

Representation of Artificial Intelligence in Iraqi Media**Discourse: AContent Analysis study**

تمثلات الذكاء الاصطناعي في الخطاب الاعلامي العراقي: دراسة تحليلية

م.د غدير عادل حمدي

PhD. Ghadeer Adil Hemdi

قسم العلاقات العامة /كلية الاعلام /جامعة الفراهيدي /بغداد - العراق

Department of Public Relations, College of Media, Al-Farahidi
University, Baghdad, Iraq**المخلص:**

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن كيفية تناول الإعلام العراقي لموضوع الذكاء الاصطناعي، وطبيعة الخطاب الإعلامي المستخدم في تغطيته، وأبرز الجوانب التي يركز عليها. واعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون لتحليل مجموعة من الأخبار المنشورة في موقعي وكالة الأنباء العراقية وقناة السومرية نيوز، بوصفهما من أبرز الوسائل الإعلامية العراقية. بهدف تكوين صورة واضحة عن تمثلات الذكاء الاصطناعي في الخطاب الإعلامي المحلي.

اعتمد البحث عينة قصدية منتظمة وفق أسلوب الأسبوع الصناعي، خلال فترة زمنية محددة، وتم إعداد استمارة تحليل خاصة لتصنيف الأخبار وفق عدد من المتغيرات، شملت نوع الخبر، مضمونه، واتجاهه. وأظهرت نتائج التحليل أن غالبية المواد الإخبارية جاءت بصيغة إخبارية تقريرية، مع تركيز واضح على الجوانب الإيجابية للذكاء الاصطناعي، ولا سيما ما يتعلق بالتطوير والتحديث وتحسين الأداء الإعلامي، مقابل ضعف ملحوظ في تناول الجوانب السلبية والتحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة باستخدام هذه التقنيات.

كما كشفت النتائج عن وجود تباين بين الوسيلتين محل الدراسة، إذ تميل وكالة الأنباء العراقية إلى خطاب رسمي مؤسسي يتسم بالحياد والمباشرة، في حين تعتمد قناة السومرية أسلوبًا أكثر بساطة وقرئًا من الجمهور. ويخلص البحث إلى أن الإعلام العراقي لا يزال في مرحلة التعريف والتجريب في تعامله مع الذكاء الاصطناعي، مما يستدعي الحاجة إلى تعزيز التدريب المهني، ووضع سياسات واضحة، وأطر قانونية وأخلاقية منظمة، بما يضمن توظيف هذه التقنيات بشكل مهني ومسؤول.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الإعلام العراقي، تحليل المضمون، الخطاب الإعلامي، الصحافة الرقمية.

Abstract:

This study aims to explore how Iraqi media address the topic of artificial intelligence, the nature of the media discourse used in its coverage, and the aspects most frequently emphasized. The research employs content analysis as its main methodological approach, examining a sample of news items published on the websites of the Iraqi News Agency and Alsumaria News Channel, as two of the most prominent media outlets in Iraq, in order to identify how artificial intelligence is represented in Iraqi media discourse.

The study is based on a purposive systematic sample using the constructed week method within a specific time frame. A content analysis form was designed to classify news items according to their type, content, and direction. The findings reveal that most news coverage adopts a straight news and report-oriented format, with a strong emphasis on the positive aspects of artificial intelligence, such as development, modernization, and improving media performance, while giving limited attention to negative aspects and ethical or professional challenges associated with the use of these technologies.

The results also indicate notable differences between the two media outlets. The Iraqi News Agency tends to employ an official and institutional discourse characterized by neutrality and directness, whereas Alsumaria News presents the topic in a simpler and more audience-oriented manner. Overall, the study concludes that Iraqi media are still at an early stage of introduction and experimentation with artificial intelligence, highlighting the need for enhanced professional training, clearer policies, and well-defined legal and ethical frameworks to ensure responsible and professional use of these technologies.

Keywords: Artificial Intelligence, Iraqi Media, Content Analysis, Media Discourse, Digital Journalism.

المقدمة:

مرّ الاعلام العراقي وعلى مدى السنوات القليلة الماضية بالكثير من التغييرات، لا سيما مع التطور الحاصل في تقنيات الاعلام الرقمي وانتشار المنصات الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وبالرغم من ان هذه التطورات ساهمت في سرعة انتشار الخبر والمحتوى الاعلامي الا انها اثرت في ذات الوقت على جودته وحدثت تأثيرات اخرى تتعلق بالدقة والمصداقية والاحترافية.

