعم الحكومي أو التوجه إلى شركات مع القطاع الخاص أو البحث عن المنح الدولية لتجاوز التحدي الذي يمثله عالم الذكاء الاصطناعي. وعليه يجب توفير الدعم للمؤسسات الإعلامية وتشجيع الشراكة بين المؤسسات التقنية والإعلامية ومنها شركات الذكاء الاصطناعي مع محاولة استثمار المتاح لتدريب العاملين على استعمال أدوات الذكاء الاصطناعي ومواكبة التطور التكنولوجي الحديث.

### 3.4.3 غياب التشريعات الإعلامية التي تنظم استخدام الذكاء

#### الاصطناعي يمثل تحدياً كبيراً:

هناك إجماع كبير بين المشاركين على وجود تحدي أمام انبثاق تشريعات إعلامية تنظم استعمال الذكاء الاصطناعي إذ يرى (90%) منهم ذلك حيث (وافق بشدة 28 ك ونسبتهم 46,7%) فضلاً عن فئة (موافق ب 26 ك ونسبة 43,3%) من مجموع المشاركين البالغ 60 مشاركاً أن هذا التحدي يمثل عائقاً رئيساً أمام تنظيم استعمال الذكاء الاصطناعي، وهذه النتيجة تسلط الضوء على الحاجة

إلى إطار قانوني واضح ينظم استعمال الذكاء الاصطناعي ويضمن الاستخدام العادل والمسؤول لجميع أنواع التقنيات الحديثة في مجال الإعلام، أما نسبة الحياد كانت منخفضة ب(4ك ونسبتهم 6,7%) وبذلك تؤكد النتيجة عند البعض الضبابية وعدم الإلمام الكافي بالتشريعات القائمة أو أن هناك أولويات أكثر أهمية من التشريعات الإعلامية مثل تحديات التقنيات الحديثة أو التمويل، اما فئة (لا اوافق جاءت ب2ك ونسبة 3,3%) فتؤكد على أهمية وجود إطار قانوني بتشريعات محددة وحديثة تلي الواقع الجديد، أما عدم وجود رفض تام فهذا يؤكد على أن البيئة القانونية مثيرة للقلق وغير كافية، مما يعزز وجوب خلق تشريعات جديدة تواكب التقدم في هذا المجال. الوزن النسبي للعبارة بلغ (86,67%) وهذا مؤشر على نسبة اتفاق مرتفعة جدا تعكس ادراكا متقدما حول غياب التشريعات في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، يمثل تحديا أساسيا مما يعكس الشعور بالقلق تجاه قدرة البيئة القانونية على توفير إطار ينظم هذا المجال وتجنب المعوقات المالية والتقنية التي قد تكون عائقا امام تنظيم العمل الصحفي باستخدام الذكاء الاصطناعي.

وما تقدم نستخلص وجوب دعوة المؤسسات الاعلامية للتعاون مع المؤسسات التشريعية لتحديث القوانين التي تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي اضافة الى تحديد مسؤولية الصحفي وحقوقه في ظل وجود تقنية الذكاء الاصطناعي، ان وجود تشريعات ذكية سيساهم في استعمال آمن للتكنولوجيا في الإعلام وتقديمه بشكل مسؤول.

#### 4.4.3 هناك نقص في تأهيل الصحفيين العراقيين للتعامل مع الذكاء الاصطناعي:

أغلبية ساحقة بين المشاركين تؤكد على وجود فجوة في تأهيل الصحفي العراقي وبنسبة (90%) حيث صوت (بموافقة بشدة، وبموافقة 54 ك) وهم على التوالي (30ك +24ك) ليقروا بذلك على افتقار الصحفي العراقي للتأهيل الكافي على استعمال الذكاء الاصطناعي، وهذا يعكس قلق حقيقي من العاملين في مهنة الإعلام تجاه قدرتهم على مواكبة التحول الرقمي واستعمال الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، أما نسبة الحياد المنخفضة (6,7% و 4ك) التزموا الحياد يشير الى تجربتهم الشخصية او التفاوت بين المؤسسات الصحفية في مستوى التأهيل للصحفي في هذا المجال، اما عدم الرفض القاطع يعني ان هناك حاجة ماسة للتأهيل على استعمال الذكاء

الاصطناعي في مجالات الإعلام كافة. وزن العبارة النسبي (87,33%) وهي نسبة مرتفعة جدا مما يعني ان غالبية المشاركين يرون ان نقص التأهيل يمثل التحدي الأبرز مما يعطي ملف التدريب والتأهيل اولوية كبيرة على المؤسسات الصحفية الانتباه له.

