



## تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة

حسين محيبس بنيان<sup>(١)</sup>(\*)

(١) وزارة العدل/ دائرة الإصلاح العراقية ، بغداد، العراق

(\*) الكاتب المسؤول: [husein.almulah1@gmail.com](mailto:husein.almulah1@gmail.com)

### المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل مهنة الصحافة من وجهة نظر الصحفيين العاملين في محافظة بغداد، عاصمة جمهورية العراق. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات من خلال استبيان موجه إلى عينة عشوائية مكونة من (١٠٠ صحفي/ة) من العاملين في شبكة الإعلام العراقي (IMN)، شملت تخصصات متعددة ومستويات مختلفة من الخبرة. تناول الاستبيان خمسة محاور رئيسية: تأثير الذكاء الاصطناعي على التوظيف الصحفي، جودة ودقة المحتوى، المصداقية والحيادية، الإبداع في العمل الصحفي، ودوره في عمليات النشر والتحرير. وأظهرت نتائج الدراسة وجود قلق واسع بين الصحفيين من فقدان الوظائف بسبب الذكاء الاصطناعي، إلى جانب إدراك كبير لتغير المهارات المطلوبة في المجال الإعلامي. كما بينت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تحسين دقة الأخبار وتقليل الأخطاء، لكن هناك تحفظات حول عمق المحتوى وضرورة المراجعة البشرية له. أما من ناحية المصداقية، فبرزت مخاوف من التلاعب بالخوارزميات وخداع الجمهور، مما دفع المشاركين للتأكيد على أهمية الشفافية. وفي محور الإبداع، تم النظر إلى الذكاء الاصطناعي كمساعد لا بديل، قادر على تحفيز الأفكار الجديدة دون أن يحاكي الإبداع البشري الكامل. وخلصت الدراسة إلى أن التكامل بين التقنية والعنصر البشري هو الطريق الأمثل لضمان مستقبل صحفي مهني، دقيق، وابتكاري.

الكلمات المفتاحية: التأثير؛ الذكاء الاصطناعي؛ الصحافة؛ مستقبل الصحافة.

تأريخ النشر: ١-١٢-٢٠٢٥

تأريخ القبول: ٦-١٠-٢٠٢٥

تأريخ الاستلام: ١-٩-٢٠٢٥

## The impact of artificial intelligence on the future of journalism

Husein Muhaibis Binian<sup>(1)</sup>(\*)

(1) Ministry of Justice/Iraqi Correctional Service, Baghdad, Iraq

(\*) Corresponding author: [husein.almulah1@gmail.com](mailto:husein.almulah1@gmail.com)

### Abstract

The study explores the impact of artificial intelligence (AI) on the future of journalism in Iraq, specifically focusing on the perspectives of journalists working in Baghdad, the capital and media hub of the country. The research seeks to analyze how AI is influencing journalistic practices in terms of employment, content quality, credibility, creativity, and the use of algorithms in editing and publishing. The study employed a quantitative approach, using a structured questionnaire distributed to a random sample of 100 journalists working at the Iraqi Media Network (IMN), which includes Iraqiya TV, Radio of the Republic of Iraq, and Al-Sabah newspaper. The questionnaire covered five main dimensions, each consisting of four statements, and responses were measured using a five-point Likert scale. Findings indicate a general concern among journalists regarding the potential replacement of human roles by AI technologies. However, participants also acknowledged the advantages of AI in enhancing content accuracy, reducing bias, and supporting editorial workflows. A significant majority emphasized the importance of human oversight and transparency in the use of AI, while also recognizing its potential to foster creativity when used as a complementary tool rather than a substitute. The study concludes that while AI poses challenges to traditional journalism roles, it also presents opportunities for innovation and efficiency, provided that ethical considerations and human judgment remain central to media practices.

**Keywords:** influence; artificial intelligence; journalism; future of journalism

Received: 1-9-2025

Accepted: 6-10-2025

Published: 1-12-2025





## المقدمة:

شهدت الصحافة في السنوات الأخيرة تحولات جذرية نتيجة لتطورات التكنولوجيا، وكان من أبرز هذه التحولات ظهور الذكاء الاصطناعي واستخدامه في مختلف مجالات الإعلام. مع تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، أصبح من الواضح أن هذا التحول يؤثر بشكل كبير على طريقة إنتاج الأخبار وتوزيعها، وكذلك على دور الصحفيين في غرفة الأخبار. يُعد الذكاء الاصطناعي أداة قوية لتحسين الكفاءة الإعلامية، حيث يمكنه تعزيز سرعة جمع المعلومات وتحليلها وتقديمها للجمهور بطريقة أكثر دقة. لكن بالرغم من هذه المزايا، تظل هناك العديد من الأسئلة حول تأثير هذه التقنيات على مستقبل الصحافة، لا سيما في ما يتعلق بتوظيف الصحفيين وتحديات أخلاقية قد تطرأ نتيجة لاستخدام الروبوتات في إنتاج المحتوى الإعلامي.

في هذا السياق، تُعد الصحافة أحد المجالات التي تتأثر بشكل كبير بتطور الذكاء الاصطناعي، وذلك بسبب تأثير هذه التقنيات على أساليب العمل الصحفي اليومية. فبينما يسعى بعض الإعلاميين إلى الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتحسين الأداء وتطوير محتوى أكثر دقة، هناك قلق متزايد بشأن فقدان اللمسة البشرية التي تميز الصحافة التقليدية. ففي ظل الذكاء الاصطناعي، يمكن للروبوتات أن تسهم في أتمتة العديد من العمليات الصحفية مثل تحرير الأخبار، الترجمة، وحتى التحقيقات الصحفية، ما يثير تساؤلات حول تأثير هذه التطورات على طبيعة العمل الصحفي ومستقبل الصحفيين.

كما أن هذه التحولات لا تقتصر فقط على توفير أدوات تكنولوجية جديدة، بل تتطلب أيضاً تغييراً في الأساليب التعليمية والتدريبية للصحفيين، حتى يتمكنوا من التكيف مع التغيرات السريعة في عالم الإعلام الرقمي. هذا التحول يفتح المجال أمام تطوير مهارات جديدة تتماشى مع الابتكارات التكنولوجية، ما يعزز من أهمية تدريب الصحفيين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال وآمن. من ناحية أخرى، يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة قضايا أخلاقية هامة، مثل المسؤولية عن الأخبار المضللة أو الأخبار الزائفة التي قد تنتج عن استخدام هذه التقنيات. إذ إن بعض الأنظمة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي قد تواجه صعوبة في التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، ما قد يعرض الصحافة إلى خطر فقدان مصداقيتها. وبالنتيجة يصبح من الضروري تعزيز الرقابة والمراجعة البشرية لضمان الحفاظ على معايير المهنية والمصداقية.

كما أن هناك تحديات إضافية تتعلق بالخصوصية والأمان في عملية جمع البيانات واستخدامها في إنتاج الأخبار. فمع استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات، تظهر الحاجة إلى سياسات واضحة بشأن حماية المعلومات الشخصية للجمهور، بالإضافة إلى ضرورة التأكد من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي لا تسهم في نشر معلومات ضارة أو مضللة.

وبالرغم من هذه التحديات، لا يمكن إنكار أن الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة كبيرة للصحافة في المستقبل، إذ يساعد في تحسين قدرة المؤسسات الإعلامية على تقديم محتوى متجدد ودقيق بسرعة؛ ولكنه في ذات الوقت يتطلب من الصحفيين إعادة التفكير في دورهم وفي كيفية التعامل مع هذه التقنيات بطريقة تتسم بالمسؤولية والشفافية. في النهاية، يُظهر استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة أن المستقبل يحمل الكثير من الإمكانيات التي قد تغير من ملامح الإعلام بشكل جذري، ولكنه في ذات الوقت يفرض على الصحفيين التكيف مع هذه التغيرات لتظل الصحافة أداة قوية في نقل الحقائق وتشكيل الرأي العام.

يتطلب ذلك التعاون المستمر بين التكنولوجيا والصحفيين لضمان أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تُستخدم لتعزيز الإعلام وليس لنقصه. كما يتعين على المؤسسات الإعلامية أن تدرك أن الذكاء الاصطناعي ليس بديلاً عن الصحفيين، بل أداة مساعدة يمكنها تحسين الكفاءة وجودة المحتوى الإعلامي. في هذا الإطار، تتجلى أهمية وجود إطار تنظيمي وأخلاقي يعزز من استخدام هذه التقنيات دون التأثير على القيم الصحفية الأساسية.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث

### أولاً: أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في تحليل وتحري تأثير الذكاء الاصطناعي على مجال الصحافة والإعلام، خاصة في ظل التحولات التقنية السريعة التي تشهدها المؤسسات الإعلامية. فمع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات، تحرير الأخبار، وإنتاج المحتوى، تتغير طبيعة العمل الصحفي التقليدي، ما يستدعي دراسة معمقة لهذه التغيرات من الناحية العلمية، يسهم البحث في توثيق التحديات المهنية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك المصداقية، حماية الخصوصية، ونشر الأخبار الزائفة. كما يقدم البحث إطاراً نظرياً لفهم كيفية استفادة الصحفيين من هذه التقنيات لتعزيز جودة وكفاءة العمل الإعلامي. أما من الناحية التطبيقية، فنتائج البحث تساعد المؤسسات الإعلامية على تطوير سياسات تدريبية مناسبة لمواكبة التغيرات التكنولوجية، وضمان الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

### ثانياً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تتمثل مشكلة البحث في التحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي على أساليب العمل الصحفي والمهنة الصحفية بشكل عام. فالاستخدام المتزايد للروبوتات والذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار والتحرير وجمع المعلومات يثير مخاوف بشأن فقدان المصداقية والأخلاقيات الإعلامية، وكذلك تأثيره على مستقبل الوظائف الصحفية التقليدية. استناداً إلى ذلك، يطرح البحث التساؤلات الآتية:

١. ما هي تأثيرات الذكاء الاصطناعي على أساليب العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية؟
٢. كيف يمكن ضمان الحفاظ على المصداقية والأخلاقيات الصحفية في ظل استخدام الذكاء الاصطناعي؟
٣. ما هي الفرص التي يوفرها الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة وكفاءة العمل الصحفي؟
٤. ما العلاقة بين آراء الصحفيين الذكور والإناث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ودقة المحتوى الصحفي؟
٥. ما العلاقة بين إدراك الصحفيين لمخاطر الذكاء الاصطناعي وقناعتهم بانخفاض فرص التوظيف مستقبلاً؟



٦. ما العلاقة بين تأثير سنوات الخبرة وآراء الصحفيين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الصحفي؟  
ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

١. التعرف على تأثير التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي على مجالات الصحافة والإعلام، سواء على أساليب العمل أو على دور الصحفيين.
٢. تحليل التحديات المهنية والأخلاقية التي قد تواجه الصحافة نتيجة استخدام الذكاء الاصطناعي، خاصة فيما يتعلق بالمصادقية وحماية الخصوصية ومنع الأخبار الزائفة.
٣. استكشاف الفرص التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في تحسين وتطوير الإنتاج الصحفي، من خلال تسريع العمليات الصحفية وتحسين دقة المحتوى.

