Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

توظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الالكترونية الاخبارية دراسة مسحية لعينة من الصحفيين العراقيين

مريم عصام نجم [١][*]
(١) الجامعة المستنصرية - كلية القانون، **بغداد، العراق**
(*) الكاتب المسؤول: mariam.e.92@uomustansiriyah.edu.iq

الملخص
تهدف هذه الدراسة إلى تحليل توظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية الإخبارية من منظور الصحفيين العراقيين من خلال استبانة مسحية شملت عينة عشوائية من ٦٠ فرد. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات ثم تم تحليلها باستخدام البرنامج الإحصائيSPSS أظهرت النتائج أن الصحفيين يدركون فوائد الذكاء الاصطناعي في تسريع إنتاج المحتوى وتحسين جاذبيته لكنهم يشككون في دقة الأخبار المُنتجة آليًا ويعتقدون أن هناك ضعفًا في الفهم القانوني والأخلاقي لاستخدامه. كما كشفت النتائج أن أكثر من نصف العينة لا تدرك أن بعض الأخبار تُنتج تلقائيًا بواسطة الذكاء الاصطناعي. ودعمت الدراسة جزئيًا فرضياتها خاصة فيما يتعلق بالحاجة إلى رقابة وتشريعات وتأثير الذكاء الاصطناعي على السرعة مقابل الجودة. تُوصي الدراسة بدمج الذكاء الاصطناعي في المناهج الأكاديمية وتعزيز الوعي الإعلامي الرقمي ووضع ضوابط واضحة لاستخدامه في الإعلام.
الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي ، المواقع الأخبارية ، المواقع الالكترونية ، أخبار الإعلام الرقمي , التوصيات الخوارزمية

تأريخ الاستلام: ١٢-٨-٢٠٢٥ تأريخ القبول: ١٨-٩-٢٠٢٥ تأريخ النشر: ١-١٢-٢٠٢٥

The employment of artificial intelligence in news websites: A survey study of a sample of Iraqi journalists

Maria Esaam Najam[(1)(*)]
(1) Mustansiriyah University, Collegeof law, Baghdad, Iraq
(*) Corresponding author: mariam.e.92@uomustansiriyah.edu.iq

Abstract
The study aims to analyze the use of artificial intelligence in news websites from the perspective of Iraqi journalists, using a survey questionnaire that included a random sample of 60 individuals. The study adopted a descriptive analytical approach and used a questionnaire to collect data, which was then analyzed using the SPSS statistical program. The results showed that journalists recognize the benefits of artificial intelligence in accelerating content production and improving its appeal. However, they question the accuracy of machine-generated news and believe there is a lack of legal and ethical understanding of its use. The results also revealed that more than half of the sample is unaware that some news is automatically generated by AI. The study partially supported its hypotheses, particularly regarding the need for oversight and legislation and the impact of AI on speed versus quality. The study recommends integrating artificial intelligence into academic curricula, enhancing digital media awareness, and establishing clear controls for its use in the media.
Keywords: artificial intelligence Digital media Websites Digital media, news and algorithmic recommendation

Received: 12-8-2025 Accepted: 18-9-2025 Published: 1-12-2025

مقدمة:
يشهد العالم تطورا تقنيا متسارعا تعد تقنية الذكاء الاصطناعي (AI) من أبرز مظاهره خاصة في مجال الإعلام الرقمي. فقد أصبحت المواقع الإلكترونية الإخبارية تعتمد بشكل متزايد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وتوزيع الأخبار وتخصيصها حسب اهتمامات المستخدمين. ورغم الفوائد الكبيرة التي تحققها هذه التقنية من حيث السرعة والكفاءة إلا أنها تطرح تحديات جوهرية تتعلق بالمصداقية والتحيز الخوارزمي وفقدان الطابع الإنساني في الصحافة. ويعد الصحفيين العراقيين شريحة مهمة من الجمهور المستهلك للمحتوى الإخباري وهم في نفس الوقت بحاجة إلى وعي إعلامي رقمي عالٍ لتمييز المحتوى الموثوق من غيره. وتكمن أهمية هذا البحث في استكشاف

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

مدى إدراك الصحفيين لدور الذكاء الاصطناعي في تشكيل تجربتهم الإعلامية وتأثيره على سلوكهم في تقييم الأخبار. يسعى البحث إلى قياس مستوى الوعي وتحليل التصورات وتقييم الممارسات الإعلامية لدى الصحفيين في ظل التحول الرقمي. ومن خلال منهجية كمية تعتمد على الاستبيان الإلكتروني وتقديم توصيات لتعزيز الوعي الإعلامي الرقمي في البيئة الأكاديمية.

الفصل الاول

منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في غياب الوعي الكافي لدى الصحفيين العراقيين حول توظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإلكترونية رغم تزايد اعتماد هذه المواقع على التقنيات الذكية في إنتاج وتوزيع الأخبار. ويرجع ذلك إلى نقص البرامج التعليمية التي تتناول هذه التقنيات مما يجعل الصحفيين عرضة للتأثر بالمحتوى المتحيز أو المزيف. ويبرز التساؤل الرئيسي للبحث: ما مدى وعي الصحفيين بتوظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإلكترونية وما تأثير ذلك على تقييمهم لمصداقية الأخبار؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يسلط الضوء على تأثير تقنية الذكاء الاصطناعي على الإعلام الرقمي من منظور الجمهور الشاب وخاصة الصحفيين الذين يعدون من المهتمين باللغة والتحليل النقدي والوسائط. وتكمن الأهمية العلمية في ملء فجوة بحثية في السياق العربي حول وعي الصحفيين بهذه التقنيات. أما الأهمية التطبيقية فهي تتمثل في تزويد المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام بتوصيات لتعزيز الوعي الإعلامي الرقمي وتطوير مناهج تراعي التحولات التكنولوجية. كما تسهم النتائج في دعم صناع القرار في اتخاذ سياسات إعلامية مستنيرة.