#### 5.4.3 ضعف البنية التحتية التكنولوجية يمثل عائقا امام استخدام الذكاء الاصطناعي:

إجماع واسع على وجود العائق التكنولوجي والتقني إذ يرى ما مجموعه 90% من المصوتين ذلك من مجموع (32 ك يوافقون بشدة ونسبتهم 53,3% من المصوتين و22 ك يوافقون وبنسبة 36,7%) إن ضعف البنية التقنية يمثل العقبة الحقيقية أمام دمج الذكاء الاصطناعي في مجالات العمل الإعلامي، وهذا يدل على واقع يعاني منه العمل الإعلامي ومؤسساته الصحفية سواء من حيث البرمجيات أو الأجهزة أو الشبكات، أما نسبة الحياد والبالغة (6,7%) فتشير إلى أن (4) مشاركين محايدين لا يستطيعون الجزم بمدى تأثير مستوى التكنولوجيا المستعملة في واقع عمل الإعلام أو ربما التفاوت بالإمكانات بين المؤسسات الإعلامية هو السبب في ذلك، اما الرفض فكان ضعيف جدا فقد رفض العبارة مشاركان فقط ونسبتهم (3,3%) مما يظهر ان الاعتراض شبه معدوم ولا سيما إذا ما أكد ذلك نسبة الرفض بشدة وهي (صفر%). الوزن النسبي للعبارة (88%) وهي أعلى نسبة بين العبارات السابقة وتمثل القمة في الاتفاق مما يعني بان الضعف في البنية التكنولوجية ينظر له على انه العائق الاكبر امام فكرة تبني الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية. ومن ذلك نستنتج أن ضعف البنية التقنية يعد من أكبر التحديات التي تواجه تبني فكرة الذكاء الاصطناعي في عمل الصحافة العراقية، أما أهم التوصيات: فيجب زيادة حجم الاستثمار في بنية المؤسسات الاعلامية التكنولوجية بما يشمل البرمجيات المتقدمة والتجهيزات الحديثة وتهيئة بنية تحتية رقمية مستدامة تضمن دمج الذكاء الاصطناعي وبسلاسة مع دعم حكومي وإنشاء مركز لتكنولوجيا المعلومات الاعلامية.

#### 5.3 المحور الثالث: ما أبرز التحديات التي يمكن ان يحدها الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم(5)

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المجموع النسبي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تخصيص المحتوى للجمهور؟	20	33,3	28	46,7	10	16,7	2	3,3	0	0	0	0
التحقق من الأخبار الزائفة	22	37,7	26	43,3	8	13,3	4	6,7	0	0	0	0
إنتاج محتوى ثقافي (نص، فيديو، صور)	22	36,7	34	56,7	4	6,6	0	0	0	0	0	0
تحرير النصوص والتفريق اللغوي	16	26,7	30	50	6	10	8	13,3	0	0	0	0
جمع الأخبار وتحريرها	14	23,3	26	43,3	8	13,3	12	20	0	0	0	0

المصدر: spss

### نتائج الجدول رقم (5) بينت نتائج العبارات وفق الآتي:

#### 1.5.3 تخصيص المحتوى للجمهور:

أظهرت نتائج الإجابات أنّ نسبة الموافقة كانت (80%) من أصل 60 مشاركاً، إذ وافق 48 منهم على عبارة (تخصيص المحتوى للجمهور) هي من أبرز التحديات التي يمكن أن يخدمها الذكاء الاصطناعي (وافق بشدة 20 ك + 28 ك موافق = 48 ك) وهذا يدل على المستوى العالي لأدراك الجمهور لإمكانيات الذكاء الاصطناعي في تقديم محتوى يخص الاهتمامات وبحسب موقع المتلقي الجغرافي بواسطة تحليل تفضيلات الجمهور بحسب السلوك والاهتمامات ومساعدته على تحسين المشاركة والتفاعل وتقديم توصيات دقيقة للمتلقى، أما نسبة الحياد جاءت (16,7%) والتي لا بأس بها وتشير إلى وجود شريحة من المشتركين غير المتأكدين من فعالية دور الذكاء الاصطناعي وقدرته على تخصيص محتوى محدد يتلاءم مع احتياجات الجمهور بالشكل المناسب وهذا يعكس ربما تجربتهم مع الذكاء الاصطناعي أو عدم التعامل أو الخوف منه، أما الرفض فكان محدود جداً ونسبة (3,3%) وبعدد 2 مشارك وهذه النسبة ليست لها تأثير على الإجماع العام الايجابي مع تعزيز ذلك بعدم وجود الرفض القاطع للعبارة، الوزن النسبي للعبارة 82% وهي نسبة اتفاق عالية على أهمية تخصيص محتوى محدد للجمهور وهذا مرتبط بتحسين الأداء بعد معالجة مشاكل أكثر إلحاحاً مثل: التمويل، والبنية التحتية.