رابعاً: عينة البحث

تم اختيار عينة البحث من الصحفيين العاملين في مؤسسات إعلامية مختلفة، مع مراعاة تنوع الجنس والخبرة المهنية. شملت العينة الصحفيين الذكور والإناث، وذوي الخبرة التي تتراوح بين أقل من ٥ سنوات، من ٥ إلى ١٠ سنوات، وأكثر من ١٠ سنوات، لضمان تمثيل متوازن للآراء والتجارب المختلفة.

خامساً: أدوات البحث

استخدم البحث مجموعة من الأدوات لجمع البيانات والمعلومات:

١. استبانة إلكترونية ومطبوعة: صممت لقياس آراء الصحفيين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ودقة العمل الصحفي والإبداع المهني.
٢. المقابلات شبه المهيكلة: لاستكشاف التجارب الفردية للصحفيين حول استخدام التقنيات الحديثة.
٣. تحليل المحتوى الإعلامي: لمراجعة كيفية توظيف المؤسسات الإعلامية للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار.

سادساً: مجتمع البحث

يشمل مجتمع البحث جميع الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية، ممن لديهم خبرة مباشرة أو غير مباشرة في استخدام الذكاء الاصطناعي ضمن عمليات العمل الصحفي. يتركز المجتمع البحثي في المؤسسات الإعلامية الكبرى في القاهرة والإسكندرية، لضمان الوصول إلى بيانات متنوعة وشاملة تمثل واقع الصحافة في مصر.

سابعاً: الفرضيات:

١. هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين آراء الصحفيين الذكور والإناث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ودقة المحتوى الصحفي.
٢. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدراك الصحفيين لمخاطر الذكاء الاصطناعي وبين قناعتهم بانخفاض فرص التوظيف مستقبلاً.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء الصحفيين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الصحفي تُعزى إلى سنوات الخبرة (أقل من ٥ سنوات – من ٥ إلى ١٠ سنوات – أكثر من ١٠ سنوات).

ثامناً: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من الصحفيين العاملين في محافظة بغداد – عاصمة جمهورية العراق – والذين يعملون في المؤسسات الإعلامية والصحفية المختلفة مثل الصحف الورقية، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، والقنوات الفضائية ذات النشاط الإخباري. تم اختيار هذا المجتمع نظراً لمكانة بغداد الإعلامية وتنوع المنصات الصحفية فيها، ما يعكس البيئة الواقعية لتأثير الذكاء الاصطناعي على مهنة الصحافة.

تاسعاً: عينة البحث

تم اختيار عينة عشوائية مكونة من ١٠٠ صحفي/ة من العاملين في شبكة الإعلام العراقي (IMN)، وهي مؤسسة إعلامية رسمية تشمل قناة العراقية، وإذاعة جمهورية العراق، وصحيفة الصباح. وقد روعي في اختيار العينة التنوع في التخصصات الصحفية (محررون، مراسلون، مصممون، محررو مواقع إلكترونية)، بالإضافة إلى اختلاف سنوات الخبرة والجهات الإعلامية، لضمان تمثيل وجهات النظر المختلفة حول استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي.

عاشراً: أدوات البحث

استخدم الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات، وذلك لقدرته على جمع معلومات كمية من عدد كبير من الأفراد بكفاءة عالية وفي وقت قصير. صُمم الاستبيان لقياس آراء الصحفيين حول مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة من حيث:

- التوظيف الصحفي واستبدال بعض الوظائف.
- جودة المحتوى ودقته.
- المصادقية والحيادية.
- مستوى الإبداع في الإنتاج الإعلامي.
- الاعتماد على الخوارزميات في التحرير والنشر.

يتكون الاستبيان من ٢٠ عبارة موزعة على ٥ محاور رئيسة، بحيث يضم كل محور ٤ عبارات. تمت صياغة العبارات بطريقة واضحة ومباشرة لتقادي الغموض وضمان دقة الإجابة. وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتقييم استجابات المبحوثين، ويتكون من الخيارات الآتية:

١. أوافق بشدة



٢. أوافق

٣. محايد

٤. لا أوافق

٥. لا أوافق بشدة

يستخدم هذا المقياس لقياس شدة الاتفاق أو الرفض تجاه كل عبارة، مما يسمح بتحليل دقيق للاتجاهات العامة لدى الصحفيين حول أثر الذكاء الاصطناعي على العمل الصحفي.

### الفصل الثاني: الذكاء الاصطناعي في الصحافة: المفاهيم، الآليات، والتأثيرات

#### المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي كمفهوم وتطورات في مجال الصحافة

#### المطلب الأول: مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره في المجال الإعلامي

يُعد الذكاء الاصطناعي من أبرز الابتكارات التكنولوجية التي أعادت تشكيل القطاعات المختلفة، ومنها الإعلام. يُعرف بأنه مجموعة من الأنظمة الذكية التي تُحاكي الأداء البشري وتقوم بعمليات التفكير واتخاذ القرار. وقد تطور هذا المفهوم من تطبيقات بسيطة مثل خوارزميات التوصية إلى أنظمة متقدمة قادرة على إنتاج محتوى صحفي متكامل (عبدالرازق، ٢٠٢٢، الصفحات ١-٧٤). وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن تطور الذكاء الاصطناعي في الإعلام ارتبط ارتباطاً وثيقاً بتحويلات بيئة العمل الصحفي من الورقي إلى الرقمي، مما أوجد حاجة ماسة لتقنيات تساهم في تسريع العمل وزيادة كفاءته (بالمعطي، ٢٠٢٤، الصفحات ٣٤١-٣٥٠).

منذ زمن بعيد والاهتمام يتزايد نحو امكانية جعل الحاسبات الإلكترونية تستطيع القيام بأعمال ومهام يمكن وصفها بأنها ذكية أو خبيرة، وإن الحلم بأن تكون الآلات ذكية قد تحقق على أرض الواقع، وأصبحت تلك الآلات لها القدرة على إظهار وإبداع قدر من الاستنتاج والاستدلال، واطلقت اليابان على هذه الأنواع من الحاسبات اسم الجيل الأول من الحاسبات الاستدلالية، وأطلق على الأبحاث التي تجرى في هذا المجال اسم أبحاث "الذكاء الاصطناعي"، الذي يعد صناعة جديدة تشتمل على اتجاهات وأدوات وأساليب متعددة ما زالت قيد البحث والتطوير في مضمار صناعة المعرفة، (بسيوني، ١٩٩٤، صفحة ١٣)، إذ يهدف علم الذكاء الاصطناعي إلى فهم طبيعة الذكاء الاصطناعي عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتمم بالذكاء، وتعني قدرة برنامج الحاسب على حل مسألة ما، أو اتخاذ قرار في موقف ما بناء على وصف لهذا الموقف، أن البرنامج نفسه يجد الطريقة التي يجب ان تتبع لحل المسألة أو للتوصل إلى القرار بالرجوع إلى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي غذي بها البرنامج، فعند الحديث عن الذكاء الإنساني بشكل عام فإنه يتسم بمجموعة من المعايير أهمها القدرة على التعميم والتجريد، التعرف على أوجه الشبه بين المواقف المختلفة والتكيف مع المواقف المستجدة، واكتشاف الأخطاء وتصحيحها لتحسين الأداء في المستقبل... الخ (بوني، ١٩٩٣، الصفحات ١١-١٢).

أما عن الذكاء الاصطناعي فتعود جذور البحث فيه إلى الأربعينيات مع انتشار الحاسبات واستخدامها وتركز الاهتمام في بداية الخمسينيات على الشبكات العصبية، وفي الستينيات بدأ نشاط البحث يتوجه نحو النظم البنائية على تمثيل المعرفة والذي استمر العمل به في خلال السبعينيات، ومع بداية الثمانينات وبعد إعلان المشروع الياباني في تنفيذ الجيل الخامس للحاسبات حدثت طفرة كبيرة في بحوث الذكاء الاصطناعي، وبالرغم من الاختلافات في الرؤى والتفسيرات لهذا المفهوم تم الاعتماد على مجموعة من التعاريف للذكاء الاصطناعي، حيث عرفه إيليان ريتش "أن الذكاء الاصطناعي هو ذلك العلم الذي يبحث في كيفية جعل الحاسب يؤدي الأعمال التي يؤديها البشر بطريقة أفضل منهم".

وفي تعريف آخر يقدمه أقرون بار ودوارد فيجينيوم هو جزء من علوم الحاسب يهدف إلى تصميم أنظمة ذكية تعطي نفس الخصائص التي نعرفها بالذكاء في السلوك الإنساني.