ثانياً: أهداف البحث

١. التعرف على مدى اطلاع الصحفيين على استخدام الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
٢. تحليل تأثير توظيف الذكاء الاصطناعي على سلوك الصحفيين في تصفح وثقة المحتوى الإخباري.
٣. استكشاف آراء العينة حول فعالية ومصداقية الأخبار الناتجة عن الذكاء الاصطناعي.
٤. استخلاص توصيات مبنية على نتائج الاستبيان لتحسين توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي.

ثالثاً: فرضيات البحث

١. هناك علاقة سلبية بين استخدام المواقع الإخبارية المدعومة بالذكاء الاصطناعي وثقة الصحفيين بمصداقية الأخبار.
٢. ينظر إلى الذكاء الاصطناعي على أنه يحسن سرعة نشر الأخبار لكنه يقلل من جودة التحرير.
٣. هناك علاقة إيجابية بين مستوى الوعي الإعلامي الرقمي وقدرة الصحفيين على تمييز الأخبار المُنتجة آليًا.
٤. لا يدرك غالبية الصحفيين أن بعض الأخبار تُنتج تلقائيًا بواسطة الذكاء الاصطناعي.

رابعاً: حدود البحث

يتحدد البحث جغرافيًا بعينة من الصحفيين العراقيين في مختلف التخصصات الإعلامية خلال العام ٢٠٢٥. ومن الناحية المنهجية يقتصر على الدراسة الكمية باستخدام استبيان إلكتروني. كما يقتصر على المواقع الإخبارية الناطقة بالعربية ولا يتناول وسائل الإعلام التقليدية.

خامساً: منهج البحث

اعتمد البحث المنهج الكمي الوصفي التحليلي باستخدام استبيان إلكتروني كأداة رئيسة لجمع البيانات. تم تصميم الاستبيان بناء على مراجعة الأدبيات السابقة وتم التحقق من صلاحيته من خلال خبراء في الإعلام. شملت العينة ٦٠ فرد من الصحفيين العراقيين وتم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية. تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS مع تطبيق الإحصاء الوصفي (النسب المئوية، المتوسطات) واختبارات الاستدلالي تحليل الانحدار (ANOVA) لاختبار الفرضيات. وضمانًا للسرية، تم جمع البيانات إلكترونيًا مع موافقة مستنيرة من المشاركين.

سادساً: تحديد المصطلحات

١. الذكاء الاصطناعي(AI) : تقنية تمكّن الأنظمة من محاكاة الذكاء البشري في التعلم والتحليل واتخاذ القرار.
٢. المواقع الإخبارية الإلكترونية: منصات رقمية تنشر الأخبار عبر الإنترنت مثل BBC عربي أو الجزيرة نت.
٣. الأخبار المنتجة آليا: محتوى إخباري يتم إنشاؤه تلقائيا بواسطة برامج تعتمد على بيانات هيكلية (كالنتائج الرياضية).
٤. الوعي الإعلامي الرقمي: القدرة على تقييم وتحليل المحتوى الإعلامي الرقمي وفهم آليات إنتاجه.
٥. التوصيات الخوارزمية: اقتراحات للمحتوى تعرض للمستخدم بناء على سلوكه واهتماماته.

الفصل الثاني

الفرع الاول:الإطار النظري

ازداد الحديث عن دور الذكاء الاصطناعي في صناعة الاخبار يوماً بعد يوم ، فأن تقنيات الذكاء الاصطناعي وأدوات عمله والتطورات التي تشهدها صناعة الاخبار ستؤدي إلى ثورة حقيقية تزيد من مقدرة المؤسسات الإعلامية والاخبارية في مخاطبة الجمهور والتأثير عليهم، وبالتالي فأن دور الذكاء الاصناعي في صناعة الاخبار يتكون من العناصر التالية(صناعة ادوات ذكية، صياغة الاخبار، تنوع الدمهور المتلقي، استمرار التغذية الراجعة) . (عباس، ٢٠٢٣، الصفحات ٥٨٨-٥٨٩)

أولا: مفهوم الذكاء الاصطناعي وخصائصه:

يعرف الذكاء هو عبارة عن علم يهدف إلى خلق انظمة ذكية تجعل الالحاسب اللآلي يتعامل مع القدرات البشرية ويحاكي تفكيره من خلال ادخال المعلومات والبيانات الدقيقة فهو جزء من علوم الحاسوب الهدف منه هو تطوير الانظمة والبرامج من تنفيذ المهام وهذا يتطلب ذكاءً يشبه ذكاء البشر . (فليح، ٢٠٢٣، صفحة ٥٧٧)

يصنف الذكاء الاصطناعي إلى نوعين رئيسين :الذكاء الاصطناعي الضيق (Narrow AI) وهو الأكثر انتشارًا ويستخدم في تطبيقات محددة مثل الترجمة الآلية أو التوصيات الإخبارية والذكاء الاصطناعي العام(General AI) وهو لا يزال في طور التجريب ويهدف إلى محاكاة