#### 2.5.3 التحقق من الأخبار الزائفة:

48 مشاركاً من أصل 60 يمثلون (80%) من العينة (22 ك وافق بشدة ونسبتهم 37,7% + 26 ك ونسبتهم 43,3%) أبدوا الموافقة على ان الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على المساعدة في التحقق من الأخبار الزائفة، وهذا له دلالة تعكس الوعي بإمكانيات أدوات الذكاء الاصطناعي كإكتشاف المحتوى المزيف أو التحليل المضلل عبر وسائل التواصل الاجتماعي فيما كان 8 اشخاص مشاركون لهم موقف الحياد مما يعطي دلالة على قلة معرفتهم بالأدوات

التقنية المتاحة باستعمال أدوات الذكاء الاصطناعي أو التحفظ على مدى الدقة أو الموثوقية بهذه الأدوات، أما نسبة الرفض فكانت منخفضة إذ عبر أربعة مشاركين فقط من مجموع 60 مشاركاً عن رفضهم وعدم الموافقة وذلك ربما عائد إلى ثقتهم بالعامل البشري أكثر وكذلك التشكيك في قدرة الذكاء الاصطناعي على التفريق بين المحتوى الحقيقي والمزيف بدقة كبيرة.

ومما تقدم نجد أن النتائج تؤيد وبشكل واسع استعمال الذكاء الاصطناعي كوسيلة فعالة في مواجهة انتشار الأخبار المنحازة والزائفة بما تمثله من تهديد خطير للواقع الإعلامي الحالي وانتشار تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وسرعتها، الوزن النسبي 82% وهو وزن عالي، يؤكد الاتفاق على ضرورة التحقق من الأخبار الزائفة ومكافحتها وهو من اهم المجالات التي يمكن للذكاء الاصطناعي خدمتها لتقليل انتشار الأخبار المزيفة وتعزيز المصداقية. وللحد من ظاهرة تزيف المعلومات يجب التعاون بين المنصات الرقمية ومراكز الأبحاث بهدف تطوير قواعد بيانات موثوقة يمكن الرجوع لها مع تبني لأنظمة إنذار مبكر لها القدرة على رصد أي محتوى تضليلي قبل انتشاره بين الناس.

#### 3.5.3 إنتاج محتوى ثقافي (نصوص، فيديو، صوت):

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الإجماع كان واسع جداً ونسبة (93,4%) بين المشاركين على إمكانيات الذكاء الاصطناعي بإنتاج محتوى ثقافي شامل مثل النصوص والفيديو والصور، فمن مجموع 60 مشارك كان (موافق بشدة 22 ك ونسبتهم 36,7% + 34 ك وافق ونسبتهم 56,7%) وهذا يعكس الثقة الكبيرة في الأدوات المتاحة التي يمكن استعمالها أثناء التعامل مع الذكاء الاصطناعي لإنتاج نصوص وتحريرها أو إنتاج صور أو فيديوهات تساهم في جودة العمل الإعلامي، أما نسبة الحياد فكانت منخفضة إذ بلغت (6,6%) وبعدد 4 فقط) أبدوا الحياد وذلك قد يعود إلى مخاوف المشاركين من أن تكون جودة الانتاج غير كافية ولا تلي الطموح من دون تدخل بشري، ويعزز هذه النتيجة عدم وجود أي رفض مما يعكس القناعة شبه التامة بقدرة وأهمية الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الحديثة في مجالات الإعلام. الوزن النسبي (86%) وهي تعكس القناعة القوية للمشاركين بقدرة الذكاء الاصطناعي على المساهمة بفعالية في إنتاج محتوى ثقافي مبتكر ومتنوع.

يعدّ مجال التحرير اللغوي حساس والذكاء الاصطناعي فيه أدوات قوية لكنها بحاجة للملكة البشرية لضمان الاحتراف والدقة خاصة في العمل الاعلامي، حيث يمكن دمج الذكاء الاصطناعي مع غرف الاخبار كمساعد لا كبدل عنها وتكون المراجعة النهائية بشرية خالصة على النص أو أي محتوى آخر، كما يجب تحسين أدوات الذكاء الاصطناعي بالتعاون مع متخصصي اللغة العربية لتلائم الاستعمال من حيث الصياغة البلاغية أو الإعراب.