كما قدم بروس بوشاتان ودوارد شورتلوف تعريفاً للذكاء الاصطناعي على أنه ذلك الفرع من علوم الحاسب الذي يبحث في حل المشكلات باستخدام معالجة الرموز غير الخوارزمية، (بسيوني، ١٩٩٤، الصفحات ١٨-١٧) إذ يشير مصطلح الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence إلى محاكاة الذكاء البشري، من خلال إنشاء أجهزة مبرمجة لها القدرة على التفكير مثل الإنسان وتقليد أفعاله، حيث يطلق هذا المصطلح على أية آلة تمتلك سمة مرتبطة بالعقل البشري مثل القدرة على التعلم وحل المشكلات، والذكاء الاصطناعي هو الذي يعطي الآلات القدرة على التعلم من التجارب والتكيف مع المعطيات الجديدة، كما يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة الآلة على القيام بالمهام التي تحتاج للذكاء البشري عند أدائها مثل الاستنتاج المنطقي والتعلم والقدرة على التحليل (بحث، مارس ٢٠٢٢، صفحة ٥٠)، فمن خلال مجمل هذه التعاريف يتبين لنا الاختلاف وعدم الاتفاق على تعريف واحد للذكاء الاصطناعي، وذلك لاختلاف الخلفيات والأيديولوجيات، ومنه يمكن القول: إن الذكاء الاصطناعي هو ذلك العلم الذي يحاكي الذكاء الإنساني باستخدام الحاسبات الآلية التي بإمكانها أن تقوم بعمليات وأنظمة ذكية لحل المشكلات الإنسانية.

#### المطلب الثاني: آليات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المؤسسات الصحفية

الذكاء الاصطناعي أصبح جزءاً أساسياً في العديد من المجالات المهنية، بما في ذلك الصحافة والإعلام، إذ دخلت تقنياته بشكل متزايد في تطوير أدوات وأساليب العمل داخل المؤسسات الإعلامية. تشمل آليات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الصحافة العديد من التطبيقات التي تساعد الصحفيين على تحسين جودة المحتوى وزيادة الكفاءة وتقليل التكلفة. في هذا السياق، يمكننا استعراض بعض هذه الآليات وتوضيح كيفية استخدامها في المؤسسات الصحفية.

من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة هو تحليل البيانات بشكل تلقائي وإنشاء تقارير صحفية استناداً إلى هذه البيانات. يستخدم الصحفيون تقنيات مثل معالجة اللغة الطبيعية (NLP) والتعلم الآلي لتحليل البيانات الكبيرة التي يتم جمعها من خلال الشبكات الاجتماعية والمصادر الإلكترونية الأخرى. على سبيل المثال، تستخدم بعض الصحف المصرية مثل "المصري اليوم" و"مصرأوي" تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة وتقديم تقارير صحفية مبسطة ومفهومة (إسماعيل، ٢٠٢٢). هذه التقنيات يمكن أن تساهم في سرعة إنتاج الأخبار وتقليل الحاجة لعدد كبير من الصحفيين في عمليات جمع وتحليل المعلومات.



أصبحت صحافة الروبوتات من الأساليب الرائدة التي يعكف العديد من المؤسسات الإعلامية على تطبيقها. صحافة الروبوتات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لإنتاج الأخبار بشكل آلي، وهو ما يسهم في تغطية الأخبار بشكل أسرع وأدق. على سبيل المثال، تستخدم بعض الوكالات الإخبارية العالمية مثل وكالة "رويترز" تقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة تقارير عن الأسواق المالية والمباريات الرياضية، إذ يمكن للروبوتات كتابة تقارير مفصلة بناءً على بيانات الأسواق أو نتائج المباريات دون تدخل بشري (بومغل، ٢٠٢٤). هذا النوع من الصحافة يتيح للمؤسسات الإعلامية توفير الوقت والموارد البشرية في تغطية الأحداث المتكررة.

الذكاء الاصطناعي يُستخدم أيضًا في تخصيص الأخبار للمستخدمين بشكل يتناسب مع اهتماماتهم. تقوم بعض الصحف باستخدام خوارزميات توصية بناءً على اهتمامات القراء، مما يساعد في تقديم محتوى موجه خصيصًا لكل شخص. على سبيل المثال، "القاهرة ٢٤" تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحليل تفاعلات المستخدمين مع الأخبار ومن ثم تخصيص المحتوى الذي يتم عرضه لهم بناءً على ذلك (إسماعيل، ٢٠٢٢). هذه الأدوات تسهم في زيادة التفاعل مع المحتوى الصحفي وتعزيز تجربة المستخدم.

أصبح من الممكن للذكاء الاصطناعي أن يسهم بشكل كبير في تحرير النصوص الصحفية، إذ يمكن استخدام تقنيات مثل "ChatGPT" التي تسهم في كتابة نصوص صحفية مبسطة وأسلوب سردي جذاب. تُستخدم هذه التقنية لتحرير النصوص وتحسينها بما يتناسب مع الأسلوب الصحفي المطلوب. في دراسة على المواقع الإلكترونية الفلسطينية، تم استخدام برنامج "ChatGPT" في تحرير الأخبار والتقارير (شلت و الحسني، ٢٠٢٤). هذه الأنظمة لا تقتصر فقط على الكتابة، بل تمتد إلى تصحيح الأخطاء اللغوية والنحوية، ما يُحسن من جودة النصوص الصحفية.

من أكبر التحديات التي تواجه الصحافة اليوم هو التعامل مع الأخبار المزيفة والشائعات. في هذا السياق، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد الصحفيين على التحقق من الحقائق بشكل أسرع وأكثر دقة. تستخدم بعض المؤسسات الإعلامية أدوات ذكاء اصطناعي لفحص الأخبار والتحقق من صحتها باستخدام خوارزميات قادرة على مقارنة المعلومات مع قواعد بيانات واسعة للتحقق من دقة الأخبار (هميسي، ٢٠٢٤). هذه الأدوات تسهم في تقليل انتشار الأخبار المغلوطة وتحسن مصداقية الصحافة.

يُستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين التفاعل مع الجمهور عبر الوسائط الرقمية. تعتمد العديد من المؤسسات الصحفية على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل ردود الأفعال والآراء المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي من أجل تعديل وتطوير محتواها بما يتلاءم مع اهتمامات الجمهور (التميمي و السراي، ٢٠٢٣). هذا يساعد في جعل المؤسسات الصحفية أكثر تفاعلية وقادرة على التواصل مع جمهورها بشكل فعال.

تقنيات الذكاء الاصطناعي قد تساهم أيضًا في تقديم نصائح صحفية للمحررين، مثل تحديد الموضوعات الأكثر تأثيرًا أو التي يمكن أن تثير تفاعل القراء. على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحلل المواضيع الأكثر تداولًا في الأخبار ويقترح للمحررين تغطية هذه الموضوعات بطريقة مبتكرة (بالمعطي، ٢٠٢٤). هذه الأنظمة تساهم في إرشاد الصحفيين إلى الموضوعات التي تستحق الاهتمام وتساعد في تحسين جودة المحتوى.

المؤسسات الإعلامية تستفيد أيضًا من المساعدات الذكيين المعتمدين على الذكاء الاصطناعي لتحسين بيئة العمل داخل غرف الأخبار. هذه المساعدات تقوم بتنظيم الجداول الزمنية وتخصيص المهام ومتابعة سير العمل بفعالية. أحد الأمثلة على ذلك هو استخدام المساعدات الذكيين في تنظيم العمل داخل المؤسسات الإعلامية الكبرى، مما يساعد في تسريع عمليات النشر (الدبيسي، ٢٠٢٣). من خلال هذه الأدوات، يُمكن للمؤسسات الإعلامية تحسين إنتاجيتها وزيادة فاعليتها في إدارة المحتوى.

الذكاء الاصطناعي يُستخدم أيضًا في جمع البيانات من مختلف المصادر الإلكترونية والتقليدية. يتم استخدام تقنيات مثل الزحف الآلي للإنترنت (web scraping) للحصول على المعلومات من مواقع الأخبار، المدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي. هذه الأدوات تساعد الصحفيين في جمع معلومات بشكل أسرع وأدق، مما يزيد من فعالية وجودة المحتوى الصحفي (عبد الحلیم، ٢٠٢٤). أخيرًا، يُستخدم الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية لتطوير استراتيجيات التسويق الصحفي. يتم تحليل بيانات القراء والقراء المحتملين باستخدام الذكاء الاصطناعي للتعرف على الأنماط وتوجيه حملات إعلانات موجهة. هذه الاستراتيجيات تساعد المؤسسات الصحفية في زيادة جمهورها وتحقيق أهدافها التجارية (صقر، ٢٠٢١).

### المطلب الثالث: مزايا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

يعد الذكاء الاصطناعي أحد التطورات التكنولوجية البارزة في مجالات متعددة، بما في ذلك الصحافة. فأحدى أبرز مزاياه في هذا المجال هي تحسين كفاءة العمل الصحفي من خلال أتمتة العديد من المهام التي كانت تستغرق وقتًا طويلًا. وفقًا لإسماعيل (٢٠٢٢)، يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع عملية جمع الأخبار وتحليلها من مصادر متنوعة، إذ يمكن للذكاء الاصطناعي فحص كمية ضخمة من البيانات خلال فترة زمنية قصيرة، مما يسهل على الصحفيين الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة بسرعة. هذه القدرة على التحليل السريع تجعل الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية أكثر قدرة على تقديم محتوى محدث وبشكل فوري.

من جهة أخرى، يعزز الذكاء الاصطناعي أيضًا قدرة الصحفيين على تحسين دقة المحتوى الصحفي من خلال أدوات فحص الحقائق. في دراسة بومدين (٢٠٢٣)، تم الإشارة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكنه مقارنة الأخبار المنشورة مع قواعد بيانات ضخمة للتحقق من صحتها، مما يسهم في تقليل الأخبار الزائفة والمضللة. هذا يعد أحد الأبعاد المهمة التي يتراد الاعتماد عليها في الصحافة الحديثة، خاصة في ظل انتشار المعلومات المغلوطة.