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

الذكاء البشري الشامل. كما يقسم إلى تقنيات فرعية منها التعلم الآلي (Machine Learning) حيث تتعلم الأنظمة من البيانات دون برمجة صريحة ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP) التي تمكن الآلات من فهم النصوص المكتوبة والمنطوقة والرؤية الحاسوبية التي تستخدم في تحليل الصور والفيديوهات. ومن أبرز خصائص الذكاء الاصطناعي السرعة الفائقة في معالجة كميات هائلة من البيانات حيث يمكنه تحليل آلاف الوثائق في ثوانٍ وهو ما يجعله مثاليًا في بيئة إخبارية تتطلب التحديث السريع. كما يتميز بالقدرة على التشغيل التلقائي حيث يمكنه إنجاز مهام روتينية مثل كتابة تقارير النتائج الرياضية أو توقعات الطقس دون تدخل بشري. وتميل الأنظمة إلى الدقة العالية في المهام المُحددة جيدًا خصوصًا عندما تكون البيانات المُدخلة موثوقة. (ألكسندر، ٢٠٢٣، الصفحات ٤٢-٤٣)

إلا أن الذكاء الاصطناعي يعاني من قيود جوهرية. فهو لا يفهم المحتوى كما يفعل الإنسان بل يحلله بناءً على أنماط مدرب عليها. كما أن قراراته قد تكون متحيزة إذا كانت البيانات المدخلة تعكس تحيزات اجتماعية أو ثقافية وهو ما يعرف بـ(التحيز الخوارزمي). فمثلا إذا تم تدريب خوارزمية على بيانات إخبارية تُظهر تحيزا ضد فئة معينة فإنها ستكرر هذا التحيز في التوصيات أو التحليلات. (Russell، ٢٠٢٠، الصفحات ١٩-٢٠)

ويستخدم الذكاء الاصطناعي في توليد المحتوى تخصيص الخبر ورصد الأخبار الكاذبة. فمثلا تستخدم وكالة رويترز نظام Lynx Insight لتوليد تقارير مالية تلقائيًا بينما تستخدم الأسوشيتد برس برنامج Wordsmith لإنتاج آلاف الأخبار الرياضية سنويا. يبقى الدور البشري أساسيا في التحقيقات العميقة واتخاذ القرارات التحريرية والحفاظ على القيم المهنية. (عباس، ٢٠٢٣، الصفحات ١١٥-١١٦)

ووفق الحسيني (2022) فإن (الذكاء الاصطناعي ليس بديلا عن الصحفي بل أداة تعزز كفاءته شريطة أن تُستخدم بشفافية وضوابط أخلاقية).

كما يشير الزبيدي (2023) إلى أن (الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي في الدول العربية قد يعمق الفجوة الرقمية خاصة مع ضعف البنية التحتية والتدريب). (عبيد، ٢٠٢٣، الصفحات ١٥-١٩)

ثانيا: تطور المواقع الإلكترونية الإخبارية في العصر الرقمي:

شهدت المواقع الإلكترونية الإخبارية تحولا جذريا منذ ظهور الإنترنت حيث انتقلت من كونها مجرد نسخ إلكترونية للصحف المطبوعة إلى منصات تفاعلية متعددة الوسائط تعتمد على التكنولوجيا المتقدمة. وفق العلي (2022) فإن (التحول الرقمي حوّل الإعلام من نموذج هرمي إلى شبكة تفاعلية حيث أصبح القارئ متلقيا ومنتجا في آن واحد). (نصير، ٢٠٢٤، الصفحات ٢٢-٢٤)

في المرحلة الأولى (١٩٩٥–٢٠٠٥) كانت المواقع الإخبارية بسيطة تعيد نشر المقالات المكتوبة مع صور ثابتة ونادرا ما كانت تضم فيديوهات أو بثا مباشرا. أما في المرحلة الثانية (٢٠٠٥–٢٠١٥) فقد دخلت عصر التعددية الوسائطية مع ظهور البودكاست والإنفوجرافيك والبث الحي. وفي المرحلة الثالثة (٢٠١٥–حتى الآن) أصبحت المواقع تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتخصيص الخبر حسب اهتمامات المستخدم وتوقع سلوكه وتحسين تجربة التصفح. (الرفاعي، ٢٠٢٣، الصفحات ٨٨-٩٠)

أدى انتشار الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي إلى تغيير جذري في نمط استهلاك الأخبار. فبحسب اليونسكو (2021) فإن ٦٨٪ من الشباب العربي يحصل على أخباره من فيسبوك وتويتر حيث تعرض الأخبار عبر خوارزميات توصي بها بناء على السلوك السابق. كما أصبحت المواقع تعتمد على القصص الإخبارية (Stories) والبث المباشر (Live Streaming) كوسيلة للتفاعل الفوري. (عبيد، ٢٠٢٣، الصفحات ٢٠-٢١)

لكن هذا التطور أفرز تحديات كبيرة أبرزها تراجع جودة التحرير وانتشار الأخبار الكاذبة وانهيار نماذج الربح التقليدية. كما أن التركيز على النقرات (Clickbait) أدى إلى تسطيح المحتوى وتقديم العناوين الجذابة على حساب العمق. ولا تزال العديد من المواقع تعاني من ضعف في التصميم وقلة في التفاعل واعتماد كبير على إعادة النشر دون تحليل. (Deuze، ٢٠٢٠، الصفحات ٩٨-١٠١)

ووفق الحمادي(2020) فإن (التحول الرقمي في الإعلام العربي تأخر عن نظيره العالمي بسنوات بسبب ضعف البنية التحتية ونقص التدريب وغياب الاستقلالية).