وفي خضم هذه الفوضى برز الذكاء الاصطناعي كأداة حديثة دخلت للمؤسسات الاعلامية في العالم ساهمت في تعزيز وتحسين جودة المحتوى الاعلامي الرقمي، وتنظيمه، بل تعدى ذلك ليصل لكشف الاخبار الكاذبة والمضللة. وفي ضوء اهمية هذه الاداة يبرز لنا تساؤل مهم وهو: هل الاعلام العراقي مستفيد من هذه التقنيات؟ ام لا تزال المحاولات محصورة بالاستخدامات البسيطة والبدائية، خاصة وان للإعلام العراقي خصوصية عن غيره لما يتأثر به من اوضاع سياسية وامنية واجتماعية، فضلاً عن قلة الامكانيات وضعف البنى التكنولوجية في بعض المؤسسات ما يجعل موضوع الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الاعلامي العراقي موضوع مهم ويستحق الدراسة.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث بوجود ضعف واضح في جودة الاعلام العراقي من حيث الاحترافية ومدى ملائمته لطبيعة المتلقي في الاعلام الرقمي، فضلاً عن محدودية استخدام المؤسسات الاعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي لأسباب تتعلق بضعف الامكانيات التقنية والتدريبية. وتأسيساً لما تقدم يحاول البحث الاجابة عن التساؤل الرئيسي الاتي: الى اي مدى يسهم الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الاعلامي في العراق؟ وينبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية كما يأتي:

1. ما مستوى اعتماد المؤسسات الاعلامية العراقية على تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
2. ما ابرز التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في الاعلام العراقي؟

اهمية البحث:

1. تسليط الضوء على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الاعلامي.
2. الكشف عن مستوى اعتماد الصحفيين العراقيين على هذه التقنيات.
3. فهم كيفية انعكاس هذا الاعتماد على جودة المحتوى الاعلامي.
4. اثراء الدراسات الاعلامية المرتبطة بالتحول الرقمي.

اهداف البحث:

1. التعرف على مستوى اعتماد الصحفيين على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
2. الكشف عن دور هذه التقنيات في تحسين جودة المحتوى الاعلامي.
3. تحديد طبيعة تمثلات الذكاء الاصطناعي في الخطاب الاعلامي العراقي.
4. ربط مستوى الاعتماد بطبيعة هذه التمثلات.

حدود البحث

1. الحدود المكانية: المؤسسات الاعلامية العراقية الممتثلة في هذا البحث بكل من (شبكة الاعلام العراقي والسومرية).
2. الحدود الزمانية: من 2025/10/1 الى 2025/12/31.
3. الحدود الموضوعية: تقنيات الذكاء الاصطناعي ودورها في تحسين جودة المحتوى الاعلامي.

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تتميز بإمكانياتها في وصف وتحليل الظواهر الاعلامية، والكشف عن انماط انتاج المحتوى الاخباري في البيئة الاعلامية الرقمي في العراق، واستند هذا البحث على منهج المسح التحليلي كما تم الاعتماد على اسلوب تحليل المضمون في تحليل النصوص الاخبارية من اجل رصد مؤشرات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عند انتاج المحتوى الاعلامي في عينة البحث.

عينة البحث:

تتكون عينة البحث من الاخبار المحلية المنشورة في كل من موقع شبكة الاعلام العراقي والسومرية خلال المدة الزمنية الممتدة من 2025/10/1 ولغاية 2025/12/31.

اعتمد البحث على العينة القصدية المنتظمة، حيث تم تحديد يوم الاربعاء الموافق 2025/10/1 كنقطة مرجعية زمنية للبدء في اختيار العينة، اما في حال عدم وجود خبر محلي منشور يوم الاربعاء المحدد تم الانتقال الى الاسبوع اللاحق واختيار اول خبر محلي منشور فيه، واستمر هذا الاجراء طيلة مدة الدراسة فيما يخص موقع شبكة الاعلام العراقي مما ادى الى وجود تباعد زمني بين الاخبار عينة البحث.

ان هذا التباعد يعد جزءاً من خصائص العينة اذ يعكس طبيعة النشر في المواقع العراقية الاخبارية وطبيعة المعالجة الاخبارية فيها فضلاً عن سياستها في النشر.

