



اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه

على الأداء المهني

(دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية)

حامد عيدان محمد الخليفاوي

ديوان الوقف السني/دائرة التعليم الديني والدراسات الإسلامية

مستخلص البحث:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وما انعكاس ذلك على الأداء المهني، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، تكون مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية، تكونت عينة البحث (118) صحفياً من الذكور والإناث الذين يعملون في المؤسسات الصحفية العراقية، استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها: إن الذكاء الاصطناعي أسهم بفاعلية في رفع الكفاءة المهنية وتسريع إنجاز العمل وتقليل الأخطاء، بما يعزز جودة الأداء الصحفي، مع الحاجة إلى تعزيز دوره في دعم الدقة والموضوعية بشكل أكبر، وأن أبرز تحديات توظيف الذكاء الاصطناعي تتمثل في المساس بالمصداقية والأصالة والانتهاكات القانونية وغياب الشفافية، مما يستدعي وضع أطر أخلاقية وتشريعية واضحة تكفل الحفاظ على القيم المهنية للعمل الصحفي.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، القائم بالاتصال، الذكاء الاصطناعي، الأداء المهني

Trends among Iraqi journalists regarding the use of artificial intelligence technologies in journalistic work and its impact on professional performance

(A field study on those responsible for communication in the Iraqi press)

Hamed Eidan Muhammad Al-Khalifawi H. 07903931231

Sunni Endowment Diwan/Department of Religious Education and Islamic Studies

Search abstract:

The study aimed to identify the attitudes of those responsible for communication in Iraqi journalism towards employing artificial intelligence techniques in journalistic work, and the impact of this on professional performance. The study relied on the survey method. The study population consisted of those responsible for communication in Iraqi journalism. The research sample consisted of (118) male and female journalists working in Iraqi media institutions. The study used a questionnaire as a tool to collect data. The study reached a number of conclusions, the most prominent of which are: Artificial intelligence has effectively contributed to raising professional efficiency, speeding up work completion, and reducing errors, thereby enhancing the quality of journalistic performance, with the need to further strengthen its role in supporting accuracy and objectivity. The most prominent challenges of employing artificial intelligence are the undermining of credibility and authenticity, legal violations, and lack of transparency, which necessitates the establishment of clear ethical and legislative frameworks that ensure the preservation of the professional values of journalistic work.

Keywords: trends, communicator, artificial intelligence, professional performance



المقدمة.

أحدثت الثورة الرقمية تحولات جوهرية في بنية العمل الصحفي، طالت أنماط الاتصال الإعلامي ومضامينه وآليات إنتاجه ونشره، وأسهمت في إعادة تشكيل أدوار القائمين على العمل الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية. وقد برزت تقنيات الذكاء الاصطناعي بوصفها أحد أهم مخرجات هذا التحول، لما توفره من إمكانيات متقدمة في جمع المعلومات وتحليلها، وأتمتة المحتوى، والتحقق من الأخبار، والتفاعل مع الجمهور، الأمر الذي فرض على المؤسسات الصحفية ضرورة تبني استراتيجيات مهنية وتقنية جديدة لمواكبة متطلبات البيئة الرقمية.

وفي ظل هذه المتغيرات، تواجه الصحافة العراقية تحديات متزايدة تتعلق بمدى تقبل القائمين بالاتصال لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقدرتهم على توظيفها بما ينعكس إيجاباً على مستوى الأداء المهني وجودته، مع الحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي. وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات القائمين في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وبيان انعكاس هذا التوظيف على الأداء المهني، فضلاً عن التعرف على أبرز التحديات المهنية والتقنية والتشريعية المصاحبة لاعتماد هذه التقنيات، واستشراف آفاق توظيفها مستقبلاً في تطوير الصحافة العراقية.

المبحث الأول/ الإطار المنهجي:

أولاً: مشكلة البحث:

يتم اختيار مشكلة البحث عندما يقوم الباحث بتحديد ما بدقّة وبيان حدودها ثم عرضها بصورة واضحة، وهو أمر لا يعد سهلاً بل يُعد من أدق وأصعب مراحل البحث العلمي، إذ إن تحديد مشكلة البحث وصياغتها بعبارات واضحة ومفهومة ومحددة تعكس مضمونها وطبيعتها، وتسهم في توجيه الباحث إلى المصادر التي تساعد في معالجتها⁽¹⁾، وتتمثل مشكلة الدراسة في وجود تباين محتمل في اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، ما بين القبول والتحفّظ، في ظل محدودية الخبرة، وضعف البنية التحتية التقنية، وغياب الأطر التشريعية والتنظيمية الواضحة، كما تبرز الحاجة إلى الوقوف على مستوى معرفة الصحفيين العراقيين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومجالات استخدامها في العمل الصحفي، ومدى إسهامها في تطوير الأداء المهني، فضلاً عن رصد التحديات والجوانب الإيجابية والسلبية المترتبة على توظيفها.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تشخيص واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي العراقي، والكشف عن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدامها، وتحليل انعكاساتها على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين.

وبناءً على ما تقدم، تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الرئيس الآتي:

ما اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وما انعكاس ذلك على الأداء المهني؟

تساؤلات الدراسة:

ينبثق عن التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما درجة تعرض القائمين بالاتصال للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي؟

2- ما الصعوبات المترتبة على توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي؟

3- ما اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

(1) رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، (دمشق: دار الفكر المعاصر، 2000م)، ص 411-412.



4-ما انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للقائمين بالاتصال؟

5-ما التحديات الأخلاقية المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته من أهمية تقنية الذكاء الاصطناعي في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي الذي بدوره غير طبيعة الأداء المهني، مما ساهم في خلق مسؤوليات جديدة وأدواراً جديدة للقائمين بالاتصال، وبناءً على ذلك تتمثل أهمية البحث بما يأتي:

الأهمية النظرية:

تتبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من حداثة موضوعها، الذي يتناول اتجاهات القائمين على العمل الصحفي في العراق نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وما يترتب على ذلك من تحولات في الممارسة المهنية الصحفية، وتسهم الدراسة في تأصيل معرفي ونظري لمفهوم توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، من خلال تحليل أبعاده المهنية وتأثيراته على الأداء الصحفي، فضلاً عن إثراء الأدبيات العلمية العربية في مجال الإعلام الرقمي، ولا سيما الدراسات التي تعالج القضايا الأخلاقية والتشريعية والمهنية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

الأهمية العملية:

تتجلى الأهمية العملية للدراسة في رصد وتحليل اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل العمل الصحفي، بما يسهم في تقييم واقع الاستخدام الحالي لهذه التقنيات وانعكاسه على مستوى الأداء المهني. كما توفر نتائج الدراسة مؤشرات عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات واستراتيجيات مهنية وتقنية داخل المؤسسات الصحفية، وتعزيز كفاءة الصحفيين، ومواجهة التحديات التطبيقية والأخلاقية المصاحبة لاعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية العراقية.

ثالثاً: أهداف البحث:

- 1- التعرف على درجة تعرض القائمين بالاتصال للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
- 2- تحديد الصعوبات المترتبة على توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي.
- 3- الكشف عن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- 4- التعرف على انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للقائمين بالاتصال.
- 5- الكشف عن التحديات الأخلاقية المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية.

رابعاً: مجالات البحث أو حدوده:

يُعد تحديد مجالات البحث من الخطوات المنهجية الأساسية في أي دراسة علمية، إذ يسهم في ضبط إطارها العام، وقد شملت هذه الدراسة ثلاثة مجالات رئيسية، هي:

1. المجال المكاني: تمثل المجال المكاني للدراسة في المؤسسات الإعلامية العراقية، حيث جرى اختيار عينة البحث من القائمين بالاتصال العاملين في هذه المؤسسات، وذلك بالاعتماد على أسلوب العينة العمدية.
2. المجال البشري: أجريت الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية، وبلغ حجم العينة (118) مفردة.