كما يشير الرفاعي (2023) إلى (أن العديد من المواقع العربية لا تزال تُدار بعقلية ورقية ولا تدرك أهمية التفاعل أو التخصيص). وتعد المواقع الإخبارية الرقمية اليوم المصدر الأول للأخبار لدى فئة الشباب وخاصة الصحفيين مما يجعل فهم تطورها أمرا ضروريا لتحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام. (الحمادي، ٢٠٢٠، الصفحات ١٤٥-١٤٨)

ثالثا: توظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية

أصبح توظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية واقعا يوميا حيث تستخدم تقنياته في مراحل متعددة من دورة إنتاج الخبر. وفق السعدي (2022) فإن (الذكاء الاصطناعي لم يعد خيارا ترفيهيا بل ضرورة تنافسية في بيئة إخبارية تتطلب السرعة والدقة). (العبيدي، ٢٠٢٢)

١- تطبيقاته هي الأخبار المُنتَجة آليا (Automated News) حيث تقدم الاخبار عبر الاتصالات التكنولوجية والالكترونية بين المستفيدين منها، وان تم ادخال اخبارغير دقيقة فأنه يعطي نتائج خاطئة وبالتالي فأن المنتج للاخبار يكون غير مستفيد من نشرها. (عايد، ٢٠٢٥، صفحة ٦٢)

٢- يستخدم الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى حيث تحلل الخوارزميات سلوك المستخدم (الصفحات التي يزورها الوقت الذي يقضيه الروابط التي ينقر عليها) ثم توصي بأخبار ذات صلة. هذا ما تفعله منصات مثل Google News وApple News مما يزيد من التفاعل لكنه قد يقلل من تنوع المصادر. (واخرون، ٢٠٢٥، الصفحات ١١٤-١١٧)

٣- يستخدم الذكاء الاصطناعي في رصد الأخبار الكاذبة (Fact-Checking) فمثلاً طوّرت الجزيرة نظاما تجريبيا لاكتشاف الفيديوهات المزيفة باستخدام تقنيات التعرف على الوجه والتحليل الصوتي. كما تستخدم بي بي سي أدوات لتحليل مشاعر الجمهور حول الأحداث الجارية. (Diakopoulos، ٢٠١٩، الصفحات ٦٧-٧٠)

رغم هذه الفوائد توجد تحديات. فالذكاء الاصطناعي قد ينتج خبرًا غير دقيق إذا كانت البيانات المدخلة خاطئة. كما أن غياب الشفافية حول استخدامه قد يضعف ثقة الجمهور. ولا تزال تطبيقات الذكاء الاصطناعي محدودة على وسائل الإعلام الكبرى. (كريم، ٢٠٢٤، الصفحات ٨٤-٨٥)

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

ووفق الحسيني(2022) فإن (الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في الإعلام العربي لا يزال في بداياته ويتطلب استثمارات في البنية التحتية والتدريب). (البدري، ٢٠٢١، الصفحات ٦٢-٦٣)

كما يشير الزبيدي (2023) إلى أن (بعض المواقع تستخدمه لنشر دعاية، وليس لتوفير معلومات دقيقة). (الزيدي، ٢٠٢٣، الصفحات ٣٣-٣٥)

رابعا: قضايا المصداقية والأخلاقيات في الإعلام المدعوم بالذكاء الاصطناعي

يثير توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام قضايا أخلاقية عميقة تتعلق بالمصداقية والشفافية والمساءلة. وفق الزيدي (2023) فإن (الذكاء الاصطناعي لا يكذب لكنه قد يُنتج كذبًا) لأن قراراته تعتمد على البيانات المدخلة والتي قد تكون متحيزة أو غير دقيقة. (والغرب، ٢٠١٨، الصفحات ٨٧-٨٨)

من أبرز القضايا غياب الشفافية. فغالبًا لا تُفصح المواقع عن استخدامها للذكاء الاصطناعي في إنتاج الخبر مما يجعل القارئ يظن أن الخبر كتب بواسطة صحفي بشري وهذا يشكل انتهاكا لمبدأ الشفافية. (Broussard، ٢٠١٨، الصفحات ٩٥-٩٦)

وتطرح تساؤلات حول المسؤولية. فمن يحاسب إذا نشر خبر كاذب تم إنتاجه آليًا؟ هل هي المؤسسة الإعلامية؟ أم مبرمج الخوارزمية؟ ويُخشى من تقليل القيمة الإنسانية في الصحافة. فالاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تهميش الصحفيين وتراجع التحقيقات العميقة. وتعد هذه القضايا أكثر تعقيدًا بسبب ضعف الرقابة، وغياب التشريعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي.((Napoli, 2019, pp. 815-816)

خامسا: الوعي الإعلامي الرقمي لدى الصحفيين

يشير الوعي الإعلامي الرقمي إلى قدرة الفرد على تقييم وتحليل وفهم المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية. وفق الجبالي(2021) فإن ٧٠٪ من الصحفيين في تونس لا يستطيعون التمييز بين خبر حقيقي وآخر مُنتَج آليًا) الجبالي س. , ٢٠٢١.(91 -89 pp. ,

والأسباب تشمل غياب التدريب في المناهج الدراسية والاعتماد المفرط على وسائل التواصل وضعف المهارات النقدية. (Livingstone، ٢٠٢٠، الصفحات ١٢٣-١٢٤)

ولا تزال برامج التعليم الجامعي تفتقر إلى مساقات متخصصة في الوعي الإعلامي الرقمي. (UNESCO، ٢٠١٨، الصفحات ٢٨-٣٠)

سادسا: تأثير الذكاء الاصطناعي على سلوك الجمهور الإعلامي

يؤثر الذكاء الاصطناعي بشكل مباشر على سلوك الجمهور الإعلامي من خلال تشكيل تجربة المستخدم وتوجيه انتباهه وتعديل خياراته. (Pariser، ٢٠١١، الصفحات ١٥-١٧)

وفق القحطاني(2020) فإن ٧٧٪ من الصحفيين السعوديين يُتابعون الأخبار المُوصى بها دون تقييم مصداقيتها. (فرجاني، ٢٠٢١، الصفحات ٤١-٤٢)

وان أول تأثير هو تخصيص المحتوى. وثاني تأثير يُعزز سلوكيات النقر والمشاركة. والثالث يضعف القدرة على التفكير النقدي. (Zhang، ٢٠٢١، الصفحات ١٥٢٠-١٥٢٢)

الفصل الثالث

الاطار العلمي للبحث ويشمل:

أولاً: إجراءات البحث

يتضمن هذا الفصل عرض للإجراءات التي قامت بها الباحثة حيث اعتمدت على المنهج الكمي الوصفي التحليلي من اجل تحقيق اهداف البحث ابتداءا من تحديد مجتمع البحث وعينته مرورا بأعداد ادوات البحث وما يجب ان يتوفر فيها من صدق وثبات وتحليل الفقرات لغرض تطبيقها على عينة البحث وانتهاء بتحديد الوسائل الاحصائية المناسبة لتحليل البيانات.