### 5.5.3 جمع الأخبار وتحريرها:

نسبة المؤيدين تؤكد القناعة لدى الغالبية من المشاركين لفتي (أوافق بشدة 14 ك بنسبة 23,3%+أوافق 26 ك بنسبة 43,3%) وبمجموع (66,6%) بان التكنولوجيا الحديثة ومنها الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تحرير الأخبار الأولية باستعمال أدوات الذكاء الاصطناعي التي تدعم الكتابة ومنها أدوات تحرير النصوص وكذلك إمكانية المساهمة في جمع الأخبار بسرعة وفعالية ومن مصادر متنوعة وهذه النتائج تؤكد على التفاؤل لدى المشاركين في إمكانية تبني الذكاء الاصطناعي في العمليات الأولية لتحرير النصوص والأخبار وتجميع المحتوى الإعلامي، أما المحايدين فكانت نسبتهم (13,3%) بـ 8 ك وهذه نسبة بسيطة تمثل فئة مترددة ليست لها اطلاع كاف على قدرات الذكاء الاصطناعي في مساعدة العاملين في مجالات العمل الإعلامي، والمحايدين ليس له رأي حاسم تجاه المواضيع التي تطرح عليه، أما الراضون فكانت نسبتهم ليست بالقليلة وكانت (20%) مما يعكس القلق تجاه فقدان روح الانسان في تحرير الاخبار وحسه الصحفي، أو شكوك حول مصداقية مصادر الاخبار التي يجمعها الذكاء الاصطناعي فضلاً عن الريبة من قدرة الذكاء الاصطناعي على التعامل مع المعلومات الحساسة سواء السياسية او الاجتماعية بما يراعي تحفظات المجتمع. الوزن النسبي للعبارة (74%) وهي أدنى نسبة في هذا المحور وتعكس قلة حماس المستجيبين لهذه الفكرة والاعتماد على قدرات الذكاء الاصطناعي في جمع الاخبار وتحريرها مقارنة مع باقي التحديات الأخرى.

وفي هذا المجال ومن اجل الاستعمال الأمثل لقدرات الذكاء الاصطناعي يجب انخرط الصحفيين في دورات تدريب على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التي تساعده في جمع المعلومات وتحليلها، فضلاً عن الدمج بين الذكاء البشري والصناعي لضمان الدقة في العمل والتحقق الأخلاقي مع أعداد أدلة عمل تحريرية تبين كيفية

وما تقدم نجد أن هناك اتفاق كامل على قدرة الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى متنوع ثقافياً وهذا يعدّ دافعاً قوياً للمؤسسات الإعلامية والثقافية على التعامل مع هذه التكنولوجيا بثقة أكبر والاعتماد عليها في تحسين جودة الإنتاج الإعلامي. إن الذكاء الاصطناعي بات شريكاً في رسم ملامح وأسس الثقافة الحديثة لذا يجب تشجيع المؤسسات الإعلامية والثقافية على دمج الذكاء الاصطناعي في إنتاج المواد المرئية والنصية فضلاً عن بناء منصات عربية للتشجيع على استعمال الذكاء الاصطناعي لإنتاج محتوى ثقافي يساهم في تعزيز الهوية المحلية، وما تقدم أيضاً نجد من الضروري تدريب المحررين والصحفيين على أدوات الذكاء الاصطناعي للتعامل مع النصوص والصور والفيديوهات وتوعيتهم على مراعاة الجانب الأخلاقي في إنتاج المحتوى سواء من حيث الدقة أو التمثيل الثقافي السليم.

### 4.5.3 تحرير النصوص والتدقيق اللغوي:

الإجابات تشير إلى أن نسبة الاتفاق كانت (76,7%) من مجموع (16 ك أوافق بشدة ونسبتهم 26,7% +30 ك أوافق ونسبتهم 50%) وهذه نسبة جيدة بين المشاركين الذين عبروا عن اعتقادهم عن قدرة الذكاء الاصطناعي في المساهمة بفعالية في تحرير النصوص او التدقيق اللغوي وهذا متأث من تزايد إدراك المستعملين للذكاء الاصطناعي في التدقيق النحوي والإملائي باللغة العربية، أما نسبة الحياد البالغة (10%) ربما تعود سببها إلى عدم استعمالهم هذه الأدوات أو تجربتها على الأقل، أما الراضين بين المشاركين فكانوا أقلية ونسبتهم (13,3% بـ 8 ك) لم يوافقوا وهذا يشير إلى وجود تحفظ أو شك تجاه الدقة التي يتعامل بها الذكاء الاصطناعي مع نصوص اللغة العربية او شك المشاركين بقدرة أدوات الذكاء الاصطناعي على فهم السياق النحوي والثقافي بدقة تامة مشحونة بالأحاسيس البشرية كما يفهمها الانسان. الوزن النسبي (78%) وتعني ان الغالبية من المستجوبين يرون ان بإمكان الذكاء الاصطناعي المساعدة في تحرير النصوص والتدقيق اللغوي.