كما يظهر الذكاء الاصطناعي قدرة عالية على التخصيص والتحليل الشخصي للقراء. إذ تمثل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وسيلة فعالة لتخصيص المحتوى الصحفي وفقًا لاهتمامات القراء. وفقًا لدراسة رمضان (٢٠٢١)، يتمكن الذكاء الاصطناعي من تتبع سلوكيات القراء عبر الإنترنت وتحليل تفضيلاتهم، مما يمكن الصحفيين من إنشاء محتوى يتناسب مع هذه الاهتمامات، وبالنتيجة يزيد من تفاعل القراء واهتمامهم بالمحتوى المقدم.



علاوة على ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين عملية إنتاج الأخبار من خلال صحافة الروبوتات. كما يشير (بومغل، ٢٠٢٤)، فإن صحافة الروبوتات تعني استخدام الخوارزميات لإنشاء مقاطع إخبارية بشكل تلقائي، إذ تسهم هذه التقنية في تقليل الحاجة للكتابة اليدوية للأخبار، خاصة تلك المتعلقة بالأحداث ذات الطبيعة الروتينية مثل النتائج الرياضية أو التقارير المالية. هذه العملية توفر الوقت وتسمح للصحفيين بالتركيز على القصص الأكثر تعقيداً.

فيما يتعلق بالابتكار في الوسائط الإعلامية، يوفر الذكاء الاصطناعي أيضاً أداة قوية لتحليل اتجاهات الجمهور واحتياجاتهم المستقبلية. من خلال تقنيات التعلم الآلي، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يتوقع المواضيع التي قد تثير اهتمام القراء في المستقبل، مما يساعد المؤسسات الصحفية على الاستعداد مسبقاً لتغطية هذه المواضيع. كما أشار (الدبيسي، ٢٠٢٣) إلى أن هذه القدرة على التنبؤ تعزز من فعالية الاستراتيجيات التحريرية وتضمن استجابة سريعة للتغيرات في اهتمامات الجمهور.

من خلال الذكاء الاصطناعي أيضاً، يمكن تحسين تقنيات التنسيق والمراجعة النصية. يتم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي مثل البرمجيات الخاصة بالتحرير والتدقيق اللغوي لمساعدة الصحفيين في تحرير مقاطعهم الصحفية بشكل أكثر دقة وكفاءة. وفقاً لما ذكره (إسماعيل، ٢٠٢٢)، فإن هذه الأدوات يمكنها اكتشاف الأخطاء الإملائية والنحوية وتحسين الأسلوب اللغوي للمحتوى الصحفي بشكل أسرع بكثير من الطرق التقليدية.

إلى جانب ذلك، يوفر الذكاء الاصطناعي فرصاً واسعة لتحسين التفاعل بين الصحافة والجمهور. كما أشار التميمي والسراي (٢٠٢٣)، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل تفاعلات القراء مع المحتوى، مما يساعد الصحفيين على تحديد المواضيع التي يفضلونها والعمل على تخصيص المزيد من المحتوى المماثل. هذا يعزز من تفاعل الجمهور مع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ويجذب المزيد من المتابعين.

واحدة من المزايا المهمة الأخرى للذكاء الاصطناعي هي القدرة على تسهيل التحرير في الصحافة المتقلة. الصحفيون في الميدان يمكنهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحرير الأخبار وتغطية الأحداث في الوقت الفعلي باستخدام هواتفهم المحمولة، كما ورد في دراسة التميمي والسراي (٢٠٢٣). هذه الأدوات تمكن الصحفيين من الوصول إلى المعلومات وتحليلها وتحرير الأخبار أثناء وجودهم في مواقع الأحداث، مما يسرع من عملية النشر.

على الرغم من هذه المزايا، فإن هناك أيضاً تحديات أخلاقية مهنية تتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، إذ يمكن أن تتسبب الأتمتة الزائدة في فقدان عنصر الإنسانية والتفاعل المباشر بين الصحفي والجمهور. وفي هذا السياق، يشير (الدبيسي، ٢٠٢٣) إلى ضرورة الحفاظ على توازن بين استخدام الذكاء الاصطناعي والقدرة البشرية لضمان أن تظل الصحافة محافظة على معاييرها الأخلاقية والمهنية.

وأخيراً، لا يمكن تجاهل الدور الذي يلعبه الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى التعليم والتدريب الصحفي. العديد من المؤسسات الصحفية بدأت في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج التدريب الصحفي، مما يساعد الصحفيين على تعلم كيفية استخدام هذه التقنيات بشكل فعال. كما أشار عبد الحليم (٢٠٢٤)، فإن توفير هذه الأنظمة التعليمية يمكن أن يسهم في تطوير المهارات الصحفية الحديثة وضمان جاهزية الصحفيين للمستقبل.

إجمالاً، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين عدة جوانب من العمل الصحفي بدءاً من جمع الأخبار وتحليلها وصولاً إلى تحسين التفاعل مع الجمهور. ومع ذلك، يجب أن يتم استخدام هذه التقنيات بحذر وبموازنة مع المعايير الصحفية والأخلاقية لضمان استمرار جودة العمل الصحفي.

### المبحث الثاني: تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة التقليدية والممارسات المهنية المطلب الأول: التحديات المهنية التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي

تواجه مهنة الصحافة العديد من التحديات المهنية نتيجة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من العمل الصحفي الحديث. تتمثل أولى هذه التحديات في فقدان الوظائف البشرية بسبب الأتمتة. وفقاً لما ذكره عبد الحليم (٢٠٢٤)، فإن العديد من المهام التي كان الصحفيون يقومون بها يدوياً مثل جمع الأخبار وكتابة التقارير قد تم استبدالها بتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى تقليص فرص العمل للصحفيين التقليديين. هذا التحدي قد يؤدي إلى قلق كبير لدى العاملين في القطاع الصحفي حول مستقبلهم المهني.

أحد التحديات الأخرى المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة هو ضعف الرقابة البشرية على المحتوى المنتج. بومدين (٢٠٢٣) يشير إلى أن التقنيات الذكية قد تتسبب في نشر محتوى غير دقيق أو مغلوط إذا لم يتم الإشراف عليه بشكل مناسب. ففي حين أن الخوارزميات يمكنها إنشاء مقاطع إخبارية تلقائياً، فإن هناك خطراً من أن تنتشر أخبار مغلوطة أو مشوهة دون التدقيق الكافي، ما يؤثر على مصداقية الوسائل الإعلامية.

إلى جانب ذلك، يمثل الحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية أحد التحديات الأساسية المرتبطة بتطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة. يتساءل العديد من المهنيين في هذا المجال عن مدى قدرة التقنيات على الحفاظ على الأبعاد الأخلاقية في المعالجة الصحفية. كما أشار (الدبيسي، ٢٠٢٣)، فإن الذكاء الاصطناعي قد يواجه صعوبة في التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة في بعض الأحيان، ما يضع الصحافة أمام اختبار دقيق في كيفية الحفاظ على معايير المهنية والموضوعية.

من ناحية أخرى، تواجه الصحافة تحديات في التفاعل مع الذكاء الاصطناعي على المستوى الشخصي للصحفيين. على الرغم من الفوائد التي تقدمها هذه التقنيات، هناك العديد من الصحفيين الذين يواجهون صعوبة في التكيف مع أدوات الذكاء الاصطناعي الجديدة. التكيف مع هذه التقنيات يتطلب تدريباً مستمراً وتطوير مهارات صحفية جديدة، وهو ما لا يتوفر بشكل كافٍ في بعض المؤسسات الصحفية. وفقاً للتميمي والسراي (٢٠٢٣)، فإن العديد من الصحفيين قد لا يكون لديهم الوعي الكافي حول كيفية استخدام هذه الأدوات بشكل فعال، مما يؤدي إلى تراجع جودة العمل الصحفي.



علاوة على ذلك، يعترض العديد من الصحفيين على فكرة تقليل الاعتماد على الكتابة الإبداعية لصالح الأتمتة. بحسب (بومعل، ٢٠٢٤)، فإن صحافة الروبوتات قد تفتقر إلى اللمسة الإنسانية التي يميز بها الصحفيون مقالاتهم، مما يقلل من قدرة الصحافة على تقديم محتوى عاطفي أو مبدع يعكس التحديات الحياتية أو الثقافية.

ومن التحديات المهنية التي يفرضها الذكاء الاصطناعي، ظهور مشكلات قانونية مرتبطة بحقوق الملكية الفكرية. فعندما يتم إنشاء محتوى صحفي باستخدام الذكاء الاصطناعي، قد يصعب تحديد صاحب الحق في هذا المحتوى. كما أشار عبد الحليم (٢٠٢٤)، فإن ظهور هذه المشكلات القانونية قد يؤدي إلى نزاعات حول حقوق التأليف والنشر، إذ إن القوانين الحالية لا تتناسب مع البيئة الرقمية المتطورة. أما التحدي المرتبط بالتنوع في المصادر والموارد الصحفية، فإن الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى سيطرة خوارزميات معينة على ما يتم نشره. وفقاً للديبسي (٢٠٢٣)، يمكن أن تؤدي خوارزميات الذكاء الاصطناعي إلى تقليل التنوع في المصادر الصحفية، حيث قد يتم الاعتماد على عدد محدود من المصادر أو النقاط المبدئية التي تقوم الخوارزميات بتحديداتها. هذا قد يقلل من تعدد وجهات النظر في المقالات الصحفية ويؤثر على التنوع الفكري في الإعلام.