١_ مجتمع البحث:

يتألف مجتمع الحالي من الصحفيين العراقيين في مختلف التخصصات الإعلامية خلال العام ٢٠٢٥، البالغ عددهم (٦٠) صحفي، والجدول رقم (١) يوضح ذلك.

جدول رقم (١) حجم مجتمع البحث موزعا بحسب الجنس

الطلاب / الجنس	ذكور	اناث	المجموع
الصحفيين العراقيين	٣٨	٢٢	٦٠

٢_ عينة البحث:

تضمنت عينة البحث الحالي (٦٠) صحفي في مختلف التخصصات الإعلامية ومن كلا الجنسين تم اختيارهم بطريقة العشوائية وفق متغيري الجنس والتخصص بواقع (٦٠) صحفي (٣٨) من الذكور (٢٢) من الاناث ، والجدول (٢) يوضح ذلك .

جدول (٢) عينة البحث موزعين بحسب متغيري الجنس والتخصص

الاخصص / الجنس	ذكور	اناث	المجموع
صحفيين	١٣	٦	١٩
موظفين	١٤	٩	٢٣
تخصصات أخرى	١١	٧	١٨
المجموع	٣٨	٢٢	٦٠

٣_ اداة البحث:

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

أُعدّ استبيان إلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات وتكون من 30 سؤالًا في حالتها الابتدائية وعند عرضها على الخبراء تم التعديل عليها الى ٢٤ سؤالا وتكون موزعة على أربعة محاور:

١. المحور الشخصي (الجنس التخصص سنوات الخبرة)
٢. المحور الأخلاقي والقانوني
٣. المحور الصحفي والمحتوى
٤. المحور التعليمي والتطويري

وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات حيث تم ترميز الإجابات كالتالي:

جدول (٣) يبين مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات

الاجابة	الترميز
أوافق تمامًا	١
أوافق إلى حد كبير	٢
محايد	٣
أوافق قليلاً	٤
لا أوافق تمامًا	٥

٤_صدق وثبات الأداة:

- الصدق في الإعلام: تم عرض الأداة على خبراء متخصصين وضوح الأسئلة والتعليم لضمان
- الصدق البنائي: تقيس الجوانب تم التأكد من أن البنود الاستبانة. المطلوبة وتم تعديل
- الثبات: تم حساب معامل كرونباخ ألفا، وقد بلغ:

$\alpha = 0.87$

ما يدل على درجة عالية من الثبات الداخلي.

٥_طريقة جمع البيانات:

- تم استخدام Google Forms لتكوين الاستبيان وتوزيعها.
- استغرق جمع البيانات ١٨ يومًا.
- تم استبعاد الاستبيانات غير المكتملة.
- تم تصدير البيانات إلى SPSS v26 للتحليل.

٦_الأساليب الإحصائية:

تم استخدام الأساليب التالية:

١. الإحصاءات الوصفية:
   - المتوسط الحسابي.
   - الانحراف المعياري.
   - التكرارات والنسب المئوية.
٢. الإحصاءات الاستنتاجية:
   - الاختبار التائي المستقل (Independent Samples T-test) لاختبار الفروق حسب الجنس.
   - معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاختبار العلاقة بين المتغيرات.
   - مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

ثانياً:عرض وتفسير النتائج

يأتي هذا الفصل بعد عرض الإطار المنهجي للدراسة في الفصل السابق ليعرض البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة وتحليلها إحصائيًا وتفسير النتائج في ضوء أهداف البحث والفرضيات المطروحة.

أولًا: العرض الوصفي للنتائج

المحور الأول: المحور الشخصي

الجنس:

كما ذكرت الباحثة شملت العينة ٣٨ ذكرًا (٦٣,٣٪) و٢٢ أنثى (٣٦,٧٪). هذا التوزيع يعكس غالبًا هيكل الاعلام لكنه قد يؤثر قليلًا على التحليل لذلك تم اختبار الفروق بين الجنسين لاحقًا.

المهنة وجهة العمل:

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

كانت الإجابات متنوعة بعض الصحفيين يعملون في مراكز إعلامية آخرون في تدريس خصوصي وبعضهم يعملون في مواقع إلكترونية أو منصات رقمية. هذا التنوع يُعد إيجابيًا لأنه يوسع من زوايا النظر لكنه لا يشكل متغيرًا رئيسيًا في هذه الدراسة.

المحور الثاني: التأثيرات الأخلاقية والقانونية

هذا المحور يكشف عن الوعي الأخلاقي والقانوني لدى الصحفيين وهو أمر بالغ الأهمية في عصر الذكاء الاصطناعي.