ونستخلص من النتائج ان هناك رضا وقبول إلى حد ما كبير حول إمكانية استعمال الذكاء الاصطناعي في عمليات التدقيق اللغوي أو التحرير في مجالات الإعلام كافة مع وجود تحفظ من بعض المستخدمين وان كانت نسبة بسيطة.

متوسط على فكرتها وهذه النسبة تعكس حال عدم التوحد والتباين في الرأي بين المستجوبين بل هناك تباين في المواقف مما يعكس الغموض لدى المشاركين في تصوراتهم لشكل العلاقة المستقبلية بين الصحفي والذكاء الاصطناعي.

وما تقدم تكشف لنا النتائج عن تفاوت كبير في التصورات التي يحملها المشاركون، حيث لم تحسم الاغلبية موقفاً واضحاً تجاه الذكاء الاصطناعي على العمل المستقبلي بمهنة الاعلام مما يعكس مزيداً من التوعية والتدريب العملي لتعزيز الفهم العام حول شكل العلاقة المستقبلية بين التكنولوجيا الذكية والصحفي سواء من ناحية التحديات او الفرص المتاحة.

### 2.6.3 تجعل الصحفي اكثر اعتمادا على القوالب الجاهزة:

غالبية المشاركين يتفقون مع العبارة وبنسبة (73,4%) مقسمة بين (أوافق بشدة 28ك ونسبتهم 46,7% + موافق 16ك ونسبتهم 26,7%) وهذا يظهر قلقاً كبيراً بين المشاركين من أن استعمال الذكاء الاصطناعي قد يدفع العاملين في مهنة الصحافة إلى النمطية في الانتاج والتحرير والاعتماد على القوالب الجاهزة كبديل عن الابداع في مجال العمل الصحفي الحقيقي. وتأتي نسبة المحايدين والرافضين (26,6%) وهؤلاء لم تتبلور لديهم الرؤية الواضحة بعد تجاه قدرة الذكاء الاصطناعي وامكانيته بان يكون اداة مرنة تساعد الصحفي ولا تجبره على العمل النمطي والقوالب الجاهزة. الوزن النسبي للعبارة (81,3%) وهو مستوى اتفاق مرتفع يعكس قناعة تامة بان الذكاء الاصطناعي قد يجعل الصحفي أكثر اعتمادا على القوالب الجاهزة في عمله مما يعكس المخاوف من تقليل مساحة الابداع الفردي في الكتابة والتحرير بواسطة الاعتماد على صيغ ونصوص مكررة.

وخلاصة النتائج تشير الى ان كل ثلاثة من كل أربعة 4 مشاركين يتوقعون تأثير الذكاء الاصطناعي على نمطية العمل الصحفي ويساهم في زيادة الاعتماد على القوالب الجاهزة مما يشكل تحدي حقيقي لمهنة الاعلام في الحفاظ على التنوع في مضمون الانتاج الفكري مستقبلاً.

### 3.6.3 استعمال محدود في المهام التقنية فقط:

غالبية المشاركين يؤيدون الفكرة وبنسبتهم (60%) مقسمة بين (10% بعدد 6ك + 50% بعدد 30ك) وهذا يبين رأي المشاركين بأن الذكاء الاصطناعي سيبقى مستقبلاً أداة مساعدة تقنياً فقط

الاستفادة من الذكاء الاصطناعي دون تجاوز أسس ومبادئ العمل الصحفي.