3. المجال الزمني: استغرق العمل الميداني شهراً واحداً، خلال المدة الممتدة من 2025/12/1 ولغاية 2025/12/31، وشمل إعداد استمارة الاستبيان، وعرضها على الخبراء والمختصين، وإجراء التعديلات اللازمة عليها، ثم توزيعها على عينة البحث، فضلاً عن تنفيذ المعالجات الإحصائية للبيانات، وهي مدة كافية للتوصل إلى نتائج الدراسة.
خامساً: نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن إطار البحوث الوصفية، التي تسعى إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها وتفسيرها وفق منهجية علمية دقيقة، مع عرض النتائج المتوصل إليها في صورة مؤشرات رقمية دالة قابلة للتحليل والتفسير⁽²⁾، وفي هذا السياق، تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، والكشف عن انعكاس ذلك على مستوى الأداء المهني، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث على منهج المسح، بوصفه من أكثر المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية، إذ يمثل جهداً علمياً منظماً يهدف إلى جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة محل البحث، ووصفها وتحليلها في إطارها الراهن، من خلال إجراءات منهجية محددة تُعنى بتحديد نوع البيانات ومصادرها ووسائل الحصول عليها⁽³⁾.

سادساً: مجتمع الدراسة وعينتها:

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة موضوع الدراسة، سواء كانت هذه المفردات أفراداً أو مؤسسات أو أنشطة ترويجية أو غيرها من المجالات ذات الصلة⁽⁴⁾، ويتكوّن مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية، وقد طبّقت الدراسة على عينة عمدية بلغ حجمها (126) مفردة. وبعد تدقيق الاستمارات المسترجعة، تبين أن (118) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، وتمثّل القائمين بالاتصال العاملين في وسائل إعلامية عراقية مختلفة. وقد جرى اختيار عينة الدراسة من وكالات الأنباء، والصحف، والمواقع الإلكترونية، والمحطات الإذاعية والتلفزيونية، إضافة إلى الحسابات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي. وركزت العينة على العاملين المهتمين بمتابعة المستجدات في مجال الذكاء الاصطناعي، والذين يمتلكون معرفة بأبعاده التطبيقية، ولا سيما العاملين في الأقسام والإدارات المرتبطة بالإعلام الرقمي، مثل منتجي المحتوى، ومصممي صحافة البيانات، والعاملين في أقسام المالتيميديا، وصحافة الفيديو، وغيرهم، وذلك خلال الفترة الزمنية المحددة لإجراء الدراسة.

سابعاً: أداة الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المسحية على استمارة الاستبيان بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية، وذلك بهدف التعرف على اتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، والكشف عن انعكاسات هذا التوظيف على مستوى الأداء المهني.

ثامناً: الصدق والثبات:

الصدق الظاهري (Face Validity):

عُرِضت استمارة الاستبيان الخاصة باتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الأداء المهني على ثلاثة محكمين* من ذوي الاختصاص في مجال الإعلام، وذلك بهدف استطلاع آرائهم حول مدى ملائمة فقرات الاستبيان لأهداف البحث، وبناءً على ملاحظاتهم،

(2) محمد المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، (اليمن: دار الكتب، 2019)، ص46.

(3) محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 1992)، ص81.

(4) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (دولة الإمارات العربية المتحدة: 2017م)، ص43.

(* 1-أ.د. هيثم عكاب عطية 2-أ.م.د. علاء حسين جاسم

3- أ.م.د. صباح عواد محمد



أجريت التعديلات اللازمة من حذف وإضافة وصياغة، إلى أن وصلت الاستمارة إلى صورتها النهائية، وقد حظيت الفقرات بموافقة الخبراء بنسبة بلغت (80%) فأكثر، واعتمدت هذه النسبة معياراً لقبول وصلاحيّة أسئلة الاستبيان.

الثبات (Reliability):

تم التحقق من ثبات استبيان الذكاء اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الأداء المهني باستخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث بلغت قيمة معامل الثبات (0.982)، وهي قيمة مرتفعة تعكس درجة عالية من الاتساق الداخلي، وتؤكد تمتع الأداة بدرجة ثبات إحصائي معتمدة تخدم أهداف البحث.

تاسعاً: تعريف المفاهيم:

الاتجاهات: هي نمط من تنظيم العمليات النفسية لدى الفرد، تنعكس نتائجه في سلوكه العملي، بحيث تعبّر عن موقفه أو رؤيته تجاه موضوع معين، أيّ كان نوعه. ويظهر هذا الموقف في صورة تأييد أو رفض أو حياد، ويمكن قياسه بصورة كمية من خلال تحديد درجات تعكس مستوى القبول أو المعارضة أو الحياد⁽⁵⁾.

القائم بالاتصال: هو الفرد المسؤول عن إدارة العملية الاتصالية وتوجيهها، إذ يتوقف نجاح هذه العملية أو إخفاقها على ما يمتلكه من مهارات وقدرات وكفاءات في الأداء⁽⁶⁾.

الذكاء الاصطناعي: هو علم يهتم بدراسة السلوك الذكي لدى الكائنات غير الحية، ويتمثل في مجموعة من الخصائص والأنماط السلوكية التي تتمتع بها البرامج الحاسوبية، بما يمكنها من محاكاة القدرات العقلية البشرية وأساليب عملها. ومن أبرز هذه الخصائص القدرة على التعلم، والاستدلال، والاستجابة لمواقف لم يتم إدخالها مسبقاً في برمجة الآلة⁽⁷⁾.

الأداء المهني: هو الطريقة التي يؤدي بها الموظف مهامه ومسؤولياته المكلف بها من قبل المؤسسة أو الجهة التي يعمل لديها، والنتائج التي يحققها في سياق هذه المهام⁽⁸⁾.

المبحث الثاني: الإطار النظري:

أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي:

عبارة عن خوارزميات مبرمجة تقوم بتحليل البيانات الى نصوص حيث تنتج الاخبار بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي وبشكل تلقائي فضلا عن تفسيرها عبر الاتمه مجموعة متنوعة من تراكيب المقالات المبرمجة مسبقا والنقاط الرئيسية

(5) منال قذواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر، 2008، ص12.

(6) إسماعيل موسى محمد الزعنون، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2021، ص71.

(7) غيث مصطفى، توظيف الذكاء الاصطناعي في النظم الإعلامية، دراسة كيفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا، 2020، ص7.

(8) رضوان رباح، الأداء المهني الإعلامي في ظل البيئة الإعلامية الرقمية، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 5، 2022، ص533.



من المعلومات، ثم تقوم بصيغته الموضوع وادراج التفاصيل واطلق على تطبيقاته في مجال انتاج المحتوى الاخباري باسم صحافة الروبوت او الصحافة الخوارزمية او الصحافة الالية⁽⁹⁾.

وبذلك يسعى الذكاء الاصطناعي إلى تقليص الفجوة بين الإنسان والآلة، وإتاحة المجال للبرامج والتقنيات الحديثة للقيام بوظائف كانت مقتصرة سابقاً على البشر، فيما عرّفه بعض الباحثين الذكاء الاصطناعي على أنه قدرة آلة أو جهاز معين على تنفيذ أنشطة تتطلب مستوى من الذكاء، مثل الاستدلال المنطقي والتصحيح الذاتي. كما يُنظر إليه بوصفه علماً يهتم بتطوير الآلات وتصميم البرمجيات القادرة على أداء مهام وأنشطة يُعد إنجازها دليلاً على الذكاء عند قيام الإنسان بها⁽¹⁰⁾.