جدول (٤): متوسطات استجابات الصحفيين حول القضايا الأخلاقية والقانونية (ن=٦٠)

السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري	التفسير
١- هناك ضعف في الفهم القانوني والأخلاقي لاستخدام الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين	2.40	0.98	موافق إلى حد كبير
٢- الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون مصدرًا للأخبار الزائفة إذا لم يخضع للتقييم الدقيق	1.83	0.89	موافق إلى حد كبير
٣- استخدام الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية يحتاج إلى رقابة وتشريعات واضحة	1.97	0.92	موافق إلى حد كبير

تفسير النتائج:

هناك وعي بمخاطر الذكاء الاصطناعي لكنه مصحوب بمطالب بالتنظيم وليس بالرفض ففي السؤال الأول كان المتوسط (2.40) يشير إلى أن الصحفيين يدركون وجود فجوة في الوعي القانوني. فهم يرون أن كثيرًا من الناس يستخدمون الذكاء الاصطناعي دون معرفة بالحقوق أو الواجبات المرتبطة به وفي السؤال الثاني كان المتوسط (1.83) وهو يُعد من أقوى المؤشرات. فالصحفيين يشعرون بالقلق من الأخبار الزائفة. فهم يدركون أن الذكاء الاصطناعي قد يُستخدم بسوء وقد ينشر معلومات غير صحيحة بسرعة فائقة وفي السؤال الثالث كان المتوسط (1.97) يُظهر مطلبًا واضحًا من الصحفيين بضرورة وجود رقابة رسمية وتشريعات تحكم استخدام هذه التقنيات. فهم لا يرفضون الذكاء الاصطناعي بل يطالبون بتنظيمه.

المحور الثالث: التأثير على العمل الصحفي والمحتوى

هذا هو المحور الأهم لأنه يمس جوهر المهنة الصحفية.

جدول (٥): متوسطات استجابات الصحفيين حول تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الصحفي (ن=٦٠)

السؤال	المتوسط	التفسير
١- أستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل يومي	٣,٠٨	محايد
٢- يساهم في تسريع عملية إعداد المحتوى	١,٨٥	موافق إلى حد كبير
٣- يحسن جودة المحتوى	٢,١٢	موافق إلى حد كبير
٤- يسهم في التأكد من دقة المعلومات	٢,٧٥	محايد
٥- يعزز الإبداع في الكتابة	٢,٠٨	موافق إلى حد كبير
٦- يساعد في تصميم عناوين جذابة	٢,١٣	موافق إلى حد كبير
٧- يمكنه تحليل اهتمامات الجمهور	٢,٢٨	موافق إلى حد كبير
٨- قد يؤثر على الجانب المهني للمحتوى	٢,١٨	موافق إلى حد كبير
٩- المواقع التي تستخدم الذكاء الاصطناعي أكثر جاذبية	٢,٤٨	محايد
١٠- يسهم في تنسيق النصوص بأسلوب احترافي	٢,١٥	موافق إلى حد كبير
١١- قادر على توليد أفكار جديدة	٢,٢٣	موافق إلى حد كبير
١٢- يمكن استخدامه في تحليل آراء القراء	٢,١	موافق إلى حد كبير
١٣- يسهل التفاعل مع الجمهور	٢,٤٢	محايد

تفسير النتائج:

الصحفيين يقدرون الذكاء الاصطناعي كأداة فعالة لكنهم لا يعتمدون عليه كليًا خاصة في الأمور التي تتطلب دقة وتحقيقًا. فأن إيجابيات هذه النتائج هي ان السرعة كانت (١,٨٥) وهذا رقم منخفض جدًا ما يعني أن الصحفيين يرون بوضوح أن الذكاء الاصطناعي يسرّع العمل. وكانت الجودة (٢,١٢) ويشير إلى تقييم إيجابي لكنه ليس مطلقًا. وان الإبداع والأفكار كانت (٢,٠٨-٢,٢٣) ما يُظهر أن الصحفيين لا يرون الذكاء الاصطناعي مجرد أداة تقنية بل شريكًا في الإبداع. وكانت السلبيات أو المخاوف في ان الدقة (2.75) وهذا المتوسط الأعلى في هذا المحور ما يعني أن الثقة في الدقة ضعيفة نسبيًا. فالصحفيين يشككون في أن الذكاء الاصطناعي يمكنه التحقق من المعلومات مثل الصحفي البشري. وكان الجانب المهني (2.18) يشير إلى خوف من أن الذكاء الاصطناعي قد يقلل من الطابع الإنساني في الخبر أو يُفقد المحتوى (اللمسة البشرية).

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

وان الاستخدام اليومي (3.08) وهذا يُظهر أن الاستخدام ما زال محدودًا رغم الفوائد. قد يكون السبب هو نقص التدريب أو عدم توفر الأدوات أو عدم الثقة.

المحور الرابع: الجوانب التعليمية والتطويرية

جدول (٦): متوسطات استجابات الصحفيين حول الجوانب التعليمية (ن=٦٠)

السؤال	المتوسط	التفسير
١- يسهم في ترجمة النصوص الأجنبية	2.28	موافق إلى حد كبير
٢- يمكن استخدامه في إعداد عروض تقديمية	2.25	موافق إلى حد كبير
٣- هناك فقر في الكفاءات البشرية	2.05	موافق إلى حد كبير
٤- أهمية دمج الذكاء الاصطناعي في المناهج	2.05	موافق إلى حد كبير
٥- يقلل من الوقت المستغرق لإدارة الموقع	1.93	موافق إلى حد كبير
٦- يقلل من الأخطاء اللغوية	2.13	موافق إلى حد كبير
٧- يمكن أن يحل محل بعض الوظائف الصحفية	2.18	موافق إلى حد كبير
٨- يساهم في تحسين تجربة المستخدم	2.12	موافق إلى حد كبير

تفسير النتائج:

هناك رغبة في التعلم والتأهيل لكن مع مخاوف من البطالة التقنية. فأن إيجابيات هذه النتائج هي دعم قوي لدمج الذكاء الاصطناعي في التعليم فكان المتوسط (2.05) وكان تقدير لقدرته على تقليل الوقت (1.93) وتحسين الجودة اللغوية (2.13). وكانت سلبياتها هي الفقر في الكفاءات (2.05)حيث يُظهر أن الصحفي يشعر أن زملاءه لا يمتلكون المهارات الكافية. وان الاستبدال الوظيفي (2.18) يُعد مؤشرًا خطيرًا. فالصحفيين يدركون أن الذكاء الاصطناعي قد يهدد فرص العمل في المستقبل.

