

## واقع الاعلام في ظل تقنية الذكاء الاصطناعي شبكة الاعلام العراقية انموذجا

الأستاذ الدكتور علي عبد الصمد خضير

الأستاذ الدكتور أمال عبد الرحمن عبد الواحد

المدرس لبنى قاسم محمد

قسم المعلومات وتقنيات المعرفة / كلية الآداب / جامعة البصرة

### المستخلص

يهدف البحث إلى تسليط الضوء على واقع الإعلام في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال دراسة تطبيقاته وتأثيراته في المؤسسات الإعلامية، واتخاذ شبكة الإعلام العراقية أنموذجاً للدراسة. وانطلق البحث من إشكالية تتمثل في مدى قدرة المؤسسات الإعلامية العراقية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي، وتحسين جودة المحتوى، ومواكبة التحولات الرقمية المتسارعة، في ظل تحديات تقنية ومهنية وتنظيمية. اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، مستنداً إلى تحليل الأدبيات العلمية والدراسات السابقة، ورصد واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، مع بيان فرص الاستفادة منها والتحديات المرتبطة بها. وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن الذكاء الاصطناعي أصبح عاملاً مؤثراً في تطوير العمل الإعلامي من حيث سرعة إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات، وتخصيص الرسائل الإعلامية، إلا أن توظيفه في المؤسسات الإعلامية العراقية لا يزال محدوداً ويواجه عقبات تتعلق بالبنية التحتية الرقمية، ونقص الكفاءات المتخصصة، وضعف الأطر التشريعية والتنظيمية. كما خلص البحث إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة استراتيجية لتطوير الإعلام العراقي إذا ما تم توظيفه ضمن رؤية مؤسسية واضحة، وسياسات تنظيمية وأخلاقية فعالة. وفي ضوء ذلك، قدم البحث مجموعة من التوصيات، من بينها ضرورة تطوير البنية التحتية الرقمية، وتأهيل الكوادر الإعلامية، ووضع أطر قانونية وأخلاقية لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وتعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات ومراكز البحث العلمي. ويأمل البحث أن يساهم في إثراء المعرفة العلمية في مجال الإعلام الرقمي، وأن يوفر إطاراً نظرياً يمكن الاستفادة منه في تطوير السياسات الإعلامية، وتعزيز توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية.

## المقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تقدماً كبيراً وسريعاً في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في منظومة الإعلام بفعل التطور التقني عبر مجموعة من المجالات، وما رافق ذلك من رقمنة شاملة لعمليات الإنتاج والنشر والتفاعل مع الجمهور. وكان قطاع الإعلام والاتصال من أبرز المجالات المتأثرة بهذا التغيير. لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة مساعدة، بل أصبح شريكاً مهماً في عملية الإنتاج الإعلامي وكقوة تقنية قادرة على إعادة تشكيل أدوار الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية، وتحويل طبيعة المحتوى ووحدات الإنتاج بدءاً من جمع وتحليل البيانات، وإنتاج المحتوى مثل النصوص والصور والفيديو، حتى الوصول إلى تخصيص التوزيع والتفاعل مع الجمهور. مما أثار تساؤلات حول واقع الإعلام المعاصر، ومدى قدرته على التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي<sup>(١)</sup>.

تمثل عملية إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية تحولاً جذرياً يعيد تعريف مهنة الصحافة على الساحة العالمية، وإن هذا التحول يتطلب من المؤسسات الإعلامية، خصوصاً الحكومية، إعادة النظر في بنيتها التحتية، تحسين مهارات موظفيها، وتحديث معاييرها الأخلاقية والمهنية<sup>(٢)</sup>.

أن شبكة الإعلام العراقي بدأت بالفعل في اتخاذ خطوات نحو دمج الذكاء الاصطناعي، خاصة في مجالات التدريب وزيادة كفاءة الإنتاج، حيث كشفت دراسات ميدانية حديثة عن زيادة في كفاءة الإنتاج وعلى الرغم من ذلك، تواجه هذه العملية تحديات كبيرة تتعلق بالبنية التحتية، والانحيازات في الخوارزميات، والحاجة إلى تطوير أطر أخلاقية وتعليمية تضمن ممارسة إعلامية شفافة ومسؤولة. ينتهي البحث بعدد من التوصيات التي تدعو إلى الاستثمار في التعليم الإعلامي الرقمي وتطوير سياسات واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار العراقية<sup>(٣)</sup>.

### أولاً: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التحولات المتسارعة التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي في بنية العمل الإعلامي وأساليبه ووظائفه، وما رافقها من تحديات مهنية وأخلاقية وتنظيمية، في ظل عدم وضوح مستوى توظيف هذه التقنيات داخل المؤسسات الإعلامية العراقية، ولا سيما شبكة الإعلام العراقية، ومدى تأثيرها في صناعة المحتوى الإعلامي، وإدارة المؤسسات الإعلامية، والأداء المهني للإعلاميين، فضلاً عن انعكاساتها على المصدقية والتضليل الإعلامي.