يشهد الذكاء الاصطناعي استخداماً واسعاً في العديد من المجالات، من أبرزها الروبوتات والصناعات التكنولوجية والرعاية الصحية، ولا سيما في مجالات التشخيص الطبي والجراحة. كما يمتد استخدامه إلى قطاعات النقل والجيش وألعاب الفيديو والإعلام، إضافة إلى مجالات الحكومة والإدارة العامة والتأمين والتدقيق والإعلانات، فضلاً عن حضوره في مجالي الفن والأدب وغيرها من المجالات. وإلى جانب ذلك، يجري توظيفه بشكل متزايد في المجال القانوني، خاصة في مجالات العدالة وصنع القرارات القضائية⁽¹¹⁾.

ثانياً: وظائف الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

يمكن تصنيف وظائف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي إلى خمس وظائف رئيسية، على النحو الآتي⁽¹²⁾:

1- اختيار الموضوعات وتخصيص تجربة المستخدم:

تتجسد هذه الوظيفة في عدة مؤشرات قابلة للقياس، مثل عدد الإعجابات، ومعدلات إعادة النشر، والوقت الذي يقضيه المستخدم في قراءة المحتوى أو التفاعل معه. وقد أسهم التطور التقني في زيادة حجم البيانات المتاحة لقياس استجابات الأفراد للمحتوى، خاصة مع ظهور تقنيات تتبع حركة العين التي تساعد على فهم الفروق الدقيقة في مستويات الاهتمام بالموضوعات. كما تُمكن الخوارزميات من تحديد اهتمامات المستخدمين من خلال الربط بين المتغيرات الديموغرافية والموضوعات التي تهم فئات اجتماعية واقتصادية محددة، وذلك وفقاً لسلوك المستخدم وتفضيلاته.

2- استخراج البيانات وتحسين عمليات البحث:

يُعد جمع البيانات ومعالجتها من أبرز تطبيقات الخوارزميات في الإعلام، إذ أصبح الوصول إلى كميات متزايدة من البيانات بمختلف أنواعها أكثر سهولة، إلى جانب تحسين كفاءة وسرعة البحث وتنظيم المعلومات بصرياً بما يسهم في تسهيل استخدامها.

3- إنتاج النصوص الإخبارية:

⁽⁹⁾ نهى مجدي السيد، تأثير المحتوى الاخباري في المنصات الرقمية في صناعة المحتوى التلفزيوني الاخباري ، المجلة العلمية لبحوث

الإذاعة والتلفزيون ، العدد 28 ، ابريل 2024 ، ص 348-380

⁽¹⁰⁾ طه أحمد حميد الزبيدي، الافتاء الافتراضي عبر تقنية الذكاء الاصطناعي ومشروعيته وضوابطه، (بغداد: دار الفجر، 2023م)، ص16-17.

⁽¹¹⁾ Robert Walters, Marko Novak, Cyber Security Artificial Intelligence Data Protection & the Law (Singapore: Springer, 2120), P12 .

⁽¹²⁾ بسنت محمد عطية، مدى تقبل الاعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، 2019م، ص162-163.



تُعد كتابة الأخبار من أكثر مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي شيوعاً في الإعلام، حيث تهدف الخوارزميات إلى تخفيف الأعباء الروتينية عن الإعلاميين، مثل المهام المتكررة المرتبطة بالإنتاج السريع وتحقيق العوائد الاقتصادية. ويتطلب ذلك من الإعلاميين تحديد مصادر البيانات بدقة لضمان عدم إدراج مصادر غير موثوقة أو غير ذات صلة أثناء جمع المعلومات وصياغتها إخبارياً. كما تتيح هذه التقنية إنتاج عدد كبير من القصص الإخبارية وبناء قوالب متعددة تعالج الحدث الواحد من زوايا مختلفة.

4- تحليل وفهم ردود الفعل البشرية:

تتمثل هذه الوظيفة في تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال تحليل التعليقات والمحادثات المرتبطة بالمحتوى المنشور عبر الإنترنت، حيث يُعد إشراك الجمهور في الأحداث أحد العناصر الأساسية في الإعلام المعاصر.

5- مكافحة الأخبار المضللة:

يسهم الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار بسرعة وموثوقية، وذلك من خلال تحليل أنماط الكلمات والمؤشرات اللغوية التي قد تدل على وجود محتوى إخباري مزيف.

رابعاً: التحديات التي تواجه تقنية الذكاء الاصطناعي :

تواجه تقنية الذكاء السلمي مجموعة من الصعوبات المتعلقة بحماية خصوصية بيانات المستخدمين وضمان عدم تسريب البيانات، فضلا عن الصعوبات الاقتصادية واللوجستية المرتبطة بتوظيف مثل هذه التقنيات، وكذلك أثير جدل أخلاقي مؤخراً يتعلق بمدى إمكانية التزام المبرمجين المسؤولين عن تغذية هذه التقنية بالذكاء بالمعايير المهنية، ومدى تأثير قدرة المبرمجين في تصميم خوارزميات نشر الأخبار، وتأثير ذلك يكون من خلال دقة القصص الصحفية التي يتم نشرها ألياً وبالمحصلة يتطلب الأمر إعادة إحياء التمسك بأخلاقيات المهنة. كذلك ضرورة تطوير هذه المعايير وتضمينها بما يتطابق مع هذه التقنية الذكية مثل مراعاة مبدأ الشفافية والكشف عن كيفية الوصول للمعلومات والاعتراف بالأخطاء وتصحيحها مع السماح للمستخدمين بالمشاركة في ذلك⁽¹³⁾.

إن دمج تقنية الذكاء الاصطناعي مع مرحلة صناعة الأخبار يفرض رؤية مختلفة لهذه التقنيات ، كما أنها تصبح مصدر المعلومات والمستقبل والبائع لها ، ولكن للتأكد من أن هذه التقنيات تعمل بشكل صحيح وتحت السيطرة ، من الضروري مواصلة عمل الصحفيين بجانب تقنية الذكاء الاصطناعي في غرفة الأخبار، ونحتاج أيضا إلى سد فجوة المعرفة والتواصل بين المبرمجين الذين يصممون خوارزميات برامج الذكاء والصحفيين الذين يستخدمون هذه الخوارزميات (Intelligence 2017 صفحة (21)⁽¹⁴⁾ ، يرى الباحث أن الذكاء الاصطناعي هو تقنية حاسوبية تهدف إلى تطوير أنظمة وآلات قادرة على أداء المهام البشرية بعد تزويدها بالبيانات اللازمة. وتعتمد الهيئات الصحفية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات والوسائل الإعلامية، حيث تساهم هذه التقنية في مجالات عدة، أبرزها: تحليل البيانات، تحسين أساليب البحث، اختيار الموضوعات التحريرية، التحرير والتصويب، تحسين جودة المحتوى، التنبؤ باتجاهات الجمهور، فهم ردود الفعل والتعليقات، ومكافحة الأخبار الزائفة.

خامساً: تحديات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة:

تتعدد التحديات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، ويمكن إجمالها في النقاط الآتية⁽¹⁵⁾:

(13) Catherine Young (2022), "Delivering News Via The Australian Broadcasting.p.18.

p.21...), Practice and Implications for Journalism (Report2017⁽¹⁴⁾Artificial Intelligence(

(15) غادة موسى إبراهيم صقر، تأثير البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الصحافة الإلكترونية في مصر، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 25، أكتوبر-ديسمبر، 2021، ص384-385.