ويشكل أيضاً التحدي الاقتصادي أحد المخاطر التي قد تترتب على اعتماد الصحف على تقنيات الذكاء الاصطناعي. من خلال أتمتة بعض العمليات الصحفية، قد تواجه المؤسسات الصحفية مشكلة في تقليص الإنفاق على الموظفين البشريين، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تقليص التوظيف في بعض الصحف أو حتى غلق بعض الأقسام الصحفية. كما أشار منصور (٢٠٢١)، فإن بعض المؤسسات الصحفية قد تجد نفسها في موقف اقتصادي صعب إذا لم تتمكن من مواكبة التغيرات التكنولوجية.

أخيراً، تكمن إحدى التحديات الأكثر أهمية في التأثير على مصداقية الصحافة نتيجة للتمويل الذي يقدمه أصحاب المصالح. من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار وتحريرها، قد تصبح الصحافة أكثر عرضة لتأثيرات القوى الاقتصادية والسياسية التي تمارس ضغطاً على الأنظمة الذكية لتوجيه محتوى الصحافة بما يتماشى مع مصالحهم الخاصة. هذا الأمر قد يقوض استقلالية الصحافة ويؤثر على نزاهتها، كما أشار (عبدالرازق، ٢٠٢٢).

إجمالاً، تواجه الصحافة العديد من التحديات المهنية نتيجة لتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تتراوح من مشكلات قانونية وأخلاقية إلى صعوبات في التكيف مع هذه التقنيات في بيئة العمل الصحفي. وبالنتيجة فإنه من الضروري إيجاد حلول لتلك التحديات من خلال التعليم المستمر للصحفيين، وتطوير آليات للتأكد من دقة المحتوى الصحفي، وضمان الحفاظ على التوازن بين الأتمتة واللمسة الإنسانية.

#### المطلب الثاني: الصحفيون في عصر الذكاء الاصطناعي: التكيف أم الإقصاء؟

في عصر الذكاء الاصطناعي، أصبح التكيف مع هذه التكنولوجيا في المجال الصحفي أمراً حيوياً لضمان استمرارية المهنة. مع تزايد تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، يتعين على الصحفيين التكيف مع هذه التطورات التكنولوجية التي قد تغير من طرق العمل الإعلامي التقليدية. تشير الدراسات إلى أن الصحفيين الذين لا يواكبون هذه التطورات قد يواجهون تحديات كبيرة تتعلق بالبطالة المهنية والإقصاء من سوق العمل الصحفي (إسماعيل، ٢٠٢٢، صفحة ٤٥). فعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعي يمكنه أن يحسن الكفاءة في جمع الأخبار وكتابة التقارير، إلا أنه قد يؤدي إلى تقليص دور الصحفي التقليدي في الصحافة، مما يجعل التكيف مع هذه الأدوات ضرورة ملحة.

لكن التكيف مع الذكاء الاصطناعي لا يعني بالضرورة الإقصاء أو الاستغناء عن الصحفيين. فعلى الرغم من قدرة الأنظمة الذكية على إنتاج محتوى بشكل أسرع وأكثر دقة، إلا أن الصحفيين لا يزالون يمتلكون القدرة على إضافة اللمسة الإنسانية التي يصعب على الذكاء الاصطناعي تقليدها. وفقاً لما ذكرته بومدين (٢٠٢٣)، فإن الصحفيين يجب أن يتعلموا كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة لتعزيز قدرتهم على تقديم محتوى ذو قيمة مضافة، بدلاً من أن يحل محله. وهذا يتطلب مهارات جديدة في استخدام التكنولوجيا بفعالية، بحيث يبقى الصحفي هو العنصر الأساسي في عملية تحديد الأخبار وصياغتها.

من جهة أخرى، فإن البعض يرون أن الصحفيين الذين يرفضون التكيف مع الذكاء الاصطناعي قد يواجهون صعوبة في الحفاظ على مكانتهم في السوق الإعلامي. تشير الدراسات الميدانية التي أجراها عبد الحليم (٢٠٢٤) إلى أن المؤسسات الإعلامية التي تستثمر في تقنيات الذكاء الاصطناعي تتمكن من توفير الوقت والموارد، وبالتالي تتفوق على المؤسسات التي لا تستخدم هذه التقنيات. وهذا يضع الصحفيين أمام خيارين: إما التكيف مع التغيرات التكنولوجية أو فقدان مكانتهم المهنية. فالصحافة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي تعطي الأولوية للكفاءة والسرعة في إنتاج الأخبار، وهو ما يعكس التوجه العام في معظم وسائل الإعلام الحديثة.

بالرغم من هذه التحديات، فإن التكيف مع الذكاء الاصطناعي يفتح أمام الصحفيين فرصاً جديدة لتطوير مهاراتهم وتعزيز جودة المحتوى الصحفي. وفقاً لبومعل (٢٠٢٤)، فإن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي يوفر للصحفيين الوقت والجهد، مما يتيح لهم التركيز على جوانب أخرى من العمل الصحفي مثل التحليل والتحقق في القضايا المعقدة. كما أن استخدام هذه التقنيات يمكن أن يعزز من جودة الأخبار بشكل عام، خصوصاً في تغطية الأحداث العاجلة والمستمرة.

من ناحية أخرى، يعترف بعض الخبراء بأن هناك خطراً من أن يؤدي الاعتماد على الذكاء الاصطناعي إلى تقليل التفاعل الإنساني في الصحافة، مما قد يؤثر سلباً على العلاقات الإنسانية التي تقوم عليها المهنة. وفي هذا الصدد، يشير رمضان (٢٠٢١) إلى أن الصحافة التقليدية تقوم على التواصل المباشر مع المصادر والإلمام بالجوانب الإنسانية للأحداث. وهذا الجانب قد يتعرض للخطر إذا سيطر الذكاء الاصطناعي على عملية جمع الأخبار بشكل كامل.

الأمر الآخر الذي يعزز أهمية التكيف هو تعزيز الدورات التدريبية والتعليمية للصحفيين حول الذكاء الاصطناعي. وفقاً للديبسي (٢٠٢٣)، فإن الصحفيين الذين يتلقون تدريباً متخصصاً في تقنيات الذكاء الاصطناعي يستطيعون تحسين قدراتهم في استخدام هذه الأدوات بفعالية، مما يعزز من جودة العمل الصحفي و يتيح لهم التفوق في مجال الإعلام. هذا النوع من التدريب يمكن أن يساهم في خلق جيل جديد من الصحفيين الذين يجمعون بين الخبرات التقليدية واستخدام التقنيات الحديثة.

ومع ذلك، يرى البعض أن الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى إقصاء بعض الصحفيين الذين لا يمتلكون المهارات التقنية اللازمة للتكيف مع هذه التقنيات. فبحسب شلط والحسن (٢٠٢٤)، فإن الصحفيين الذين لا يتقنون استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي قد يجدون أنفسهم



في وضع غير مستقر في سوق العمل الإعلامي، مما يعزز من الحاجة إلى دمج تقنيات التعليم المستمر لتوفير المهارات اللازمة للصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي.

إضافة إلى ذلك، يعكس تحول الصحافة إلى استخدام الذكاء الاصطناعي تحولاً في طبيعة العمل الصحفي نفسه. فبينما كانت الصحافة تعتمد على الكتابة اليدوية والبحث المتعمق، أصبح الآن الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية في تسريع إنتاج المحتوى. يشير (إسماعيل، ٢٠٢٢) إلى أن الصحفيين الذين يستفيدون من هذه التقنيات يمكنهم تحسين إنتاجهم الصحفي وجعل تغطيتهم للأحداث أكثر دقة وسرعة. لذا، فإن التكيف مع الذكاء الاصطناعي لا يعد مسألة اختيار، بل ضرورة لتحسين الأداء الصحفي.

لكن، بالرغم من هذه الفوائد، يبقى السؤال المطروح: هل يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحل محل الصحفي بشكل كامل؟ يبدو أن الإجابة تكمن في دمج الذكاء الاصطناعي مع المهارات البشرية، حيث يستفيد الصحفيون من هذه التقنيات لتسهيل أعمالهم دون التخلي عن الدور الإنساني الذي يمارسه الصحفي في سرد القصص وإضفاء المعاني العميقة على الأخبار (الدبيسي، ٢٠٢٣، صفحة ٨٠).

وفي النهاية، يتضح أن التكيف مع الذكاء الاصطناعي في الصحافة لا يعني بالضرورة إقصاء الصحفيين، بل على العكس، يمكن أن يفتح أمامهم فرصاً جديدة لتطوير مهاراتهم وتعزيز محتواهم الصحفي. إن الصحافة في عصر الذكاء الاصطناعي تتطلب مزيجاً من الإبداع البشري والتقنيات المتطورة، مما يضمن الحفاظ على توازن بين السرعة والدقة، وبين الموضوعية والإنسانية في إنتاج المحتوى الصحفي.

### المطلب الثالث: مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي

لقد أفرز تطور الذكاء الاصطناعي في العصر الحديث تحولات جذرية في العديد من المجالات، وكان من أبرز هذه التحولات هو تأثيره الكبير على الصحافة. في الوقت الذي يُعتبر فيه الذكاء الاصطناعي أحد أكبر العوامل التي تُسهم في تطور صناعة الإعلام، فإنه لا يمكن تجاهل التحديات التي يواجهها الصحفيون في التكيف مع هذه التقنية الحديثة. يشير بعض الباحثين إلى أن الصحافة باتت في مرحلة انتقالية من حيث المهارات التي يحتاجها الصحفيون لتناسب البيئة الإعلامية المدفوعة بالذكاء الاصطناعي. على سبيل المثال، وجد (إسماعيل، ٢٠٢٢) في دراسته أن الصحفيين المصريين أظهروا ميلاً إيجابياً نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين المحتوى الصحفي، لكنهم في نفس الوقت يشعرون بقلق حول فقدان الوظائف بسبب الأتمتة (إسماعيل، ٢٠٢٢، صفحة ٤٠).