### 6.3 المحور الرابع : كيف تتوقع شكل العلاقة بين الصحفي والذكاء الاصطناعي مستقبلاً؟

#### جدول رقم (6)

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المجموع النسبي %
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
لا تأثير كبير في الذكاء الاصطناعي مستقبلاً	8	13,3	16	26,7	16	26,7	16	26,7	4	6,6	62
تجعل الصحفي أكثر اعتماداً على القوالب الجاهزة	28	46,7	16	26,7	8	13,3	8	13,3	0	0	81,3
استعمال محدود في المهام التقنية فقط	6	10	30	50	16	26,7	8	13,3	0	0	71,3
علاقة تهادنية تعزز الأداء الصحفي	6	10	26	43,4	14	23,3	14	23,3	0	0	65,3
علاقة تكاملية تعزز الأداء الصحفي	14	23,3	32	53,3	14	23,3	10	16,7	0	0	86,7

المصدر: برنامج SPSS

نتائج الجدول رقم (6) بينت نتائج العبارات وفق الآتي:

### 1.6.3 لا تأثير كبير في الذكاء الاصطناعي مستقبلاً:

تظهر النتائج انقساماً واضحاً في آراء المشاركين والنسب متقاربة إلى حد كبير بين الموافقين (40%) والمحايدين (26,7%) والرافضين (33,3%) وهذا يعكس التردد لدى المشاركين أو عدم التيقن تجاه المدى الذي يمكن أن يحدثه الذكاء الاصطناعي من تأثير على مهنة الإعلام مستقبلاً مع وجود فئة ترى عدم تأثير الذكاء الاصطناعي (أوافق بشدة عدد 8ك ونسبتهم 13,3% + فئة أوافق وعدد 16ك ونسبتهم 26,7%) ليكون المجموع ك 24 ونسبتهم 40% من العدد الكلي وهو 60 مشاركاً حيث ترى هذه الفئة أن الذكاء الاصطناعي لن يحدث تغييراً جذرياً في شكل العلاقة بين الصحفي والتكنولوجيا الحديثة، مما يظهر وجود ثقة عالية عند البعض بمهنية وقدرات الإنسان على التحرير والتحليل دون الاعتماد على التطور التقني الحديث وضعف في قدرات وأدوات الذكاء الاصطناعي، وكانت نسبة الحياد مرتفعة وبنسبة (26,7% ب 16ك) وهم الفئة المترددة بسبب ضعف الاطلاع على قدرات الذكاء الاصطناعي أو قلة المعلومات التي لديهم بسبب عدم وضوح الرؤية للمستقبل المهني، أما نسبة المعارضة للعبارة (لا أوافق + لا أوافق بشدة = 33,3%) وهم من المشاركين الذين يرون أن الذكاء الاصطناعي سيكون له شأن فعال في مستقبل مهنة الإعلام وبالتالي لا يوافقون على أن لا يكون للذكاء الاصطناعي تأثير كبير مستقبلاً وهذا يشير في الأغلب لاطلاعهم على التجارب العالمية أكبر من غيرهم أو انخراط مؤسساتهم التي يعملون بها حالياً في استعمال الذكاء الاصطناعي، الوزن النسبي للعبارة (62%) وهو مستوى اتفاق

(76,6%) من المشتركين ينظرون بإيجابية للدور الذي من الممكن ان يحققه الذكاء الاصطناعي لعمل الصحفي حيث (وافق بشدة 14% ونسبتهم 23,3% + فئة موافق 32% ونسبتهم 53,3%) وهذا يوضح القناعة عند المشاركين بان الذكاء الاصطناعي من الممكن استعماله في تعزيز اداء الصحفي من خلال توفير أدوات مساعدة في تحرير النصوص والاخبار وتحقيق سرعة الإنجاز والتحقيق والتصنيف الخ. كما تبين النتائج وجود نسبة ملحوظة من المحايدين (23,3%) وهذه تعكس التردد أو غياب الرؤية الواضحة عند البعض من المشاركين تجاه علاقة الصحفي بالتكنولوجيا الحديثة مستقبلا أو ربما عدم الاطلاع بشكل كامل على إمكانيات الذكاء الاصطناعي ومجالات خدمته لعمل الصحفي عمليا، وكانت نسبة الرفض محدودة الى حد ما (16,7%) اي 10 مشاركين لم يصوتوا لصالح العبارة وهذا يعزز قناعات البعض منهم بأهمية الذكاء الاصطناعي ودوره الحالي والمستقبلي في خدمة العمل الاعلامي. الوزن النسبي للعبارة (86,7) وهو وزن مرتفع جدا يظهر القناعة القوية لدي الصحفي العراقي بأن العلاقة المستقبلية مع الذكاء الاصطناعي ستكون تكاملية لا بديلة تهدد وجوده، وهذا يعكس تفاعل كبير لديهم بدمج ادوات الذكاء الاصطناعي واستخدامها في البحث والتحرير والتحقيق وجميع مجالات الإعلام الأخرى.