1. توافر البيانات: يعتمد التعلم الآلي على إتاحة كميات كبيرة من البيانات الدقيقة، بما يمكّنه من اكتشاف الأنماط والتعلم منها وتحسين أدائه. وفي حال غياب البيانات الكافية أو ضعف جودتها، تصبح قدرات أنظمة الذكاء الاصطناعي محدودة وغير فعّالة.
2. التعامل مع البيانات غير المنظمة: يواجه الذكاء الاصطناعي صعوبات في تحليل وفهم البيانات غير المنظمة، مثل النصوص المفتوحة أو المحتوى غير المصنّف، وهو ما يؤثر في دقة النتائج المستخلصة.
3. ضعف الوعي الذاتي: تفتقر أنظمة الذكاء الاصطناعي إلى القدرة على تفسير مخرجاتها أو توضيح الآليات التي اعتمدت عليها في إنتاج النتائج، مما يقلل من مستوى الشفافية.
4. التحقق من صحة المعلومات: لا يمتلك الذكاء الاصطناعي القدرة على التمييز بين المدخلات الصحيحة والخاطئة، الأمر الذي يؤدي إلى إنتاج محتوى غير دقيق في حال الاعتماد على بيانات مغلوطة.
5. إعادة تعريف حقوق المؤلف والاستخدام العادل: تفرض تقنيات الذكاء الاصطناعي تحديات قانونية تتعلق بحقوق النشر، إذ غالبًا ما تُستخدم مواد محمية لإنتاج محتوى جديد أو مُحوّل دون الحصول على إذن مسبق أو تعويض مالي مناسب.
6. ضمان المساءلة: نظرًا لعدم إمكانية مساءلة أنظمة الذكاء الاصطناعي قانونيًا، تبرز الحاجة إلى ترسيخ مبدأ المساءلة البشرية في جميع مراحل إنتاج وتوزيع المحتوى الصحفي.
7. تعميق اختلال توازن القوة: تتجه المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى تطوير أنظمة ذكاء اصطناعي خاصة بها، في حين تعجز المؤسسات الأصغر عن ذلك بسبب ارتفاع التكاليف والحاجة إلى خبرات تقنية متقدمة، مما يضطرها إلى الاعتماد على تقنيات مملوكة للغير، ويسهم في تعميق الفجوة بينها وبين المؤسسات الكبرى.

المبحث الثالث/ نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: البيانات الأولية للمبحوثين:

1-الجنس:

يبين جدول (1) توزيع المبحوثين حسب الجنس.

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكور	72	61.02%
2	إناث	46	38.98
	المجموع	118	100%

تشير بيانات الجدول إلى أن فئة الذكور شكّلت النسبة الأعلى بين المشاركين في الاستبيان ضمن عينة البحث، إذ بلغ عددهم (72) بنسبة (61.02%)، بينما جاءت فئة الإناث في المرتبة الثانية بعدد (46) وبنسبة (38.98%). ويُعزى هذا التفاوت النسبي بين الجنسين إلى طبيعة العمل في المؤسسات الصحفية العراقية، حيث يغلب على بعض الأقسام والمهام الطابع الذكوري، خاصة في المجالات المرتبطة بالتقنيات الرقمية وتوظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، إلى جانب الفروقات المحتملة في فرص التدريب والمشاركة والاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة بين الذكور والإناث.

2-العمر:

جدول (2) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً لعمر المبحوثين.

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	من 18 - 29	16	13.56%	الرابعة



الثالثة	20.34%	24	من 30-39	2
الثانية	27.12%	32	من 40-49	3
الأولى	38.98%	46	من 50 سنة فأكثر	4
-	100%	118	المجموع	

تشير نتائج الجدول (2) إلى أن الفئة العمرية من (50 سنة فأكثر) شكلت النسبة الأعلى بين المشاركين، إذ بلغ عددهم (46) تكراراً بنسبة (38.98%)، تلتها فئة من (40-49) وسجلت (32) تكراراً وبنسبة (27.12%)، وجاءت فئة من (30-39) في المرتبة الثالثة بواقع (24) تكراراً وبنسبة (20.34%)، بينما كانت أقل الفئات تمثيلاً فئة من (18-29) بعدد (16) وبنسبة (13.56%).

يعكس هذا التوزيع أن القائمين بالاتصال الأكبر سناً يشكلون الحصة الأكبر من المشاركين في الدراسة، مما يشير إلى أن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية العراقية يظل مرتبطاً بدرجة كبيرة بالعاملين ذوي الخبرة الأكبر، وهو ما قد يؤثر على أساليب الأداء المهني وتبني الابتكار التقني بين مختلف الفئات العمرية.

3-التحصيل الدراسي:

جدول (3) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للتحصيل العلمي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي	ت
الثانية	15.25%	18	اعدادية	1
الثالثة	13.56%	16	دبلوم	2
الأولى	52.54%	62	بكالوريوس	3
الرابعة	11.86%	14	ماجستير	4
الخامسة	6.78%	8	دكتوراه	5
-	100%	118	المجموع	

تشير نتائج الجدول إلى أن غالبية المشاركين في الدراسة يحملون شهادة بكالوريوس، إذ بلغ عددهم (62) تكراراً بنسبة (52.54%)، تلتها فئة الحاصلين على الشهادة الإعدادية بواقع (18) تكراراً وبنسبة (15.25%)، ثم حملة الدبلوم وحصلت على (16) تكراراً وبنسبة (13.56%)، بينما جاءت فئة حملة الماجستير في المرتبة الرابعة وسجلت (14) تكراراً وبنسبة (11.86%)، وحلت فئة الدكتوراه في المرتبة الأخيرة وحققت (8) تكرارات وبنسبة (6.78%).

يعكس هذا التوزيع أن الفئة الغالبة من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية تمتلك مؤهلات جامعية أساسية (بكالوريوس)، مما يشير إلى أن تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي مرتبط بشكل أكبر بالكوادر الجامعية، وهو ما قد يؤثر إيجابياً على مستوى الأداء المهني من حيث القدرة على التعلم والتكيف مع التكنولوجيا الحديثة.

4-المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها:

جدول (4) يوضح توزيع مفردات العينة حسب المؤسسة الإعلامية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المؤسسة الإعلامية
الأولى	30.51%	36	الصحافة
الثالثة	17.80%	21	الإذاعة والتلفزيون
الرابعة	15.25%	18	وكالة أنباء
الثانية	22.03%	26	موقع الكتروني
الخامسة	11.02%	13	حساب لموقع تواصل اجتماعي
السادسة	3.39%	4	اخرى تذكر



-	%100	118	المجموع
---	------	-----	---------

تشير نتائج الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة يعملون في الصحافة المطبوعة بنسبة (30.51%)، تليها الفئة العاملة في المواقع الإلكترونية بنسبة (22.03%)، ثم العاملون في الإذاعة والتلفزيون بنسبة (17.80%). وجاءت وكالات الأنباء في المرتبة الرابعة بنسبة (15.25%)، وحلت الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الخامسة بنسبة (11.02%)، بينما سجلت فئة "أخرى تذكر" النسبة الأقل (3.39%).

يعكس هذا التوزيع أن أكبر تمثيل لعينة البحث كان من الصحافة المطبوعة والمواقع الإلكترونية، مما يشير إلى أن تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يتركز بشكل أكبر في هذه المؤسسات، وهو ما قد يؤثر على طرق الأداء المهني ومستوى الابتكار التقني داخل بيئات العمل الصحفي المختلفة.

5- عدد سنوات الخبرة:

جدول (5) يوضح عدد سنوات الخبرة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	عدد سنوات الخبرة
الأولى	%47.46	56	سنة واحدة - 3 سنوات
الثانية	%28.81	34	4 - 6 سنوات
الثالثة	%12.71	15	7 - 9 سنوات
الرابعة	%11.02	13	10 سنوات فأكثر
-	%100	118	المجموع

تشير نتائج الجدول إلى أن أكبر نسبة من المشاركين (47.46%) تمتلك خبرة تتراوح بين (سنة واحدة و3 سنوات) في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، تلتها فئة الخبرة من (4 إلى 6 سنوات) بنسبة (28.81%). بينما جاءت فئتا (7 - 9 سنوات) و(10 سنوات فأكثر) في المرتبتين الثالثة والرابعة بنسبة (12.71%) و(11.02%) على التوالي.