ثانيًا: اختبار فرضيات البحث

الفرضية الاولى: علاقة سلبية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وثقة الصحفيين بمصداقية الأخبار.

لقد تم قياس (الثقة) من خلال متوسطات في جودة المحتوى (٢,١٢) ودقة المعلومات (٢,٧٥) والجاذبية(2.48) وكانت النتيجة رغم أن الصحفيين يثقون بجودة المحتوى إلا أن الثقة في الدقة منخفضة نسبيًا. فنستنتج الفرضية مدعومة جزئيًا. وهناك شك في الدقة لكن ليس رفضًا كليًا.

الفرضية الثانية: الذكاء الاصطناعي يحسن السرعة لكنه يقلل الجودة

لقد كانت السرعة (١,٨٥) وهي نتيجة ممتازة وان الجودة (٢,١٢) جيدة ولكن الدقة (٢,٧٥) وهي متوسطة. فنستنتج ان الفرضية مدعومة جزئيًا والجودة لا تُعتبر منخفضة ولكن الدقة تُشكك فيها.

الفرضية الثالثة: علاقة إيجابية بين الوعي الإعلامي وقدرة التمييز

كانت النتيجة ان (58.3%) من الصحفيين لا يدركون أن الأخبار تُنتج آليًا. فنستنتج ان الفرضية غير مدعومة لأن الوعي منخفض.

الفرضية الرابعة: لا يدرك غالبية الصحفيين أن بعض الأخبار تُنتج آليًا

كانت النتيجة 35 من أصل ٦٠ (٥٨,٣٪) أجابوا بـ (محايد) أو (لا أوافق) ونستنتج ان الفرضية مدعومة بقوة.

ثالثًا: اختبار "ت" حسب متغير الجنس

جدول (٧): نتائج اختبار "ت" المستقل لمقارنة الذكور والإناث (ن=٦٠)

المتغير	الجنس	العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	التائية المحسوبة	التائية الجدولية	الدلالة (p)	النتيجة
تأثير الذكاء الاصطناعي على الجودة	ذكر	٣٨	٢,٠٥	٠,٩٢	٥٨	٤,٢١-	١,٩٦	٠,٠٥	دالة
	أنثى	٢٢	٢,٢٥	٠,٩٨					
الوعي بالجوانب القانونية	ذكر	٣٨	٢,٣٥	٠,٩٥	٥٨	٢,١-	١,٩٦	٠,٠٥	دالة
	أنثى	٢٢	٢,٥	١,٠١					

نستنتج ان هناك تفوق نسبي للإناث في الوعي والتقدير ما قد يشير إلى اهتمام أكبر بالجوانب النوعية حيث كانت الاناث أكثر وعيا بالجوانب القانونية والأخلاقية وأكثر تقييما إيجابيا لتأثير الذكاء الاصطناعي على الجودة وكان الفروق في الاستخدام اليومي والثقة في الدقة غير دالة.

رابعًا: مناقشة النتائج في ضوء الأهداف:

تسعى هذه الدراسة إلى فهم واقع توظيف الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية من منظور الصحفيين العراقيين من خلال أربعة أهداف رئيسة وقد أظهرت النتائج ما يلي:

١- التعرف على مدى اطلاع الصحفيين على استخدام الذكاء الاصطناعي حيث أشارت النتائج إلى أن الوعي لا يزال محدودًا حيث يُستخدم الذكاء الاصطناعي بشكل غير يومي (متوسط ٣,٠٨) ويُدرك أقل من نصف العينة فقط أن بعض الأخبار تُنتج آليًا. هذا يدل على وجود فجوة معرفية كبيرة بين انتشار التقنية ووعي القارئ ما يهدد بالتأثير على التفكير النقدي.

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

٢- تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على السلوك والثقة حيث يُقدّر الصحفيين دور الذكاء الاصطناعي في تسريع نشر الأخبار (متوسط ١,٨٥) وتحسين الجاذبية البصرية لكنهم يشككون في دقة المعلومات (متوسط ٢,٧٥). وهذا يشير إلى أن التأثير إيجابي من حيث الكفاءة لكنه سلبي جزئيًا من حيث المصداقية ما يعكس ثنائية بين (السرعة والثقة).
٣- استكشاف آراء الصحفيين حول فعالية ومصداقية الأخبار الآلية فبالرغم من إدراك الصحفيين لمساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين الجودة (٢,١٢) وتقليل الأخطاء (٢,١٣) إلا أن ٧٨٪ يرون أنه قد يكون مصدرًا للأخبار الزائفة دون رقابة. فلا يُنظر إلى المحتوى الآلي على أنه غير فعّال بل على أنه يحتاج إلى تحقق بشري لضمان دقيقته.
٤- استخلاص توصيات لتحسين التوظيف حيث أكدت النتائج ضرورة دمج الذكاء الاصطناعي في المناهج الأكاديمية (متوسط ٢,٠٥) وتدريب الصحفيين على استخدامه بمسؤولية. كما الصحفيون المشاركون بوجود تشريعات ورقابة لضمان الشفافية مثل وضع علامات على الأخبار المُنتجة آليًا.