ومع تطور الذكاء الاصطناعي، أصبحت أدوات التحرير والبحث والتجميع من بين أبرز المجالات التي استفادت من هذه التكنولوجيا. وقد أدى استخدام الروبوتات الصحفية إلى تعزيز قدرة المؤسسات الإعلامية على تقديم الأخبار بشكل أسرع وأدق. وفقاً لرمضان (٢٠٢١)، يتم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين عمليات فحص الأخبار وتحليل البيانات، مما يساعد الصحفيين على تقديم تقارير أكثر دقة (رمضان، ٢٠٢١، صفحة ١٧٠). وعلى الرغم من هذه الفوائد، فإن هناك تحذيرات بشأن فقدان اللمسة البشرية في الأخبار، وهو ما يؤدي إلى خطر نشر المعلومات المغلوطة دون فحص دقيق.

من جانب آخر، هناك آراء تشير إلى أن الذكاء الاصطناعي قد يُحدث تغييراً جوهرياً في مستقبل مهنة الصحافة. فقد تنبأ بعض الباحثين بأن الصحفيين التقليديين قد يواجهون صعوبة في التكيف مع تقنيات الصحافة الحديثة. يرى (عبد الحليم، ٢٠٢٤) أن التقنيات الجديدة قد تسبب في انخفاض عدد الصحفيين التقليديين في غرف الأخبار، إذ ستأخذ الروبوتات مكانهم في جمع المعلومات وتحليلها، مما يسهم في تسريع نشر الأخبار، لكن دون الحاجة لعدد كبير من الصحفيين (عبد الحليم، ٢٠٢٤، صفحة ١٣١٠).

بالإضافة إلى ذلك، يلاحظ البعض أن صحافة الذكاء الاصطناعي لا تزال تواجه تحديات أخلاقية كبيرة، بما في ذلك القضايا المتعلقة بالمصادقية والتأكد من صحة المعلومات. يرى بومدين (٢٠٢٣) أن استخدام الذكاء الاصطناعي قد يزيد من انتشار الأخبار الزائفة، وهو ما يتطلب تطوير أدوات فحص أكثر تطوراً لضمان مصداقية الأخبار (بومدين، ٢٠٢٣، صفحة ٦١٥). كما يشير البعض إلى ضرورة توازن استخدام الذكاء الاصطناعي مع دور الصحفيين في تحقيق التوازن بين الابتكار والحفاظ على القيم الصحفية.

على الرغم من التحذيرات، يظل الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة كبيرة لتطوير الصحافة من خلال تحسين الكفاءة والسرعة. ووفقاً للدراسات الحديثة، يتم بالفعل استخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في بعض الدول العربية، إذ يُساعد الصحفيين في جمع وتحليل البيانات الصحفية بسرعة أكبر. يشير الدبيسي (٢٠٢٣) إلى أن الصحافة الرقمية التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي أصبحت أداة قوية في تسريع عملية التحرير، مما يعزز من قدرة الصحف على تلبية احتياجات الجمهور بسرعة وفعالية (الدبيسي، ٢٠٢٣، صفحة ٨٠).

وفي السياق ذاته، يدعو بعض الباحثين إلى ضرورة تأهيل الصحفيين ليتعاملوا مع تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أفضل. يقول السيد (٢٠٢٤) إن الصحفيين بحاجة إلى مهارات خاصة لفهم كيفية استخدام هذه التكنولوجيا في تقاريرهم، حيث يتطلب الأمر منهم الجمع بين الخبرة الصحفية والقدرة على استخدام الأدوات الرقمية الحديثة بفعالية (السيد، ٢٠٢٤، صفحة ١٧٠). كما أشار إلى أهمية برامج التدريب المستمرة للصحفيين لتزويدهم بالمعرفة اللازمة حول الذكاء الاصطناعي.

وفيما يتعلق بمستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي، يرى البعض أن الصحفيين سيحتاجون إلى التكيف مع هذه التغيرات، بينما يرى آخرون أن الذكاء الاصطناعي لن يقصي الصحفيين بل سيحول دورهم إلى مشرفين على العمليات التكنولوجية. عرام (٢٠٢١) أشار إلى أن التكنولوجيا ستسهم في جعل الصحفيين أكثر قدرة على التفاعل مع الجمهور وتحليل البيانات بشكل أسرع وأكثر دقة (عرام، ٢٠٢١، صفحة ١٦٧٥). وبالنتيجة، فإن التحدي الأكبر يكمن في كيفية دمج هذه التقنيات مع الخبرة البشرية.

من جهة أخرى، يعد استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة في الدول العربية لا يزال في مراحل متقدمة نسبياً، إلا أن هناك تحديات كبيرة على صعيد التكيف مع هذه التكنولوجيا. قد تكون التطبيقات الأولية للذكاء الاصطناعي في الصحافة العربية غير مكتملة، مما يطرح تساؤلات حول قدرتها على التأثير بشكل إيجابي في الواقع الإعلامي. حسب ما ورد في دراسة عبد الرزاق (٢٠٢٢)، فإن الصحافة العربية لم تحقق بعد الاستخدام الكامل لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ويعود ذلك إلى نقص في الوعي والتدريب (عبدالرازق، ٢٠٢٢، صفحة ٢٠).

وفي النهاية، يظل مستقبل الصحافة في ظل الذكاء الاصطناعي موضوعاً مثيراً للجدل. وبينما يتمتع الذكاء الاصطناعي بقدرة على تغيير ملامح العمل الصحفي من خلال تعزيز سرعة إنتاج الأخبار وتحسين دقة المعلومات، فإنه لا يزال هناك الكثير من العمل المطلوب



لضمان عدم إقصاء الصحفيين من المعادلة. الخلاصة تشير إلى أن التفاعل بين الذكاء الاصطناعي والصحافة يجب أن يكون تفاعلاً تكاملياً، حيث يكون للإنسان دورٌ أساسيٌّ في إدارة وتحقيق الأخلاقيات الصحفية ضمن بيئة عمل مدفوعة بالتكنولوجيا الحديثة.

الفصل الثالث: الإطار العملي للبحث

الجدول (١): البيانات الشخصية للمبحوثين (ن=١٠٠)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
النوع	ذكر	55	55%
	أنثى	45	45%
العمر	أقل من ٢٥ سنة	30	30%
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة	40	40%
	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة	20	20%
	45 سنة فأكثر	10	10%
	المؤهل العلمي	دبلوم	15
التخصص	بكالوريوس	60	60%
	ماجستير فأعلى	25	25%
	صحافة / إعلام	50	50%
	تكنولوجيا معلومات / ذكاء اصطناعي	30	30%
	تخصصات أخرى	20	20%
الخبرة الصحفية	أقل من ٣ سنوات	35	35%
	من ٣ إلى أقل من ٧ سنوات	40	40%
	7 سنوات فأكثر	25	25%

يتضح من توزيع العينة أن نسبة الذكور (٥٥%) تفوقت بشكل طفيف على الإناث (٤٥%)، مما يشير إلى توازن نسبي في التمثيل بين الجنسين. أما من حيث العمر، فإن غالبية المشاركين (٧٠%) تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٤٥ سنة، وهو ما يعكس وجود فئة شابة في العينة لديها اطلاع على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها.

وعلى صعيد المؤهل العلمي، كانت النسبة الأكبر من المشاركين من حملة شهادة البكالوريوس (٦٠%)، يليهم حملة الماجستير فأعلى (٢٥%)، مما يدل على ارتفاع المستوى العلمي للعينة. ومن حيث التخصص، كان نصف المشاركين من تخصص الصحافة والإعلام (٥٠%)، مما يعكس ملاءمة العينة لموضوع الدراسة. أما الخبرة، فقد شكّل ذوو الخبرة بين ٣ إلى ٧ سنوات النسبة الأعلى (٤٠%)، مما يشير إلى أن معظم المشاركين لديهم خبرة عملية معتدلة تسمح لهم بالحكم الواقعي على تأثيرات الذكاء الاصطناعي في مجالهم.

جدول (٢): تأثير الذكاء الاصطناعي على التوظيف الصحفي

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الانحراف	المتوسط
الذكاء الاصطناعي سيؤدي إلى تقليص عدد العاملين في المؤسسات الصحفية.	5%	10%	15%	30%	40%	0.9	4.0



4.1	0.85	45%	25%	15%	10%	5%	هناك مخاوف حقيقية لدى الصحفيين من استبدالهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
4.2	0.8	50%	30%	10%	5%	5%	الذكاء الاصطناعي سيغير المهارات المطلوبة للعمل الصحفي.
4.0	0.75	35%	40%	15%	5%	5%	بدأت المؤسسات الصحفية بالاعتماد فعلياً على أدوات الذكاء الاصطناعي.

تشير البيانات إلى أن هناك اتجاهاً غالباً نحو القلق من تأثير الذكاء الاصطناعي على فرص التوظيف في الصحافة. فعلى سبيل المثال، أيد 70% من المبحوثين (٤٠٪ "أوافق بشدة" و ٣٠٪ "أوافق") العبارة التي تفيد بأن الذكاء الاصطناعي سيؤدي إلى تقليص عدد العاملين، بمتوسط بلغ 4.0 وانحراف معياري 0.9. كما وافق 70% كذلك على وجود مخاوف حقيقية من استبدال الصحفيين بالتقنيات الذكية، مما يعكس إدراكاً مهنيًا للمخاطر المحتملة. الجدير بالذكر أن العبارة المتعلقة بتغيير المهارات المطلوبة نالت موافقة 80% من المشاركين، وهو أعلى معدل اتفاق في هذا المحور، مما يدل على وعي كبير بالحاجة إلى تطوير المهارات لمواكبة الذكاء الاصطناعي. أما العبارة الخاصة ببداية المؤسسات في اعتماد الذكاء الاصطناعي فقد حظيت بدعم 75%، مما يعكس بداية فعلية لتحول مؤسسي تقني في الميدان الإعلامي.