وقد بلغ عدد الاخبار الخاضعة للتحليل (80) خبراً بواقع (26) اخبار لموقع شبكة الاعلام العراقي و(54) خبر لموقع السومرية خلال المدة الزمنية من 2025/10/1 لغاية 2025/12/31.

النظرية الموجهة للبحث

تعرف النظرية في البحوث الاتصالية بأنها مجموعة من أفكار ومفاهيم مترابطة يمكن استخدامها لشرح وفهم حدث أو موقف أو شرح وفهم الظواهر الاجتماعية (العزیز، 2011، صفحة 27). وتقود الى استنتاجات منطقية ونتائج مبرهن عليها بشأن الموضوعات التي تم اخضاعها للدراسة والملاحظة (Defluer, 2010, p. 22)

تعود بدايات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام الى سبعينيات القرن الماضي , وذلك عندما ملأ كل من دي فلور وساندرا بول روكيتش الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والاشباع الذي اهتم تأثير وسائل الاعلام وركز في المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الاعلام ، فأخذ المؤلفان منهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الاعلام ، إذ اقترحا علاقة اندماج ما بين الجمهور ووسائل الاعلام ، والنظام الاجتماعي ، وهذه هي البداية الاولى للنظرية . (المجيد، 2009، صفحة 248)، كما اشارا الى ان تأثير وسائل الاعلام يزداد في حالات الحاجة الى المعلومات.

وفي ظل التطور التكنولوجي، امتد هذا الاعتماد ليشمل تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي اصبحت عنصراً أساسياً في العمل الاعلامي، خاصة في انتاج المحتوى وتحسين جودته.

تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على موضوع البحث

في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، يمكن تفسير التحولات التي يشهدها العمل الاعلامي العراقي في ظل تصاعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، بوصفها امتداداً لأنماط جديدة من الاعتماد الاعلامي، لم تعد تقتصر على علاقة الجمهور بوسائل الاعلام، بل تجاوزت ذلك لتشمل اعتماد القائم بالاتصال نفسه على التقنيات الرقمية في انتاج المحتوى،

إذ يشير الإطار النظري الى ان زيادة مستوى الاعتماد على وسيلة او تقنية معينة يؤدي الى تعاضم تأثيرها في تشكيل المخرجات الاعلامية، وهو ما يتجلى في اعتماد الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات التحرير، والصياغة ومعالجة المعلومات، الامر الذي انعكس بشكل مباشر على طبيعة المحتوى الاعلامي من حيث السرعة والدقة وطريقة العرض.

كما يسهم هذا الاعتماد في تشكيل تمثلات الذكاء الاصطناعي داخل الخطاب الاعلامي، حيث يتم تقديمه بوصفه اداة فاعلة في تطوير الاداء المهني، وفي الوقت نفسه تبرز بعض التمثلات الحذرة المرتبطة بالمخاوف من التأثيرات السلبية لهذه التقنيات على المصدقية والدور البشري في العمل الصحفي.

وعليه فإن تمثلات الذكاء الاصطناعي في الخطاب الاعلامي العراقي لا يمكن فصلها عن مستوى الاعتماد عليه داخل المؤسسات الاعلامية، اذ يشكل هذا الاعتماد الإطار الذي تتحدد في ضوئه طبيعة المعالجة الاعلامية واتجاهاتها، وهو ما يتسق مع افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام التي تؤكد ان قوة التأثير ترتبط بدرجة الاعتماد.

الإطار النظري للبحث:

مفهوم الذكاء الاصطناعي وتعريفه:

يعد الذكاء الاصطناعي أحد مجالات علوم الحاسوب المخصص لحل المشكلات المعرفية والمرتبطة بالذكاء البشري، الهدف منه انشاء أنظمة ذاتية التعلم، تستخلص المعاني من البيانات وتطبيق تلك المعرفة لحل المشكلات الجديدة بأساليب تحاكي الأسلوب الانساني، اذ يستطيع للذكاء الاصطناعي الاستجابة بشكل هادف للمحادثات البشرية وانشاء الصور والنصوص كما يساهم في اتخاذ القرارات بناء على البيانات المدخلة في الوقت الفعلي فضلا عن تحسين العمليات والانتاج وتسريع الابتكارات. (باحثون، 2025، صفحة 9)