يعكس هذا التوزيع أن معظم القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العراقية يمتلكون خبرة محدودة نسبياً في توظيف الذكاء الاصطناعي، ما يشير إلى أن اعتماد هذه التقنيات حديث نسبياً في العمل الصحفي، وهو ما قد يؤثر على مستوى الأداء المهني ومدى الاستفادة الكاملة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي.

ثانياً: أسئلة الاستبيان:

6- ما درجة تعرضك للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي؟

جدول (6) يبين درجة تعرض المبحوثين للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي.

توى الدلالة	قيمة كا2		جدة الحرية	نسبة المئوية	تكرار	الاستجابات
	الجدولية	المحسوبة				
0.001	5.99	27.18	2	%35.59	42	دائماً
				%51.69	61	أحياناً
				%12.71	15	نادراً
				%100	118	المجموع

تبين من تحليل جدول (6) المتعلق بدرجة تعرض المبحوثين للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي أن فئة (أحياناً) جاءت في المرتبة الأولى من حيث درجة التعرض، إذ بلغ عددها (61) مبحوثاً من أصل (118)، وبنسبة مئوية قدرها (51.69%)، مما يشير إلى أن غالبية المبحوثين يتعرضون لهذا النوع من المحتوى بصورة غير منتظمة، وجاءت فئة (دائماً) في المرتبة الثانية بعدد بلغ (42) مبحوثاً وبنسبة مئوية مقدارها (35.59%)، وهو ما يعكس وجود شريحة لا بأس بها تتعرض بشكل مستمر للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي. في حين حلت فئة (نادراً) في المرتبة الثالثة.



في المرتبة الأخيرة بعدد (15) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (12.71%)، الأمر الذي يدل على محدودية التعرض لدى هذه الفئة مقارنة بالفئات الأخرى.

وبإجراء اختبار كاي تربيع (Chi-Square Tests) لقياس دلالة الفروق بين استجابات المبحوثين، تم حساب قيمة كاي المحسوبة وبلغت (27.18)، وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية البالغة (5.99) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات تعرض المبحوثين للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي. وقد جاءت هذه الفروق لصالح استجابة (أحياناً)، باعتبارها الفئة الأعلى نسبة.

وتشير هذه النتيجة في مجملها إلى أن تعرض المبحوثين للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي يتسم بالتفاوت، مع ميل واضح نحو التعرض المتوسط، وهو ما يعكس حضور هذا النوع من المحتوى في الحياة الإعلامية للمبحوثين دون أن يصل إلى مستوى التعرض الدائم لدى الأغلبية.

7-ما مدى أهمية الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي؟

جدول (7) يبين أهمية الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي.

توى الدلالة	قيمة كاي		جّة الحرية	نسبة المئوية	تكرار	الاستجابات
	الجدولية	المحسوبة				
0.05	5.99	39.98	2	57.63%	68	مهم جداً
				32.20%	38	مهم
				10.17%	12	غير مهم
				100%	118	المجموع

تبين من تحليل الجدول الخاص بأهمية الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي من وجهة نظر المبحوثين أن فئة (مهم جداً) جاءت في المرتبة الأولى، إذ بلغ عدد المبحوثين الذين اختاروا هذه الاستجابة (68) مبحثاً من أصل (118)، وبنسبة مئوية بلغت (57.63%)، مما يعكس إدراكاً عالياً لأهمية الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. وجاءت فئة (مهم) في المرتبة الثانية بعدد بلغ (38) مبحثاً وبنسبة مئوية مقدارها (32.20%)، وهو ما يشير إلى أن شريحة واسعة من المبحوثين ترى أن للذكاء الاصطناعي دوراً مهماً وإن لم يصل إلى أعلى درجات الأهمية. في حين جاءت فئة (غير مهم) في المرتبة الأخيرة بعدد (12) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (10.17%)، الأمر الذي يدل على محدودية الاتجاهات السلبية تجاه أهمية الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي.

وبإجراء اختبار كاي تربيع (Chi-Square Tests) للكشف عن دلالة الفروق بين استجابات المبحوثين، تم حساب قيمة كاي المحسوبة وبلغت (39.98)، وهي قيمة أكبر من القيمة الجدولية البالغة (5.99) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء المبحوثين حول أهمية الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي، وقد جاءت هذه الفروق لصالح استجابة (مهم جداً).

وتؤشر هذه النتيجة إلى أن غالبية المبحوثين يتفقون على الأهمية الكبيرة للذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وتحسين أدائه، مع وجود تفاوت محدود في درجة هذا الإدراك بين المبحوثين.

8-ما مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟

جدول (8) يبين مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الصعوبات
الأولى	26.57%	76	جمع البيانات وتحليلها
الثانية	22.38%	64	كتابة الأخبار والتقارير
الثالثة	18.18%	52	التدقيق اللغوي والتحرير



الرابعة	13.29%	38	التحقق من الأخبار ومكافحة الأخبار الزائفة
الخامسة	8.39%	24	تحليل تفاعل الجمهور
السادسة	5.59%	16	تصميم المحتوى المرئي
السابعة	4.20%	12	لم يُستخدم بعد
الثامنة	1.40%	4	أخرى تذكر
-	100%	*286	المجموع

يتضح من تحليل جدول (8) والخاص بمجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، في إطار دراسة اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاسه على الأداء المهني؛ أن استخدام هذه التقنيات يتركز بدرجات متفاوتة في عدد من المجالات المهنية، إذ جاءت فئة (جمع البيانات وتحليلها) في مقدمة مجالات التوظيف مسجلة أعلى نسبة مئوية بلغت (26.57%) وبتكرار بلغ (76) من مجموع (286) تكراراً، وهو ما يعكس اعتماد القائمين بالاتصال بشكل واضح على تقنيات الذكاء الاصطناعي في معالجة البيانات واستخلاص المعلومات بما يساهم في دعم القرار الصحفي وتحسين جودة المحتوى، تلتها فئة (كتابة الأخبار والتقارير) في المرتبة الثانية بتكرار بلغ (64) ونسبة مئوية قدرها (22.38%)، مما يشير إلى تنامي دور الذكاء الاصطناعي في دعم العملية التحريرية وتسريع إنتاج المواد الصحفية، وجاءت فئة (التدقيق اللغوي والتحرير) في المرتبة الثالثة بعد أن سجلت تكراراً بلغ (52) ونسبة مئوية مقدارها (18.18%)، وهو ما يدل على توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين الدقة اللغوية والحد من الأخطاء التحريرية، أما فئة (التحقق من الأخبار ومكافحة الأخبار الزائفة) فقد حلت بالمرتبة الرابعة بتكرار بلغ (38) ونسبة مئوية وصلت إلى (13.29%)، بما يعكس إدراك القائمين بالاتصال لأهمية الذكاء الاصطناعي في تعزيز المصداقية الصحفية ومواجهة التضليل الإعلامي، كما جاءت فئة (تحليل تفاعل الجمهور) في المرتبة الخامسة بتكرار قدره (24) ونسبة مئوية بلغت (8.39%)، مما يشير إلى استخدام محدود نسبياً لتقنيات الذكاء الاصطناعي في قياس التفاعل وفهم اهتمامات الجمهور، بينما جاءت فئة (تصميم المحتوى المرئي) بالمرتبة السادسة وسجلت تكراراً بلغ (16) ونسبة مئوية مقدارها (5.59%)، وهو ما يدل على أن توظيف الذكاء الاصطناعي في الجوانب الإبداعية ما يزال في نطاق ضيق، في حين جاءت فئة (لم يُستخدم بعد) بالمرتبة السابعة بتكرار بلغ (12) ونسبة مئوية قدرها (4.20%)، الأمر الذي يعكس وجود شريحة محدودة لم تدخل بعد في توظيف هذه التقنيات. أما فئة (أخرى تذكر) فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بتكرار بلغ (4) ونسبة مئوية مقدارها (1.40%)، ما يدل على محدودية الاستخدامات الأخرى غير الشائعة.