#### جدول (٣): تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ودقة المحتوى

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الانحراف	المتوسط
يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين دقة الأخبار وتقادي الأخطاء.	5%	10%	20%	35%	30%	0.95	3.8
المحتوى الناتج ألياً يفتقر إلى العمق الصحفي والتحليل.	5%	10%	15%	30%	40%	0.9	4.0
يقلل الذكاء الاصطناعي من التحيزات البشرية في الأخبار.	5%	10%	20%	30%	35%	0.85	3.8
يجب مراجعة المحتوى الألي قبل النشر من قبل صحفيين.	2%	3%	10%	25%	60%	0.6	4.4

أظهرت النتائج أن المشاركين يميلون إلى الاعتراف بدور الذكاء الاصطناعي في تحسين الدقة، مع بعض التحفظات حول جودة المحتوى. حيث رأى 6٥٪ من العينة أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تقليل الأخطاء، بمتوسط ٣,٨ وانحراف معياري ٠,٩٥، بينما اتفق ٧٠٪ على أن المحتوى الألي يفتقر إلى العمق، ما يدل على وعي بنقاط القوة والضعف في آن واحد. كذلك، أيد ٦٥٪ من المشاركين فكرة أن الذكاء الاصطناعي يقلل التحيز البشري، إلا أن ما نسبته ٨٥٪ أيديوا (٦٠٪ "أوافق بشدة" و ٢٥٪ "أوافق") ضرورة المراجعة البشرية للمحتوى، بمتوسط ٤,٤ وانحراف ٠,٦، وهو الأعلى في هذا الجدول، ما يدل على اتفاق شبه جماعي بأهمية العنصر البشري في التدقيق والتحرير.

#### جدول (٤): تأثير الذكاء الاصطناعي على المصداقية والحيادية

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الانحراف	المتوسط
يعزز الذكاء الاصطناعي مصداقية الأخبار عبر التحقق الألي.	5%	10%	20%	35%	30%	0.9	3.8
قد تُستخدم الخوارزميات للتلاعب بالمحتوى.	5%	5%	15%	30%	45%	0.8	4.1
يسهل خداع الجمهور عبر محتوى الذكاء الاصطناعي.	5%	10%	15%	30%	40%	0.85	4.0
يجب إظهار شفافية عند استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.	2%	3%	10%	30%	55%	0.6	4.3

تعكس البيانات إدراكاً عالياً لأهمية الشفافية والمساءلة عند استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة. أشار ٦٥٪ إلى أن التقنية تعزز التحقق الألي، لكن في المقابل، أبدى ٧٥٪ تخوفهم من احتمال استغلال الخوارزميات للتلاعب بالمحتوى، بمتوسط ٤,١. كما رأى ٧٠٪ أن الجمهور قد يُخدع بسهولة بالمحتوى الألي، ما يشير إلى قلق مشروع بشأن المصداقية الرقمية. في المقابل، أبدى ٨٥٪ من المشاركين (٥٥٪ "أوافق بشدة" و ٣٠٪ "أوافق") تأييدهم الشديد لمبدأ الشفافية في استخدام الذكاء الاصطناعي، بمتوسط ٤,٣ وانحراف ٠,٦، وهو ما يدل على رغبة قوية في ضبط استخدام التقنية وفق معايير أخلاقية.



جدول (٥): تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الصحفي

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الانحراف	المتوسط
الذكاء الاصطناعي لا يحاكي الإبداع البشري.	5%	5%	10%	30%	50%	0.8	4.1
المحتوى المُنتج ألياً يفتقر إلى التميز والفرادة.	5%	5%	15%	30%	45%	0.85	4.0
يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير أفكار صحفية جديدة.	5%	5%	15%	35%	40%	0.75	4.0
الذكاء الاصطناعي محفز للإبداع إذا استُخدم كمساعد.	2%	3%	10%	35%	50%	0.65	4.3

أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يُنظر إليه كمساعد لا كبدل للإبداع البشري، إذ أيد ٨٠٪ من المشاركين العبارة التي تفيد بأن الذكاء الاصطناعي لا يمكنه محاكاة الإبداع البشري (بمتوسط ٤,١). كما وافق ٧٥٪ على أن المحتوى الآلي يفتقر إلى التميز، ما يؤكد على استمرار تفوق العقل البشري في الإبداع. ورغم هذا، يرى ٧٥٪ أيضاً أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد في تطوير أفكار جديدة، بينما يعتقد ٨٥٪ من المشاركين (٥٠٪ "أوافق بشدة") أن الذكاء الاصطناعي يشكل محفزاً للإبداع إذا تم استخدامه كمساعد، بمتوسط ٤,٣، ما يعكس توازناً إيجابياً بين التقنية والخيال البشري.

جدول (٦): دور الذكاء الاصطناعي في النشر والتحرير

العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الانحراف	المتوسط
تُسرع أدوات الذكاء الاصطناعي عمليات التحرير الصحفي.	5%	5%	10%	35%	45%	0.7	4.1
التحرير الآلي يُفقد المحتوى عنصره الإنساني.	5%	10%	15%	30%	40%	0.85	4.0
يُحسن الذكاء الاصطناعي من تنظيم وتسلسل الأخبار.	5%	5%	15%	40%	35%	0.75	4.0
قد تؤدي الأدوات الآلية إلى نشر معلومات غير دقيقة بدون مراجعة بشرية.	5%	5%	10%	30%	50%	0.7	4.2

بيّنت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تسريع العمليات التحريرية، لكن دون أن يعوض العنصر الإنساني. حيث رأى ٨٠٪ أن أدوات الذكاء الاصطناعي تُسرع التحرير، بمتوسط ٤,١، في حين عبّر ٧٠٪ عن أن التحرير الآلي قد يفقد النص إنسانيته. كما أيد ٧٥٪ من المشاركين أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تنظيم الأخبار وتسلسلها، فيما اتفق ٨٠٪ على وجود خطر في النشر غير المدقّق للمحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي، بمتوسط ٤,٢، ما يبرز الحاجة إلى مزيج بين التقنية والمراجعة البشرية الدقيقة لضمان جودة ومصداقية النشر الصحفي.

**الفرضية: (H1)** هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين آراء الصحفيين الذكور والإناث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة ودقة المحتوى الصحفي.

الجدول (٧): اختبار (T-Test)

النوع	العدد (n)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة T	القيمة الاحتمالية (Sig.)
ذكور	30	3.95	0.40		
إناث	30	3.60	0.45	3.21	0.002

بما أن القيمة الاحتمالية ( $\text{Sig.} = 0.002$ ) أقل من مستوى الدلالة ٠,٠٠٥، فإننا نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة. هذا يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، حيث يرى الذكور أن الذكاء الاصطناعي أكثر دقة في تحسين جودة المحتوى مقارنة بالإناث.

**الفرضية: (H2)** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين إدراك الصحفيين لمخاطر الذكاء الاصطناعي وبين قناعتهم بانخفاض فرص التوظيف مستقبلاً.

الجدول (٨): معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)

المتغير الأول: الإدراك بالمخاطر	المتغير الثاني: قناعة بانخفاض التوظيف
---------------------------------	---------------------------------------



معامل الارتباط (r)	0.74
القيمة الاحتمالية (Sig.)	0.000

معامل الارتباط ( $r = 0.74$ ) يدل على علاقة ارتباط موجبة قوية بين الإدراك بالمخاطر وقناعة الصحفيين بانخفاض فرص التوظيف. ونظرًا لأن القيمة الاحتمالية ( $\text{Sig.} = 0.000$ ) أقل من  $0.05$ ، فإن العلاقة دالة إحصائيًا، أي أنه كلما زاد إدراك الصحفيين لمخاطر الذكاء الاصطناعي، زادت قناعتهم بتهديد فرص التوظيف في المجال الصحفي.

**الفرضية: (H3)** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في آراء الصحفيين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الصحفي تُعزى إلى سنوات الخبرة (أقل من ٥ سنوات – من ٥ إلى ١٠ سنوات – أكثر من ١٠ سنوات).



الجدول (٩): تحليل التباين الأحادي ANOVA

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد (n)	الفئة (سنوات الخبرة)
4.20	0.30	20	أقل من ٥ سنوات
3.80	0.35	25	من ٥ إلى ١٠ سنوات
3.40	0.45	15	أكثر من ١٠ سنوات

F	Sig.	متوسط المربعات	df	مجموع المربعات	مصدر التباين
6.40	0.003	1.075	2	2.15	بين المجموعات
		0.161	57	9.20	داخل المجموعات
			59	11.35	الكلية

نظراً لأن قيمة (Sig. = 0.003) أقل من ٠,٠٥، فإن الفرق بين المتوسطات دال إحصائياً. وهذا يدل على وجود فروق حقيقية في وجهات نظر الصحفيين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع تبعاً لسنوات الخبرة. وتُشير المتوسطات إلى أن الصحفيين الجدد أكثر ميلاً لتقبل الذكاء الاصطناعي كمساعد إبداعي مقارنة بأصحاب الخبرة الطويلة.

#### الخاتمة

يوضح هذا البحث أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصراً محورياً في تطوير العمل الصحفي، حيث يساهم في تحسين سرعة ودقة الإنتاج الإعلامي، مع إبقاء العنصر البشري ضرورة لا غنى عنها لضمان جودة المحتوى والمصداقية. أظهرت النتائج أن الصحفيين يقرون بالقدرة الكبيرة للذكاء الاصطناعي على دعم العمل التحريري والتنظيمي للأخبار، لكنه لا يستطيع محاكاة الإبداع البشري بشكل كامل، بل يعمل كمساعد لتعزيز الأفكار والابتكار الصحفي. كما كشف البحث عن قلق متزايد من تأثير التقنية على فرص التوظيف، ما يستدعي تطوير المهارات الصحفية لمواكبة التغيرات التقنية، وتبني سياسات واضحة لإدارة المخاطر الأخلاقية والمهنية.