ويعرف الذكاء الاصطناعي بأنه مجموعة من التقنيات والادوات التي تعمل على تحويل العمليات والنتائج في مجالات متنوعة، ويعمل على تشكيل الحياة اليومية للناس بما في ذلك الطريقة التي يعملون فيها ويتفاعلون فيها كبشر. (جاكولا-واخرون، 2024، صفحة 31)

وخلاصة القول ان الذكاء الاصطناعي ليس مجرد برنامج وانما نظام متكامل يعمل في الوقت الحقيقي ويتفاعل مع المستخدم، ويطور نفسه من خلال التجربة مما ادى الى دخوله لمختلف مجالات الحياة ومن ضمنها مجال الاعلام.

الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام

يعد الذكاء الاصطناعي اليوم من اهم المتطلبات التي يحتاجها الاعلام التقليدي لمواكبة التطورات التقنية بما ينعكس على تطور ادائه بالمجمل، اذ تحتاج الصحف وغرف الاخبار في المؤسسات الاعلامية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في توفير جهود الصحفيين العاملين فيها وتطوير عملهم مثل تجربة وكالة الانباء الكندية التي أسست نظام تسريع الترجمات المعتمد بشكل اساسي على الذكاء الاصطناعي، وكذلك نظام كشف الصور المزيفة الذي انشأته وكالة فرانس برس. (الحسيني و جمعة، 2023، صفحة 24)

وتعتبر وكالة " الأسوشيتد برس" من اوائل المؤسسات الاعلامية التي استخدمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي فقد وظفت هذه الوكالة هذه التقنيات في انتاج تقارير اقتصادية ربع سنوية عن الدخول المالية والنتيجة كانت ماهرة على المستويين الكمي والكيفي، اذ تم انجاز اكثر من 3000 تقرير اقتصادي بدلاً من 300، والتي كانت تستغرق وقتاً وجهداً من الصحفيين أكثر بكثير من الوقت المستغرق في انتاج التقارير بواسطة الذكاء الاصطناعي مضمناً اياها لنصائح الخبراء الاقتصاديين ومسندة بالأرقام والاحصائيات. (عامر، 2023، صفحة 185)

تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الاعلام

وفرت تقنيات الذكاء الاصطناعي مميزات وفوائد كثيرة في انتاج المحتوى لوسائل الاعلام فضلاً عن تحسين نوعية الرسائل الاعلامية ورفع جودتها، وقد باتت الكثير من الوسائل الاعلامية توظف هذه التقنيات لما اثبتته من فاعلية كبيرة، وفي هذا البحث نسلط الضوء على أبرز التقنيات المستخدمة في انتاج المحتوى الاعلامي وهي كالآتي:

1. توليد المحتوى الآلي: تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي من توليد محتوى اعلامي اكثر تنوعاً وعمقاً وبالتالي تحسين تغطية الاحداث بشكل اكثر حيادية وموضوعية. (غازي، 2024، صفحة 162) وترى الباحثة ان الاعلام الحديث اليوم انتقل من مرحلة المحرر الصحفي الذي يكتب ويفكر الى مرحلة الخوارزمية الذكية التي تصنع نص وصورة وفيديو بثواني معدودة، ما ساهم في نشر المعلومات بكميات ضخمة مما ادى الى ظهور ازمة جديدة الا وهي اصالة المحتوى حيث اصبح المحتوى الاعلامي متشاهماً ومكرراً يحدد شكله وطريقة وصوله تقنيات الذكاء الاصطناعي. معالجة اللغة الطبيعية

تعتبر معالجة اللغة الطبيعية من العناصر الحاسمة والتي لا غنى عنها للذكاء الاصطناعي لأنها لا تهتم بالتفاعلات بين الحواسيب واللغات البشرية، خاصة فيما يتعلق بكيفية برمجة الحواسيب لمعالجة بيانات اللغة الطبيعية وتحليلها. (الدسوقي، 2023، صفحة 19)

كشف الاخبار المزيفة: يمثل التحدي الذي يواجه اغلب الصحفيين والجمهور على حد سواء هو قدرتهم على كشف المحتوى المزيف والاخبار المضللة، لكن لحسن الحظ فان خوارزميات الذكاء الاصطناعي لها المقدرة على التمييز بين مصادر الاخبار، حيث يمكن لهذه الخوارزميات مقارنة الخبر من مصدره الاصلي، وتحديد نقاط الاختلاف بينهما وكذلك مقارنة الخطاب الاعلامي او الخبر مع نماذج مشابهة او خطابات سابقة من نفس المصدر لتحديد اوجه التشابه ومن ثم اصدار الحكم عليها. (البدرى، 2021، صفحة 175)