ومن خلال هذه المعطيات الإحصائية يمكن الاستنتاج أن مجالات (جمع البيانات وتحليلها، كتابة الأخبار والتقارير، التدقيق اللغوي والتحرير) تصدرت مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وهو ما يعكس اتجاهات إيجابية لدى القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب التي تساهم بشكل مباشر في رفع الكفاءة المهنية وتحسين الأداء الصحفي، مع بقاء الحاجة إلى توسيع استخدام هذه التقنيات في المجالات الإبداعية والتفاعلية مستقبلاً.

9- ما الصعوبات المترتبة على توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي؟

جدول (9) يبين الصعوبات المترتبة على توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الصعوبات
الأولى	44.07%	52	عدم فهم هذه التقنيات للقيم الإنسانية الاجتماعية
الثانية	23.73%	28	عدم وجود قدرة مؤهلة لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي
الثالثة	18.64%	22	ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات
الرابعة	13.56%	16	صعوبة تدريب العاملين في الميدان الصحفي على هذه التقنيات

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (286)، بينما حجم عينة البحث هي (118)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.



-	%100	118	المجموع
---	------	-----	---------

يتضح من تحليل جدول الصعوبات المترتبة على توظيف الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي في إطار دراسة اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة العراقية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاسه على الأداء المهني؛ أن هذه الصعوبات تتفاوت في حدتها وتأثيرها على الممارسة الصحفية، إذ جاءت فئة (عدم فهم هذه التقنيات للقيم الإنسانية الاجتماعية) في مقدمة الصعوبات التي تواجه القائمين بالاتصال، حيث سجلت تكراراً بلغ (52) من مجموع (118) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (44.07%)، وهو ما يعكس خوفاً واضحاً من تأثير الذكاء الاصطناعي على البعد الإنساني والأخلاقي للعمل الصحفي، تلتها فئة (عدم وجود قدرة مؤهلة لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي) في المرتبة الثانية بتكرار بلغ (28) ونسبة مئوية مقدارها (23.73%)، مما يشير إلى معاناة المؤسسات الصحفية من نقص الكفاءات المؤهلة القادرة على التعامل مع هذه التقنيات بكفاءة مهنية، وجاءت فئة (ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات) في المرتبة الثالثة بعد أن حققت تكراراً بلغ (22) ونسبة مئوية وصلت إلى (18.64%)، وهو ما يدل على محدودية المعرفة التقنية المتخصصة لدى القائمين بالاتصال، في حين حلت فئة (صعوبة تدريب العاملين في الميدان الصحفي على هذه التقنيات) في المرتبة الأخيرة بتكرار بلغ (16) ونسبة مئوية قدرها (13.56%)، الأمر الذي يعكس وجود معوقات تنظيمية وتدريبية تحول دون التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي.

ومن خلال هذه المعطيات الإحصائية يمكن الاستنتاج أن الصعوبات المترتبة بالبعد القيمي والإنساني، إلى جانب نقص التأهيل المهني والتقني، تشكل أبرز التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية، وهو ما يؤشر إلى أن نجاح دمج هذه التقنيات في العمل الصحفي يتطلب تعزيز الوعي الأخلاقي، وتطوير القدرات البشرية، وتكثيف برامج التدريب بما ينعكس إيجاباً على الأداء المهني.

10- اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف الذكاء الاصطناعي

جدول (10) يبين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. ن = (118).

المرتبة	الاتجاه	الوزن المنوي	الوسط المرجح	الاستجابات					العبارات	
				لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بشدة		
1	تق بشدة	88.4	4.42	2	5	12	22	77	ك	يواكب المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي التطورات التكنولوجية.
				1.70	4.24	10.17	18.64	65.25	%	
4	تق بشدة	78.8	3.94	7	9	19	32	51	ك	يتسم المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي بالمصادقية.
				5.93	7.63	16.10	27.12	43.22	%	
5	تق بشدة	76.6	3.83	8	10	21	34	45	ك	يعزز المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي الموضوعية والإنصاف.
				6.78	8.47	17.80	28.81	38.14	%	
6	اتفق	73.4	3.67	9	11	24	40	34	ك	يتسم المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي بالشمول.
				7.63	9.32	20.34	33.90	28.81	%	
3	تق بشدة	82.2	4.11	5	8	16	29	60	ك	يعرض المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي الموضوعات بدقة ووضوح.
				4.23	6.78	13.56	24.58	50.85	%	
2	تق بشدة	84.6	4.23	4	7	14	26	67	ك	يسهم الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وتحسين عرض الرسائل الإعلامية.
				3.39	5.93	11.86	22.03	56.78	%	
-	مرتفع	80.6	4.03	المجموع						



يتضح من تحليل جدول اتجاهات القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ أن هذه الاتجاهات جاءت في مجملها إيجابية وبدرجات متفاوتة تعكس مستوى عالياً من القبول والتأييد، فقد جاءت عبارة (بوابك المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي التطورات التكنولوجية) في المرتبة الأولى، إذ حققت أعلى وسط مرجح بلغ (4.42) وبوزن مؤوي قدره (88.4%)، وهو ما يشير إلى اتفاق قوي بين القائمين بالاتصال على أن توظيف الذكاء الاصطناعي يعكس مواكبة واضحة للتحويلات والتطورات التقنية الحديثة في البيئة الإعلامية، بما يعزز حداثة العمل الصحفي وقدرته على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية المتسارعة.

وجاءت عبارة (يسهم الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وتحسين عرض الرسائل الإعلامية) في المرتبة الثانية، حيث سجلت وسطاً مرجحاً بلغ (4.23) ووزناً مؤوياً قدره (84.6%)، مما يدل على إدراك المبحوثين للدور الإيجابي للذكاء الاصطناعي في الارتقاء بالأداء المهني وتحسين أساليب تقديم المحتوى الإعلامي بشكل أكثر فاعلية وجاذبية.

أما عبارة (يعرض المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي الموضوعات بدقة ووضوح) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بوسط مرجح بلغ (4.11) ووزن مؤوي قدره (82.2%)، وهو ما يعكس فناعة القائمين بالاتصال بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في تعزيز الدقة والوضوح في تناول القضايا والموضوعات الصحفية، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على جودة الرسالة الإعلامية.

في حين جاءت عبارة (يتسم المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي بالمصداقية) في المرتبة الرابعة، محققة وسطاً مرجحاً بلغ (3.94) ووزناً مؤوياً قدره (78.8%)، وهو ما يشير إلى اتجاه إيجابي مرتفع نسبياً، وإن كان أقل من العبارات السابقة، بما يعكس وجود ثقة عامة بالمحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي مع بقاء بعض التحفظات المتعلقة بالمصداقية.

وجاءت عبارة (يعزز المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي الموضوعية والإنصاف) في المرتبة الخامسة بوسط مرجح بلغ (3.83) ووزن مؤوي قدره (76.6%)، وهو ما يدل على اتفاق المبحوثين بدرجة جيدة على دور الذكاء الاصطناعي في دعم القيم المهنية، مع وجود تباين نسبي في مستوى هذا الاتفاق.