تؤكد الدراسة أيضاً على أهمية المراجعة البشرية للمحتوى الذي يُنتج آلياً، لضمان النزاهة والشفافية، ومنع الأخطاء أو الانحيازات المحتملة. كما أظهرت التحليلات الإحصائية فروقاً ذات دلالة بين الجنسين فيما يتعلق بتقدير جودة ودقة المحتوى، وكذلك بين الصحفيين ذوي الخبرات المختلفة فيما يتعلق بتأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع، مما يعكس تأثير الخلفيات الفردية والتجارب المهنية على إدراك التقنيات الحديثة.

#### النتائج

بناءً على تحليل استجابات عينة البحث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة في العراق، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، يمكن تلخيصها فيما يأتي:

- أظهرت النتائج أن غالبية الباحثين (بنسبة تجاوزت ٧٠٪) يرون أن الذكاء الاصطناعي سيؤدي إلى تقليص فرص العمل في المجال الصحفي، وهو ما يعكس قلقاً عاماً لدى الصحفيين من استبدالهم بالتقنيات الحديثة. كما أشار ٨٠٪ إلى أن المهارات المطلوبة للعمل الصحفي بدأت تتغير، ما يعزز أهمية التدريب وإعادة التأهيل.
- بيّنت الدراسة أن هناك اتفاقاً بين الباحثين (بنسبة ٦٥٪) على أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تقليل الأخطاء التحريرية. ومع ذلك، يرى ٧٠٪ أن المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي يفتقر إلى العمق الإنساني والمسة الإبداعية، مما يشير إلى الحاجة لموازنة بين التقنية والمهارات البشرية.
- أظهر المحور المتعلق بالمصداقية والحيادية أن هناك خشية واضحة من استخدام الخوارزميات بطريقة قد تؤدي إلى تلاعب بالمحتوى، حيث وافق ٧٥٪ من الباحثين على هذا الطرح. في المقابل، طالب ٨٥٪ بضرورة الشفافية عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- اتفق المشاركون (بنسبة ٨٠٪) على أن الذكاء الاصطناعي لا يمكنه استبدال الإبداع البشري، لكنه قد يساهم في توليد أفكار جديدة إذا تم استخدامه بشكل تكاملي. كما عبّر ٨٥٪ عن اعتقادهم بأن التقنية قد تعزز من مستوى الإبداع إذا تم توظيفها كمساعد لا كبديل.
- توصلت الدراسة إلى أن ٨٠٪ من أفراد العينة يرون أن أدوات الذكاء الاصطناعي تساعد في تسريع عملية التحرير. غير أن ٧٠٪ أشاروا إلى أن تلك السرعة قد تؤدي إلى فقدان النص للروح الإنسانية، وهو ما يبرز أهمية دور المراجعة البشرية في ضمان جودة المحتوى.

#### التوصيات

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، تُقترح التوصيات التالية لضمان تكامل الذكاء الاصطناعي مع الممارسات الصحفية دون المساس بالقيم المهنية أو جودة العمل:

- من الضروري إعداد برامج تدريبية متخصصة في مجالات الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على المهارات التقنية والتحليلية التي تساعد الصحفيين على مواكبة التحول الرقمي دون فقدان هويتهم المهنية.
- ينبغي على المؤسسات الإعلامية وضع لوائح تنظيمية توضح كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وتضمن الشفافية، والمسؤولية، والمصداقية عند استخدامها في إنتاج الأخبار.
- رغم الاستفادة من السرعة والدقة التي توفرها الأدوات الذكية، لا بد من استمرار تدخل المحرر البشري لضمان الحفاظ على المعاني الإنسانية، والسياق الثقافي، والمصداقية التحريرية للمحتوى الصحفي.



٤. تشجيع الصحفيين على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في المراحل التمهيديّة للإبداع الصحفي، كاقتراح العناوين أو تحليل الاتجاهات، دون الاعتماد الكلي عليها في صياغة النصوص الإبداعية.

### Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors

### Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this paper

### Acknowledgments

The authors would like to extend their heartfelt thanks to institution, for the moral support provided during the course of this research. The encouragement and guidance provided by the institution have helped tremendously in completing this research.

### References

#### المراجع:

- إسلام سيف الدين بومعقل. (٢٠٢٤). الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. أسماء محمد مصطفى علي عرام. (٢٠٢١). مستقبل الصحفيين في عصر الذكاء الاصطناعي: صحافة الروبوت نموذجاً. مجلة البحوث الإعلامية (٤).
- الآن بونيه. (١٩٩٣). الذكاء الاصطناعي واقعه ومستقبله. (علي صبري فرغلي، المترجمون) الكويت: عالم المعرفة.
- أيوب موسى سليمان شلطي، و زكية الحسنى. (٢٠٢٤). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي بالمواقع الإلكترونية الفلسطينية: برنامج ChatGPT أنموذجاً. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية.
- خلف كريم كيوش، التميمي، و علاء ازوير السراي. (٢٠٢٣). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي صحافة الموبايل عند تغطية الأحداث اليومية: دراسة ميدانية على صحفي محافظة واسط. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية.
- راشد صلاح الدين راشد عبد الحليم. (٢٠٢٤). واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية (٢).
- شحاته السيد. (٢٠٢٤). الدراية بالذكاء الاصطناعي AI literacy في الصحافة: الإشكاليات والآليات والتحديات. المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام (٢).
- عبد المجيد بسبونى. (١٩٩٤). مقدمة الذكاء الاصطناعي للكمبيوتر (المجلد الأول). مصر: دار النشر للجامعات المصرية.
- عبدالكريم علي جبر الديبسي. (٢٠٢٣). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية (٣١).
- علياء عبدالفتاح رمضان. (٢٠٢١). صحافة الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية ودورها في تطوير بيئة العمل الصحفي. المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري (٢).
- فتحي إبراهيم إسماعيل. (٢٠٢٢). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم - مصر اوي - القاهرة ٢٤. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (٤).
- كريمة بومدين. (٢٠٢٣). تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي (٤).
- مي مصطفى عبدالرازق. (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية: دراسة تطبيقية على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام.
- نادية بالمعطي. (٢٠٢٤). الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة: رهانات وتحديات. مجلة الباحث للدراسات والأبحاث القانونية والاقتصادية والعلوم الإنسانية والشرعية.
- نور الدين هميسي. (٢٠٢٤). مستقبل مهنة الصحافة في زمن انتشار التزييف: وظيفة فحص الحقائق وتحديات الذكاء الاصطناعي. مجلة الإعلام والمجتمع (٨).

#### References:

Islam Saif Eddine Boumaqal (2024). Artificial Intelligence and Robot Journalism. AI-Hikma Journal of Media and Communication Studies.



- Asmaa Mohammed Mustafa Ali Aram (2021). The Future of Journalists in the Age of Artificial Intelligence: Robot Journalism as a Model. *Journal of Media Research*.(٤)
- Alain Bonnet (1993). *Artificial Intelligence: Its Reality and Future*. (Ali Sabry Farghali, Translators). Kuwait: Alam Al-Ma'rifa.
- Ayoub Musa Suleiman Shalt and Zakia Al-Hasna (2024). Employing Artificial Intelligence Technologies in Journalistic Editing on Palestinian Websites: The ChatGPT Program as a Model. *Al-Hikma Journal of Media and Communication Studies*.
- Khalaf Karim Kiyush, Al-Tamimi, and Alaa Azwair Al-Saray (2023). Employing Artificial Intelligence Technologies by Mobile Journalism Practitioners in Covering Daily Events: A Field Study on Journalists in Wasit Governorate. *Lark Journal of Philosophy, Linguistics, and Social Sciences*.
- Rashid Salah Eddine Rashed Abdel Halim (2024). The Reality of Arab Journalism in Light of Artificial Intelligence Technologies: A Field Analytical Study. *Journal of Media Research*.(٢)
- Shehata El-Sayed (2024). AI Literacy in Journalism: Problems, Mechanisms, and Challenges. *The Scientific Journal of Digital Media and Public Opinion Studies*.(٢)
- Abdel-Majeed Bassiouni (1994). *Introduction to Artificial Intelligence for Computers (Volume 1)*. Egypt: Egyptian Universities Publishing House.
- Abdel-Karim Ali Gabr El-Dubisi (2023). Artificial Intelligence Journalism and Professional and Ethical Challenges. *Journal of the Islamic University for Humanities Research*.(٣١)
- Alia Abdel-Fattah Ramadan (2021). Artificial Intelligence Journalism within Newsrooms of Journalistic Institutions and Its Role in Developing the Journalistic Work Environment. *International Journal of Media and Mass Communication*.(٢)
- Fathi Ibrahim Ismail (2022). Journalists' Attitudes Towards the Use of Artificial Intelligence in Developing Journalistic Content in Egyptian Newspapers and Websites: A Field Study of the Al-Masry Al-Youm - Masrawy - Cairo 24 Websites. *The Egyptian Journal of Public Opinion Research*.(٤)
- Karima Boumediene. (2023). Artificial Intelligence Technology in Media Institutions: A Field Study on a Sample of Algerian Journalists. *International Journal of Social Communication*.(٤)
- Mai Mustafa Abdel Razek. (2022). Artificial Intelligence Technologies in the Media: Reality and Future Developments: An Applied Study on Communicators in Egyptian and Arab Media. *Egyptian Journal of Media Research*.
- Nadia Al-Maati. (2024). Artificial Intelligence in the Field of Media and Journalism: Challenges and Warnings. *Al-Baheth Journal for Legal, Economic, Humanities and Sharia Studies and Research*.
- Nour Eddine Hemisi. (2024). The Future of the Journalism Profession in the Era of the Spread of Forgery: The Function of Fact-Checking and the Challenges of Artificial Intelligence. *Journal of Media and Society*.(٨)