دور الذكاء الاصطناعي بتحسين جودة المحتوى الاعلامي

يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً متنامياً في تطوير الاعلام من خلال ادوات التوليد الآلي للنصوص وتحرير الاخبار، وتحليل التفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكنه تلخيص المقابلات واعداد النصوص المذاعة وتحويل البيانات المعقدة الى رسوم انفوجرافيك او تقارير سهلة الفهم، كما يساعد الصحفيين على التحقق من الاخبار الزائفة ومعرفة اتجاهات الرأي العام الامر الذي يجعل عملية انتاج المحتوى في المؤسسات الاعلامية اكثر احترافية ومهنية. (النعيمي، 2025، صفحة 6)

يتجاوز تأثير الذكاء الاصطناعي مجرد اتمته المهام الفردية انه يعيد تشكيل سير العمل بأكمله، مما يؤدي الى تحسينات كبيرة في الكفاءة العمل اذ تستطيع تقنيات الذكاء الاصطناعي من ادارة المحتوى وتصنيفه، وتحليل الاتجاهات لمعرفة تفضيلات الجمهور، كما يمكن ان يقترح عناوين جذابة ومحسنة مما يزيد من وصول المواد الاعلامية لأوسع نطاق، فضلا عن عمليات الترجمة الدقيقة والسريعة للنصوص والمقابلات والمؤتمرات مما يوفر وقتاً ثميناً للصحفيين. (فتحي، 2025، صفحة 32) والذي يعد عاملاً مهماً في العمل الاعلامي، اذ تتنافس جميع المؤسسات الاعلامية على تحقيق السبق الصحفي في نشر الاخبار والتطورات والتي يشكل فيها الزمن عاملاً جوهرياً في النجاح، الامر الذي انعكس على طبيعة العمل في المؤسسات الاعلامية التي توظف في عملها تقنيات الذكاء الاصطناعي ونقلها الى مستويات متقدمة. (عبيد، 2025، صفحة 109)

خصوصية المشهد الاعلامي العراقي

يمر الاعلام العراقي اليوم بمرحلة غير مسبوقة تتأرجح بين ارث الصحافة التقليدية وبين تيار الذكاء الاصطناعي الذي بدأ يغير من طبيعة العمل الاعلامي بالعالم اجمع.

وبحسب الدراسات الاخيرة التي تم عرضها في مؤتمر الاعلام الثاني في جامعة النور تبين ان الاعلام العراقي ليس بمنأى عن هذا التطور الا ان استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي فيه لا زالت محاولات خجولة ومحكومة بظروف صعبة.

اذ تشير الاحصائيات الى ان أكثر من نصف الاعلاميين العراقيين بدأوا بالفعل باستخدام الذكاء الاصطناعي سواء في تحليل البيانات او تحرير الاخبار، الا ان هناك مشكلة حقيقية تواجه هذا الاستخدام الا وهي التعلم الذاتي غير المرتبط بنتاج خطط مؤسساتية او تدريب مهني من قبل مؤسساتهم الاعلامية. (خالد، 2025)

وترى الباحثة انه وعلى الرغم من الميزات التي تضيفها تقنيات الذكاء الاصطناعي للعمل الاعلامي العراقي الا انها تواجه العديد من العقبات والتحديات والمتمثلة بما يأتي:

1. ضعف التدريب: عدم وجود برامج تدريبية حقيقية داخل المؤسسات الاعلامية لتأهيل وتدريب الصحفيين والاعلاميين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

2. غياب الغطاء القانوني: عدم وجود قوانين واضحة لحماية حقوق الملكية او الحد من التزييف العميق، مما يفتح الباب امام التضليل والاخبار الكاذبة.

3. البنية التكنولوجية: ضعف الانترنت والخدمات بالعراق يحتاج الى تطوير لاستيعاب البيانات الضخمة التي يتعامل معها الذكاء الاصطناعي.