ومن ذلك نستخلص ان علاقة الصحفي مستقبلا بالذكاء الاصطناعي ينظر إليها من قبل المشاركين بإيجابية حيث يرون فيها فرصة لتطوير أداء الصحفي وليس بديلا عنه يهدد وجوده مما يسمح باعتماد المزيد من آفاق الذكاء الاصطناعي ضمن المؤسسات الإعلامية.

## 5. خاتمة

### الاستنتاجات

أولا: توجهات الصحفي العراقي نحو الذكاء الاصطناعي:

- إجماع كبير بين الباحثين على الحاجة للتطور التقني في الصحافة العراقية.
- يرى الباحثان أن الذكاء الاصطناعي ضرورة في العمل الصحفي الحديث.
- رأي الأغلبية بالذكاء الاصطناعي أنه يعزز جودة إنتاج الأخبار.
- القلق كبير بشأن دور الصحفي التقليدي في ظل الذكاء الاصطناعي.

وتستعمل بالتدقيق اللغوي أو البحث أو التنسيق أو جمع المعلومات وما الى ذلك من المهام التي تخدم الصحفي في الأعمال غير الإبداعية، وكانت نسبة المحايدين كبيرة (26,7%) وهذا يدل على وجود حالة من الترقب والغموض حول ما اذا كان الذكاء الاصطناعي سيبقي محصورا عند الجانب التقني فقط أم سيتوسع ليشمل مجالات اعمق في العمل الاعلامي مثل صياغة الرأي أو التحرير أو كتابة التحقيقات، أما نسبة المعارضين كانت قليلة (13,3%) فقط مما يعني أن هناك اقلية ترى ان الذكاء الاصطناعي سيتجاوز الحدود التقنية ويساهم في تغيير كامل في أسس العمل الصحفي، الوزن النسبي للعبارة (71,3%) وهو مستوى متوسط من الاتفاق على أن استعمال الذكاء الاصطناعي سيكون محدودًا في مهام تقنية فقط، لكن هذا ليس بالإجماع القوي؛ لأن النسبة الباقية تعكس عدم قناعة راسخة لدى قسم مهم من المشاركين.

### 4.6.3 علاقة تهدد وجود الصحفي:

أكثر من نصف المشاركون يرون ان الذكاء الاصطناعي يشكل تهديداً فعلياً لوجود الصحفي (وافق بشدة 6% ونسبتهم 10% + 26% ونسبتهم 43,4% = 53,4%) ومجموع العدد 32، وهذه النسبة تبين قلق حقيقي بين العاملين في مجال الاعلام خاصة الصحفيين من أن الذكاء الاصطناعي قد يقلل حاجة المؤسسات الاعلامية للعنصر البشري في الكثير من المجالات الصحفية، كما بينت نتائج اراء المشاركين ضمن فئة محايدة ومعارض وجود توازن في اصواتهم لفئة المحايد جاءت ب(14 مشاركا ونسبتهم 23,3%) وفئة (لا اوافق 14% ونسبتهم 23,3%) وهذه الفئات اما مترددة او ترى ان مجال الذكاء الاصطناعي قد يكون مكمل او داعم وليس بديل يهدد الصحفي في مجال عمله، اما فئة لا اوافق بشدة والتي كانت نسبتها(0%) فتعني ان لا احد يؤمن بشك قاطع بعدم جدية التهديد التي يمثله الذكاء الاصطناعي وهذا مؤشر على قلق المشاركين ولو بشكل جزئي وعند جميع المشاركين. الوزن النسبي للعبارة (65,3) وهو مستوى اتفاق منخفض نسبيا اذ تشير النتيجة الى ان اغلب الصحفيين لا يرون في الذكاء الاصطناعي تهديداً لوجودهم في مجال عملهم، وهذا تعبير عن ثقة الصحفيين بقدراتهم على المحافظة على دورهم الابداعي في العمل الصحفي بالرغم من الامكانيات الهائلة للذكاء الاصطناعي.

### 5.6.3 علاقة تكاملية تعزز الاداء الصحفي:

- تمثل الأتمتة تهديداً واضحاً لوظائف الصحفيين بحسب رأي المشاركين.
- توفير مصادر للتمويل سواء كان حكومي أو دولي لدعم مشاريع التحول الرقمي في الإعلام، ومنها الذكاء الاصطناعي.

#### ثانياً: التحديات أمام استعمال الذكاء الاصطناعي في الإعلام

- إصدار تشريعات وتنظيمات واضحة وملائمة تحمي حقوق الصحفيين وخصوصية البيانات وتُنظم استعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.
- شحة تمويل المؤسسات الصحفية من أبرز العوائق أمام تبني التكنولوجيا الحديثة.