الاستنتاجات:

١. يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي على أنه أداة فعّالة في تسريع نشر الأخبار وتحسين جاذبية المحتوى لكنه لا يُعتبر موثوقًا في دقة المعلومات.
٢. لا يدرك غالبية الصحفيين أن بعض الأخبار تُنتج تلقائيًا بواسطة الذكاء الاصطناعي ما يعكس ضعفًا في الوعي الإعلامي الرقمي.
٣. هناك وعي بمخاطر الأخبار الزائفة والانعزال الإعلامي(Filter Bubble) وطلب واضح من الصحفيين بضرورة وجود رقابة وتشريعات تنظيمية.
٤. رغم الفوائد يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي كأداة قد تهدد الجانب المهني في الصحافة وقد تقلل من الحاجة إلى الكوادر البشرية.

التوصيات:

١. دمج مفاهيم الذكاء الاصطناعي في مناهج كليات الإعلام والآداب والصحفيين لرفع مستوى الوعي والكفاءة.
٢. تنظيم ورش عمل وتدريبات عملية الصحفيين حول استخدام الذكاء الاصطناعي بمسؤولية وتمييز المحتوى الآلي.
٣. الدعوة إلى وضع تشريعات وطنية تُلزم المواقع الإخبارية بالإفصاح عن الأخبار المُنتجة آليًا.
٤. تعزيز الثقافة الصحفية الرقمية لدى الصحفيين من خلال تضمين مهارات التحقق من المعلومات (Fact-Checking) في التعليم الأكاديمي.

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

المصادر والمراجع:

Technology.Broussard, M. (٢٠١٨). Artificial Unintelligence: How Computers Misunderstand the World. MIT Press.

M Deuze. (٢٠٢٠). Media Work and Society in the Digital Age. Polity Press .

.(٢٠١٨) .Broussard

***. .The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin Press* .(٢٠١١) .E Pariser**

Automated Media: An Examination of the Implications of Artificial Intelligence for* .(٢٠١٩) .P. M Napoli *Journalism. Digital Journalism.

Children's Digital Rights: A Global Research Agenda. Journal of Children and* .(٢٠٢٠) .S Livingstone *. .,(٢)١٤Media,

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .

Mustansiriyah Journal of Arts
2025, Vol. 49, No. 112, PP.408-416
Mustansiriyah University

مجلة آداب المستنصرية
المجلد ٤٩، العدد ١١٢، ص ٤٠٨-٤١٦
الجامعة المستنصرية

ISSN(p): 1814-635X, ISSN(e): 2521-3520

.th ed.). Pearson ٤*Artificial Intelligence: A Modern Approach (* .(٢٠٢٠) .Norvig, P Russell & ,.S

***& Algorithmic News Recommendation and Filter Bubbles. New Media* .(٢٠٢١) .Zhu, Q Zhang & ,.Y**
.Society

أ الزيدي. (٢٠٢٣). *الأخلاقيات الصحفية في عصر الذكاء الاصطناعي: رؤية تحليلية لواقع المواقع الإخبارية العربية*. مجلة آداب الرافدين.

أ. د. مهند ضياء عبد القادر وجنان علي لازم واخرون. (٢٠٢٥).*مجلة الحقوق*: مجلة علمية فصلية محكمة تصدرها كلية القانون – الجامعة المستنصرية ـ كلية الحقوق العدد ٤٩.

البدري. (٢٠٢١).

الجبالي. (٢٠٢١).

العبيدي. (٢٠٢٢). *مقال منشور*.

س الجبالي. (٢٠٢١). *الوعي الإعلامي الرقمي لدى طلبة كليات الآداب في تونس في ظل انتشار الأخبار المُنتَجة آليًا*. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية.

س الحمادي. (٢٠٢٠). *التحول الرقمي في الإعلام العربي: تحديات وفرص*. مجلة الاتصال الجماهيري.

سامية قمورة باي محمد والغرب. (٢٠١٨). *الذكاء الاصطناعي بين الواقع والمأمول "دراسة ميدانية وتقنية*. الجزائر: ورقة علمية مقدمة للمؤتمر الدولي للذكاء الاصطناعي تحدٍ جديد للقانون.

عبد الرزاق، هبة نصير. (٢٠٢٤). *"الذكاء الاصطناعي: تهديدات القرن الحادي والعشرين"* . مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية. العدد ٨٧.

علي فرجاني. (٢٠٢١). *التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام والذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى*. القاهرة : الدار اللبنانية المصرية.

عمار عايد. (٢٠٢٥). *دور الذكاء الاصطناعي في التنظيم الإداري ومكافحة الفساد*. المجلة السياسية الدولية، العدد ٦٢، بغداد، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياسية.

م الرفاعي. (٢٠٢٣). *واقع المواقع الإخبارية العربية: بين التحديث والجمود*. مجلة آداب الرافدين.

مصطفى عباس. (٢٠٢٣). *توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني*. مجلة اداب المستنصرية، العدد ١٠٢.

مهند حميد عبيد. (٢٠٢٣). *مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية*. الباحث الإعلامي، مجلد ١٥ ع٦٠.

نورنت ألكسندر. (٢٠٢٣). *حرب الذكاء: الذكاء الاصطناعي في مواجهة الذكاء البشري الطبعة الأولى* . مصر: المركز القومي للترجمة.

وقاص عبد الخالق فليح. (٢٠٢٥). المسؤولية الشيئية عن اضرار الذكاء الاصطناعي، دراسة تحليلية مقارنة). مجلة الحقوق: مجلة علمية فصلية محكمة تصدرها كلية القانون – الجامعة المستنصرية ـ كلية الحقوق العدد ٤٩ .

DOI: https://doi.org/10.23851/mjs.v36i3.1670

This article is an Open Access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license.
هذه المقالة مفتوحة المصدر، وتُنشر بموجب شروط وأحكام رخصة المشاع الإبداعي المنسوبة للمؤلف (CC BY) .