خلاصة القول ان الاعلام العراقي اليوم يمر بمرحلة انتقالية مزدوجة بين معرقات الواقع المحلي وبين ضرورة اللحاق بركب التكنولوجيا العالمية، اذ تصطدم الرغبة في الانفتاح على تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية بالتحديات التي ذكرناها آنفاً، كما لا يمكن الاعتماد على المبادرات الذاتية للصحفيين في تشكيل نهضة اعلامية شاملة ما لم تتوفر رؤية استراتيجية وطنية تدمج هذه التقنيات ضمن بنية تحتية رقمية رصينة واطر تشريعية تحمي اخلاقيات المهنة والا سنبقى بعيدين عن التطور الفعلي لإعلام الذكاء الاصطناعي.

الجانب التطبيقي للبحث

اولاً: توصيف حجم العينة:

لغرض التعرف على توزيع الاخبار محل التحليل بحسب الوسيلة الاعلامية، تم تصنيف عينة البحث الى وسيلتين اعلاميتين، وكما يوضح الجدول (1) عدد الاخبار المنشورة في كل من موقع شبكة الاعلام العراقي وموقع السومرية خلال مدة البحث

جدول (1) يوضح توزيع الاخبار حسب الوسيلة

| ت | العينة | عدد الاخبار | % |
|---|---------------------------|-------------|-------|
| 1 | موقع شبكة الاعلام العراقي | 26 | 32.5% |
| 2 | موقع السومرية | 54 | 67.5% |
| | المجموع | 80 | 100% |

يوضح الجدول اعلاه ان عينة البحث شملت (80) خبراً موزعة بين وسيلتين اعلاميتين خلال فترة زمنية امتدت لثلاثة أشهر، وهو ما يوفر تنوعاً من حيث الوقت والمضمون يسمح بإجراء تحليل يعكس طبيعة التغطية الاعلامية للموضوع محل الدراسة.

ثانياً: فئات التحليل:

لبيان نوع الاخبار التي تناولت موضوع الذكاء الاصطناعي في الوسائل الاعلامية محل الدراسة، تم تصنيف الاخبار وفق نوعها، ويبين الجدول رقم (2) توزيع الاخبار بحسب نوعها.

جدول رقم (2) نوع الموضوع

| ت | الموضوع | شبكة الاعلام العراقي | % | السومرية | % |
|---|-------------|----------------------|-------|----------|-------|
| 1 | سياسي | 2 | 7.6% | 4 | 7.4% |
| 2 | خدمي | 7 | 26.9% | 12 | 22.2% |
| 3 | صحي | 2 | 7.6% | 7 | 12.9% |
| 4 | تعليمي | 4 | 15.3% | 6 | 11.1% |
| 5 | امني | 1 | 3.8% | 3 | 5.5% |
| 6 | انساني | 6 | 23% | 8 | 14.8% |
| 7 | بيئي | 3 | 11.5% | 3 | 5.5% |
| 8 | نزاهة وفساد | 1 | 3.8% | 6 | 11.1% |
| 9 | طقس وكوارث | 0 | 0% | 5 | 9.2% |
| | المجموع | 26 | 100% | 54 | 100% |

تشير نتائج هذا الجدول الى التنوع النسبي في تغطية السومرية مقارنة بشبكة الاعلام العراقي، مع استمرار هيمنة الطابع الخدمي والانساني، ما يعكس توجه الوسائل نحو الموضوعات القريبة من حياة الجمهور اليومية.

وبغية تعميق الفهم يتناول الجدول رقم (3) عمق المعالجة الاعلامية لموضوع الذكاء الاصطناعي، تم تحليل مضمون الاخبار وحسب طبيعة تناولها ومعالجتها.

جدول رقم (3) عمق المعالجة

| ت | عمق المعالجة | شبكة الاعلام العراقي | % | السومرية | % |
|---|--------------|----------------------|-------|----------|-------|
| 1 | سطحية | 17 | %65.3 | 36 | %66.6 |
| 2 | تفسيرية | 7 | %26.9 | 14 | %25.9 |
| 3 | تحليلية | 2 | %7.6 | 4 | %7.4 |
| | المجموع | 26 | %100 | 54 | %100 |

تشير نتائج الجدول اعلاه الى هيمنة المعالجة السطحية لكلا الوسيلتين، ما يشير الى نمط اخباري سريع يعتمد على نقل الحدث أكثر من تحليله، ما يمكن تفسيره بكثرة الاعتماد على القوالب التحريرية الجاهزة والأتمتة الجاهزة التي تعزز السرعة على حساب العمق التحليلي، مما يؤشر وجود استخدام غير معلن لتقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار.