أما عبارة (يتسم المحتوى الصحفي المدعوم بالذكاء الاصطناعي بالشمول) فقد حلت في المرتبة السادسة والأخيرة، إذ سجلت وسطاً مرجحاً بلغ (3.67) ووزناً مؤوياً قدره (73.4%)، وهو ما يعكس اتجاه إيجابياً متوسطاً، ويشير إلى أن شمولية المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي ما تزال بحاجة إلى مزيد من التطوير من وجهة نظر القائمين بالاتصال.

وبالنظر إلى المتوسط العام للاتجاهات، يتبين أن الوسط المرجح الكلي بلغ (4.03) وبوزن مؤوي قدره (80.6%)، وهو ما يعكس مستوى مرتفعاً من الاتجاهات الإيجابية لدى القائمين بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. ويمكن الاستنتاج من ذلك أن القائمين بالاتصال ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره أداة فاعلة في تطوير الأداء المهني ومواكبة التطورات التكنولوجية وتحسين جودة المحتوى الصحفي، مع وجود حاجة إلى تعزيز جوانب الشمولية والموضوعية بما يضمن تحقيق أعلى مستويات المهنية في العمل الصحفي.

11- انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للقائمين بالاتصال.

جدول (11) يبين انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للقائمين بالاتصال. ن = (118).

المرتبـة	الاتجاه	الوزن المؤوي	الوسط المرجح	الاستجابات				العبارات		
				لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	أتفق		أتفق بشدة	
1	ق بشدة	92	4.60	-	2	8	30	78	ك	ساهم الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة أدائي المهني
				-	1.70	6.78	25.42	66.10	%	
3	ق بشدة	85.8	4.28	2	5	14	33	64	ك	يساعد الذكاء الاصطناعي في توفير الوقت والجهد
				1.69	4.24	11.86	27.97	54.24	%	



5	ق بشدة	78.8	3.94	4	11	19	38	46	ك	استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تحسين جودة المحتوى الصحفي
				3.40	9.32	16.10	32.20	38.98	%	
4	ق بشدة	81.6	4.08	3	9	17	36	53	ك	قلل الذكاء الاصطناعي من الأخطاء المهنية في العمل الصحفي
				2.53	7.63	14.41	30.51	44.92	%	
6	اتفق	75.2	3.76	6	13	20	43	36	ك	ساعد الذكاء الاصطناعي في تعزيز الدقة والموضوعية في العمل الصحفي
				5.08	11.02	16.95	36.44	30.51	%	
2	ق بشدة	88.8	4.44	1	3	11	31	72	ك	م توظيف الذكاء الاصطناعي في زيادة سرعة إنجاز المهام الصحفية
				0.85	2.54	9.32	26.27	61.02	%	
-	مرتفع	83.6	4.18	المجموع						

يتضح من تحليل جدول انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للقائمين بالاتصال، أن هذا التوظيف أسهم بشكل واضح في تعزيز الجوانب المهنية المختلفة، وبدرجات متفاوتة تعكس إدراكاً إيجابياً مرتفعاً لدى الباحثين، فقد جاءت عبارة (سأهم الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة أدائي المهني) في المرتبة الأولى، إذ حققت أعلى وسط مرجح بلغ (4.60) وبوزن مؤني قدره (92%)، وهو ما يشير إلى اتفاق شبه تام بين القائمين بالاتصال على الدور المحوري للذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءتهم المهنية ورفع مستوى أدائهم في العمل الصحفي.

وجاءت عبارة (أسهم توظيف الذكاء الاصطناعي في زيادة سرعة إنجاز المهام الصحفية) في المرتبة الثانية، حيث سجلت وسطاً مرجحاً بلغ (4.44) ووزناً مؤنياً قدره (88.8%)، مما يعكس قناعة الباحثين بأن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في تسريع وتيرة العمل الصحفي ومواكبة متطلبات السرعة التي تفرضها البيئة الإعلامية المعاصرة.

أما عبارة (يساعد الذكاء الاصطناعي في توفير الوقت والجهد) فقد حلت في المرتبة الثالثة بوسط مرجح بلغ (4.28) ووزن مؤني قدره (85.8%)، وهو ما يدل على إدراك واضح لأهمية الذكاء الاصطناعي في تقليل الأعباء المهنية وتسهيل إنجاز المهام اليومية.

في حين جاءت عبارة (قلل الذكاء الاصطناعي من الأخطاء المهنية في العمل الصحفي) في المرتبة الرابعة، محققة وسطاً مرجحاً بلغ (4.08) ووزناً مؤنياً قدره (81.6%)، وهو ما يشير إلى اتفاق الباحثين بدرجة مرتفعة على دور هذه التقنيات في الحد من الأخطاء المهنية وتحسين جودة الأداء الصحفي.

وجاءت عبارة (أدى استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تحسين جودة المحتوى الصحفي) في المرتبة الخامسة بوسط مرجح بلغ (3.94) ووزن مؤني قدره (78.8%)، وهو ما يعكس اتجاهًا إيجابياً واضحاً نحو تأثير الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بمستوى المحتوى، مع وجود بعض التباين في درجة هذا التأثير من وجهة نظر القائمين بالاتصال.

أما عبارة (ساعد الذكاء الاصطناعي في تعزيز الدقة والموضوعية في العمل الصحفي) فقد جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة، إذ سجلت وسطاً مرجحاً بلغ (3.76) ووزناً مؤنياً قدره (75.2%)، وهو ما يشير إلى اتجاه إيجابي متوسط نسبياً، ويعكس أن هذا البعد ما يزال بحاجة إلى مزيد من التطوير والدعم.

وبالنظر إلى المتوسط العام، يتبين أن الوسط المرجح الكلي بلغ (4.18) وبوزن مؤني قدره (83.6%)، وهو ما يدل على مستوى مرتفع من التأثير الإيجابي لتوظيف الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للقائمين بالاتصال، ويمكن الاستنتاج في ضوء هذه النتائج أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل فعال في تحسين الكفاءة المهنية وتسريع إنجاز العمل وتوفير الوقت والجهد وتقليل الأخطاء، الأمر الذي يعزز من جودة الأداء الصحفي، مع استمرار الحاجة إلى تعزيز دوره في دعم الدقة والموضوعية بصورة أكبر.

12-التحديات الأخلاقية المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية؟



جدول (12) يبين التحديات الأخلاقية المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية. ن = (118).

المرتبّة	الاتجاه	الوزن المنوي	الوسط المرجح	الاستجابات					العبارات	
				أفق بشدة	لا أتفق	محايد	أتفق	أفق بشدة		
	فق بشدة	90.6	4.53	-	2	12	25	79	ك	ن الأصالة وصعوبة التحقق من صحة المعلومات يضعف مصداقية المحتوى
				-	1.69	10.17	21.19	66.95	%	
	فق بشدة	88.2	4.41	1	3	15	27	72	ك	الاستخدام غير العادل للمواد محمية ينتهك الحقوق القانونية والأخلاقية
				0.85	2.54	12.71	22.88	61.02	%	
	فق بشدة	81	4.05	4	7	20	35	52	ك	عوبة إثبات التشهير أو الافتراء تجعل المسؤولية القانونية غير واضحة
				3.39	5.93	16.95	29.66	44.07	%	
	فق بشدة	84.6	4.23	2	5	18	32	61	ك	الخلط بين المحتوى الإعلامي الرصين والدعائي وفقدان الشفافية يهدد المصداقية
				1.70	4.24	15.25	27.12	51.69	%	
	فق بشدة	77.8	3.89	4	7	20	39	45	ك	إفق الخصوصية وجمع البيانات دون موافقة الأفراد يخل بمبدأ عدم الضرر
				3.39	5.93	16.95	33.05	38.14	%	
	اتفق	75.8	3.79	5	11	24	42	36	ك	ضعف الجودة والدقة في المحتوى ناتج عن بيانات ناقصة أو قابلة للتلاعب يقلل موثوقية الإعلام الرقمي
				4.24	9.32	20.34	35.59	30.51	%	
	مرتفع	83.3	4.165	المجموع						