- ضعف البنية التكنولوجية واحد من التحديات التي تقف عائقاً أمام استعمال الذكاء الاصطناعي.
- غياب التشريعات الكافية التي تنظم عمل الإعلام يمثل تحدياً كبيراً.

- تأهيل الصحفيين للتعامل مع الذكاء الاصطناعي ليس بالمستوى المطلوب.
- تضمين المناهج الجامعية في كليات الإعلام والصحافة مقررات متخصصة في الذكاء الاصطناعي الإعلامي.

- التأكيد على دعم إنتاج المحتوى الإعلامي الذكي مثل: الترجمة الآلية، وتوليد النصوص المتخصصة للجمهور، والتحقق من الأخبار الزائفة.

#### ثالثاً: الدور الذي يمكن أن يلعبه الذكاء الاصطناعي في الصحافة:

- التحقق من الأخبار المزيفة يُعد من أبرز التطبيقات المؤيدة.
- تخصيص محتوى محدد للجمهور يلقي دعماً واسعاً.
- إنتاج المحتوى الثقافي (نصوص، فيديو، صور) له قبول كبير.

- استعمال الذكاء الاصطناعي في التحرير والتدقيق اللغوي يحظى بقبول واسع.
- جمع الأخبار وتحريرها له قبول متوسط.

- تعزيز البحث العلمي المتخصص في الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية في الجامعات والمراكز البحثية العراقية.
- تحفيز ثقافة الابتكار والمرونة الرقمية لدى الصحفيين والمؤسسات الإعلامية للتقليل من مخاوف فقدان الوظائف وتعزيز التكامل بين الآلة والإنسان.

- إنشاء مركز استشاري مستقل يعنى بتقييم وتطوير استخدامات الذكاء الاصطناعي الإعلامي في المؤسسات الاعلامية العراقية كافة.
- تعزيز التكامل بين الآلة والإنسان.

#### رابعاً: مستقبل العلاقة بين الصحفي والذكاء الاصطناعي:

- الذكاء الاصطناعي يعزز الأداء الصحفي هكذا ترى الأغلبية.
- التخوف كبير من أن يجعل الصحفي أكثر اعتماداً على القوالب الجاهزة.

- يتوقع بقاء الاستخدام محصوراً في المهام التقنية فقط.
- الانقسام بين المشاركين واضح حول التهديد الذي قد يشكله الذكاء الاصطناعي لوجود الصحفي.

- التوصيات:

- وجوب تطوير البنية التحتية التكنولوجية في المؤسسات الصحفية العراقية؛ لتكون قادرة على استيعاب تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

#### - المصادر والمراجع:

- 1) أحمد علي يوسف العاصي، تقييم خبراء الاعلام للأبعاد الاخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية بغزة، (2021).

- 2) رفعت البدري، صحافة الذكاء الاصطناعي: هل تساعد الصحفيين أم تهدد وجودهم؟، القاهرة: دار النخبة للطباعة والنشر والتوزيع، 2021.

- of the field of computational journalism.
- 2) Dorr ,K.N., & Hollnbuchner ,K . (2017).Ethical Challenges of Algorithmic Digital Journalism. Taylor and Francis Magazine, 4(5),245.
- 3) IBM. (2024, August 9, <https://www.ibm.com/sa-ar/think/topics/artificial-intelligence>> تاريخ الدخول على الانترنت 5-11 ليلا 2025-6.
- 3) سمير مُجَّد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، ط2(القاهرة: عالم لكتب، (1999).
- 4) سعد سلمان المشهداني، "مناهج البحث الاعلامي" دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، ط1، (2017).
- 5) عبد الحميد عمرو، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 5 العدد55، مصر أكتوبر (2020).
- 6) علي فرجاني، التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام "الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى"، القاهرة، الدار اللبنانية المصرية، (2021).
- 7) مُجَّد الغباري وباسل يسري عبد الفتاح عثمان " دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية"، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، ك1، (2023).
- 8) مُجَّد جمال بديوي، "اليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الاخباري"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، القاهرة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد75، (2021).
- 9) مصطفى عباس مُجَّد رضا "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني" مجلة آداب المستنصرية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، بغداد، المجلد47، العدد102(2024).
- 10) نجم عبد الله رشيد، "تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الاعلام"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، VSRP لندن، المملكة المتحدة، حزيران، (2024).

- 1) Hamilton, J. T., & Sydnor, E. (2009). Accountability through algorithms and the development