وفي ضوء ذلك ينتقل البحث الى الكشف عن أبرز الموضوعات التي ركزت عليها التغطية الاعلامية للذكاء الاصطناعي جرى تصنيف الاخبار وفق الموضوع الرئيسي، ويوضح الجدول رقم (4) تكرارات ونسب هذه الموضوعات.

جدول رقم (4) نوع المصادر

| ت | نوع المصدر | شبكة الاعلام العراقي | % | السومرية | % |
|---|-------------------|----------------------|-------|----------|-------|
| 1 | مصدر رسمي واحد | 18 | %69.2 | 28 | %51.8 |
| 2 | اكثر من مصدر رسمي | 5 | %19.2 | 14 | %25.9 |
| 3 | مختص | 3 | %11.5 | 9 | %16.6 |
| 4 | غير واضح | 0 | %0 | 3 | %5.5 |
| 5 | المجموع | 26 | %100 | 54 | %100 |

تشير بيانات الجدول اعلاه الى هيمنة المصدر الرسمي لا سيما في شبكة الاعلام العراقي الواحد وهو ما يمكن تفسيره بطبيعتها الرسمية ويعزز الطابع الحكومي للخطاب، في حين تظهر النتائج مرونة أكبر لدى السومرية في تنوع المصادر ما يضفي طابعاً أكثر انفتاحاً على مصادر الاخبار مما هو موجود لدى العراقية.

وبناءً على ما تقدم يستعرض الجدول رقم(5) مدى الإشارة الى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المحتوى الاعلامي، حيث تم تحليل الاخبار وفق وجود او عدم وجود هذه الإشارة

جدول رقم (5) مؤشرات مرتبطة بالذكاء الاصطناعي

| ت | المؤشر | شبكة الاعلام العراقي | % | السومرية | % |
|---|---------------------|----------------------|-------|----------|-------|
| 1 | تكرار لغوي | 16 | 61.5% | 30 | 55.5% |
| 2 | خلو من الاخطاء | 25 | 96.1% | 50 | 92.5% |
| 3 | غياب البعد الانساني | 18 | 69.2% | 34 | 62.9% |
| 4 | العمق المنخفض | 17 | 65.3% | 36 | 66.6% |

تشير نتائج الجدول اعلاه الى مؤشرات استخدام الذكاء الاصطناعي والتي كشفت عن حضور واضح لخصائص الصياغة المؤتمتة في كلا الوسيلتين، لا سيما في التكرار وغياب اللمسة الانسانية، ولا يعني ذلك استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مباشر وجازم الا انه يعطي اشارة الى التحول في العمل الصحفي، حيث بات الخبر ينتج بوصفه معلومة تقنية أكثر من كونه خطاباً انسانياً.

مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

تشير نتائج الدراسة الى ان التغطية الاعلامية لموضوع الذكاء الاصطناعي في الوسائل العراقية عينة البحث اتسمت بالتركيز على الجوانب الإيجابية، مع اهمال نسبي للتحديات الاخلاقية والمهنية وهو ما يمكن تفسيره في ضوء الإطار النظري لهذا البحث لميل وسائل الاعلام الى تقديم الموضوعات ضمن زوايا محددة تعكس توجهاتها التحريرية.

كما اظهرت النتائج هيمنة المعالجة السطحية، وهو ما ينسجم مع طبيعة البيئة الاعلامية الرقمية التي تركز على السرعة في نقل الاخبار أكثر من التعمق في تحليلها، الامر الذي يعكس تحولات بنوية في الانتاج الاعلامي. اما فيما يتعلق بالمصادر، فقد برز الاعتماد الكبير على المصادر الرسمية، وهو ما يمكن تفسيره من خلال آليات الانتقاء الاعلامي التي تتحكم في اختيار المعلومات ومصادرها، بما يتوافق مع السياسة التحريرية لكل وسيلة. وتعكس المؤشرات الاسلوبية، مثل التكرار وضعف البعد الانساني الى تحولاً نحو انماط انتاج اقرب الى الأتمتة، مما يشير الى دخول الاعلام العراقي في مرحلة انتقالية بين الاساليب التقليدية والتقنيات الحديثة. وبشكل عام تؤكد هذه النتائج ان توظيف الذكاء الاصطناعي في الاعلام العراقي لا يزال محدوداً، ويخضع لعوامل متعددة، منها الامكانيات التقنية والتدريب والسياسات التنظيمية.