يتضح من تحليل جدول التحديات الأخلاقية المهنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية، أن القائمين بالاتصال يدركون وجود مجموعة من الإشكالات الأخلاقية والمهنية المصاحبة لاستخدام هذه التقنيات، وقد جاءت بدرجات متفاوتة تعكس مستوى عالياً من القلق والوعي، فقد جاءت فئة (فقدان الأصالة وصعوبة التحقق من صحة المعلومات يضعف مصداقية المحتوى) في المرتبة الأولى، إذ سجلت أعلى وسط مرجح بلغ (4.53) ووزناً مئوياً قدره (90.6%)، وهو ما يشير إلى اتفاق قوي على أن الذكاء الاصطناعي يمثل تحدياً مباشراً لمصداقية العمل الصحفي نتيجة صعوبة التحقق من صحة المحتوى المنتج.

وجاءت فئة (الاستخدام غير العادل للمواد المحمية ينتهك الحقوق القانونية والأخلاقية) في المرتبة الثانية بوسط مرجح بلغ (4.41) ووزن مئوي قدره (88.2%)، مما يعكس إدراكاً واضحاً لخطورة الانتهاكات القانونية والأخلاقية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية عند توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

أما فئة (الخلط بين المحتوى الإعلامي الرصين والدعائي وفقدان الشفافية يهدد المصداقية) فقد حلت في المرتبة الثالثة، محققة وسطاً مرجحاً بلغ (4.23) ووزناً مئوياً قدره (84.6%)، وهو ما يدل على وجود تخوف مهني من تأثير غياب الشفافية الخوارزمية على عدالة المعلومات وثقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي.

في حين جاءت فئة (صعوبة إثبات التشهير أو الافتراء تجعل المسؤولية القانونية غير واضحة) في المرتبة الرابعة بوسط مرجح بلغ (4.05) ووزن مئوي قدره (81%)، مما يشير إلى اتفاق مرتفع نسبياً على أن الذكاء الاصطناعي يخلق إشكالات قانونية تتعلق بتحديد المسؤولية عن المحتوى المنشور.

وجاءت فئة (اختراق الخصوصية وجمع البيانات دون موافقة الأفراد يخل بمبدأ عدم الضرر) في المرتبة الخامسة، حيث سجلت وسطاً مرجحاً بلغ (3.89) ووزناً مئوياً قدره (77.8%)، وهو ما يعكس إدراكاً مهنيّاً لمخاطر المساس بالخصوصية الفردية وإن كان بدرجة أقل من التحديات السابقة.



أما فئة (ضعف الجودة والدقة في المحتوى الناتج عن بيانات ناقصة أو قابلة للتلاعب يقلل موثوقية الإعلام الرقمي) فقد جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة بوسط مرجح بلغ (3.79) ووزن مؤوي قدره (75.8%)، وهو ما يدل على اتجاه إيجابي متوسط يعكس قناعة بوجود هذا التحدي مع تفاوت في تقدير حدته بين الباحثين.

وبالنظر إلى المتوسط العام للتحديات، يتبين أن الوسط المرجح الكلي بلغ (4.165) وبوزن مؤوي قدره (83.3%)، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع من التحديات الأخلاقية المهنية المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية، ويمكن الاستنتاج أن أبرز هذه التحديات تتمثل في المساس بالمصداقية والأصالة والانتهاكات القانونية وغياب الشفافية، الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى أطر أخلاقية وتشريعية واضحة تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي بما يحافظ على القيم المهنية للعمل الصحفي.

الاستنتاجات:

- 1- إن تعرض الباحثين للمحتوى الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي يتفاوت بين الأفراد، مع غلبة نمط التعرض المتوسط، بما يعكس حضوراً ملحوظاً لهذا النوع من المحتوى في الممارسة الإعلامية اليومية دون أن يصل إلى مستوى الاعتماد الدائم لدى أغلب الباحثين.
- 2- وجود اتفاق واسع بين الباحثين على الأهمية الكبيرة للذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وتحسين أدائه، مع اختلاف محدود في مستويات هذا الإدراك بينهم.
- 3- إن توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية يتركز أساساً في مجالات جمع البيانات وكتابة الأخبار والتدقيق اللغوي، بما يعكس اتجاهات إيجابية نحو تعزيز الكفاءة المهنية، مع الحاجة إلى توسيع استخدام هذه التقنيات في المجالات الإبداعية والتفاعلية مستقبلاً.
- 4- إن البعد القيمي والإنساني ونقص التأهيل المهني والتقني يمثلان أبرز معوقات توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية، مما يستلزم تعزيز الوعي الأخلاقي وبناء القدرات البشرية وتكثيف التدريب لضمان توظيفه بما يدعم الأداء المهني.
- 5- إن القائمين بالاتصال يتبنون نظرة إيجابية تجاه الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة فاعلة في تطوير الأداء المهني وتحسين جودة المحتوى الصحفي، مع الحاجة إلى تعزيز الشمولية والموضوعية لضمان أعلى مستويات المهنية.
- 6- إن الذكاء الاصطناعي أسهم بفاعلية في رفع الكفاءة المهنية وتسريع إنجاز العمل وتقليل الأخطاء، بما يعزز جودة الأداء الصحفي، مع الحاجة إلى تعزيز دوره في دعم الدقة والموضوعية بشكل أكبر.
- 7- إن أبرز تحديات توظيف الذكاء الاصطناعي تتمثل في المساس بالمصداقية والأصالة والانتهاكات القانونية وغياب الشفافية، مما يستدعي وضع أطر أخلاقية وتشريعية واضحة تكفل الحفاظ على القيم المهنية للعمل الصحفي.

المصادر:

1. إسماعيل موسى محمد الزعنون، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2021.
2. بسنت محمد عطية، مدى تقبل الإعلاميين لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2019م.
3. رجا وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العلمية، دمشق: دار الفكر المعاصر، 2000م.
4. رضوان رباح، الأداء المهني الإعلامي في ظل البيئة الإعلامية الرقمية، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 5، 2022.
5. طه أحمد حميد الزيدي، الافتاء الافتراضي عبر تقنية الذكاء الاصطناعي ومشروعيته وضوابطه، بغداد: دار الفجر، 2023م.
6. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2017م.
7. غادة موسى إبراهيم صقر، تأثير البيئة الرقمية والذكاء الاصطناعي على الصحافة الإلكترونية في مصر، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 25، أكتوبر-ديسمبر، 2021.



8. غيث مصطفى، توظيف الذكاء الاصطناعي في النظم الإعلامية، دراسة كيفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، سوريا، 2020.
9. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 1992.
10. محمد المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، اليمن: دار الكتب، 2019.
11. منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة الجزائر، 2008.
12. نهى مجدي السيد، تأثير المحتوى الإخباري في المنصات الرقمية في صناعة المحتوى التلفزيوني الإخباري، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 28، أبريل 2024.
13. Artificial Intelligence(2017), Practice and Implications for Journalism (Report,p.21.
14. Catherine Young (2022), "Delivering News Via The Australian Broadcasting.p.18.
15. Robert Walters, Marko Novak, Cyber Security Artificial Intelligence Data Protection & the Law (Singapore: Springer, 2120), P12 .