الاستنتاجات:

1. تشير نتائج الدراسة الى ان الخطاب الاعلامي العراقي ما زال في مرحلة تمهيدية في تعامله مع الذكاء الاصطناعي حيث يغلب الطابع التعريفي والتبسيطي في التغطية.
2. هناك تزايد في اعتماد الصحفيين العراقيين على تقنيات الذكاء الاصطناعي الامر الذي يسهم في تحسين جودة المحتوى الاعلامي على الرغم من وجود حذر تجاه الاعتماد الكامل على هذه التقنيات.

2. اظهرت النتائج هيمنة المعالجة السطحية على حساب المعالجة التحليلية، مما يعكس طبيعة البيئة الاخبارية الرقمية القائمة على السرعة.
 3. لوحظ اعتماد واضح على المصادر الرسمية، خاصة في الوسائل الحكومية، وهو ما يندرج مع منطق حارس البوابة الاعلامية.
 4. كشفت الدراسة عن مؤشرات اسلوبية توجي باستخدام قوالب تحريرية مؤتمتة، مثل التكرار وضعف البعد الانساني.
 5. لم تظهر فروق جوهرية كبيرة في عمق المعالجة رغم اختلاف طبيعة الوسيطتين، مما يشير الى تشابه بنيوي في نمط الانتاج الاخباري.
- التوصيات:

1. ضرورة ادخال برامج تدريبية متخصصة للصحفيين في مجال الذكاء الاصطناعي.
2. تشجيع المؤسسات الاعلامية على تبني استخدام واعٍ للتقنيات الحديثة.
3. وضع اطر اخلاقية وقانونية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي.
4. تعزيز المعالجة التحليلية بدلاً من الاكتفاء بالنقل الاخباري السريع.
5. تنوع المصادر وعدم الاعتماد على المصادر الرسمية فقط.

المصادر باللغة العربية

1. البدرى، رفعت محمد (2021). *صحافة الذكاء الاصطناعي هل تساعد الصحفيين ام تهدد وجودهم*. القاهرة: دار النخبة للنشر والتوزيع.
2. جاكولا، ماريت-واخرون. (2024). *دليل معلمي الصحافة تقرير حول الذكاء الاصطناعي*. فرنسا: منظمة الامم المتحدة للتربية والتعليم.
3. الحسيني، هالة، و دعاء جمعة. (2023). *الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في المؤسسات الاعلامية*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
4. الدسوقي، نورة عبد الهادي. (2023). *الذكاء الاصطناعي في مواجهة الاخبار الزائفة*. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
5. عامر، فتحي حسين. (2023). *شات جي بي تي استخداماته مخاطره مستقبله*. القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع.
6. عبد العزيز، بركات. (2011). *مناهج البحث الاعلامي الاصول النظرية ومهارات التطبيق*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.

7. عبد المجيد، هبة حسن. (2009). دراسات في نظريات الاعلام. القاهرة: العربية للنشر والتوزيع.
8. عبيد، بلال. (2025). صحافة الموجو من التأسيس الى عصر الذكاء الاصطناعي. الجزائر: دار ابداع للنشر والتوزيع.
9. غازي، خالد محمد. (2024). العقل الالي كيف يغير الذكاء الاصطناعي عالمنا. القاهرة: وكالة الصحافة العربية.
10. فتحي، محمد. (2025). كيف يُشكل الاعلام في عصر الذكاء الاصطناعي. الجيزة: دار كتبنا للنشر والتوزيع.
11. لدناني، عبد الملك عبد الله وآخرون. (2025). تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في المجال الاعلامي بالدول العربية. عمان: دار شهرزاد للنشر والتوزيع.
12. محمد خالد. (2025). الذكاء الاصطناعي يطرق ابواب الاعلام العراقي هل نحن مستعدون للثورة الرقمية. الزمان.
13. النعيمي، مهند سليمان. (2025). سين جيم الذكاء الاصطناعي. المنامة: اصدارات المؤلف الخاصة.

المصادر باللغة الانكليزية

Defluer, M. L. (2010). *Mass communication Theory* . new york: Allyan Bcan.