وعليه، يسعى البحث إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١- ما واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، وما أبرز آثارها وتحدياتها وآفاق تطويرها في شبكة الإعلام العراقية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من الأسئلة الفرعية، منها:

- ٢- ما طبيعة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؟
- ٣ ما تأثير الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي والأداء المهني للإعلاميين؟
- ٤- ما أبرز التحديات التقنية والمؤسسية والأخلاقية التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي؟
- ٥- ما الآفاق المستقبلية لتطوير الإعلام العراقي في ظل هذه التقنيات؟

#### ثانياً: أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من الأبعاد العلمية والتطبيقية التي يطرحها، ويمكن تحديدها في الآتي:

١. إبراز الدور المتنامي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي وتحويله من نماذج تقليدية إلى نماذج رقمية ذكية.
٢. الكشف عن واقع توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية، ولا سيما شبكة الإعلام العراقية، وتحليل تأثيراته في الأداء المهني وصناعة المحتوى.
٣. الإسهام في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي في البيئة العربية والعراقية.
٤. دعم صناع القرار في المؤسسات الإعلامية بمؤشرات علمية تساعد في وضع سياسات واستراتيجيات فعالة لتوظيف الذكاء الاصطناعي.
٥. تسليط الضوء على التحديات الأخلاقية والتنظيمية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما يساهم في تطوير أطر مهنية وتشريعية مناسبة.

#### ثالثاً: أهداف البحث

يسعى البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أبرزها:

١. التعرف على مفهوم الإعلام المعاصر وتقنيات الذكاء الاصطناعي ودورهما في البيئة الإعلامية الحديثة.
٢. تحليل واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في شبكة الإعلام العراقية.
٣. بيان تأثير الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي وإدارة المؤسسات الإعلامية.
٤. الكشف عن انعكاسات الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للإعلاميين.
٥. تحديد التحديات التقنية والمؤسسية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي.
٦. استشراف آفاق تطوير الإعلام العراقي في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، واقتراح رؤى وتوصيات عملية لتفعيل استخدامها.

#### رابعاً: تساؤلات البحث

لتحقيق اهداف البحث تم وضع التساؤلات الاتية :

١. كيف يتحدد مفهوم الإعلام المعاصر في ظل التحولات الرقمية، وهل أسهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل البيئة الإعلامية الحديثة؟
٢. كيف يتم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في شبكة الإعلام العراقية، وهل يُعدّ هذا التوظيف فعّالاً في تطوير العمل الإعلامي؟
٣. كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي وإدارة المؤسسات الإعلامية داخل شبكة الإعلام العراقية، وهل أدى إلى تحسين جودة الإنتاج الإعلامي؟
٤. كيف تنعكس تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للإعلاميين، وهل أسهمت في رفع مستوى الكفاءة المهنية؟
٥. كيف تتجلى التحديات التقنية والمؤسسية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، وهل تشكل عائقاً أمام توظيفه الأمثل؟
٦. كيف يمكن استشراف آفاق تطوير الإعلام العراقي في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهل يمكن بلورة رؤى وتوصيات عملية لتفعيل استخدامه مستقبلاً؟  
خامساً " منهج البحث  
اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وذلك ضمن حدوده الموضوعية والمكانية، بهدف وصف واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام وتحليل أبعاده وتأثيراته المختلفة.  
سادساً " حدود البحث  
الحدود الموضوعية  
- انحصرت الحدود الموضوعية للبحث في دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي ودورها في الواقع الإعلامي المعاصر، مع التركيز على طبيعة توظيفها وتأثيرها في العمل الإعلامي.  
الحدود الزمانية:  
العام الدراسي ٢٠٢٥ - ٢٠٢٦.  
الحدود المكانية:  
طبّق البحث على شبكة الإعلام العراقية بوصفها نموذجاً للبحث .  
١. مفهوم الإعلام المعاصر وتطوره الرقمي  
١.١. مفهوم الإعلام المعاصر

الإعلام المعاصر يعني الأنظمة الرقمية والتقنيات التي تتجاوز الطرق التقليدية مثل الصحافة المطبوعة، الإذاعة، والتلفزيون، حيث أصبحت الأخبار الآن تصل للناس عبر الفضاء الإلكتروني ووسائل التواصل، بما في ذلك البث الإذاعي والتلفزيوني، بالإضافة إلى الإعلام الذي يتواجد على الإنترنت. مع تقدم التكنولوجيا الرقمية، أصبحت وسائل الإعلام أسرع وأكثر تفاعلاً، حيث يمكن نشر المحتوى وتحديثه وتحليله في أقل من دقيقة، مما جعل الاعتماد على البيانات والتفاعل الإلكتروني مع الجمهور أكبر<sup>(٤)</sup>.

تطور الإعلام الرقمي مر بمرحلة متتابعة، بدأ بالانتقال من المحتوى التناظري إلى الرقمي، وقد حدث ذلك بعد ظهور الإنترنت وتزايد وسائل التواصل الاجتماعي، وصولاً إلى المرحلة الحالية التي بدأت بالذكاء، حيث أصبح المحتوى الإعلامي يُنتج ويُوزع ويُخصص بشكل تلقائي عبر خوارزميات التعلم، مما يضع الإعلام المعاصر في مركز مفهوم "الصحافة الذكية"<sup>(٥)</sup>. يشير انتقال الإعلام التقليدي إلى التفاعل الرقمي عبر الشبكات الرقمية إلى أن الإنترنت سمح بالوصول السريع للمحتوى والأخبار، مع إمكانية التفاعل مع الجمهور، مما يؤدي إلى تحسين المحتوى للمستفيد. ذلك المحتوى يصبح نشطاً، حيث يشارك الناس ويعيدون توزيعه وقيموه عبر منصات رقمية متنوعة. هذا التخصص، الذي يجري عبر خوارزميات الذكاء الاصطناعي، يُثير تحديات جماعية ومهنية بشأن "فقاعات المعلومات" التي تجدها في التعددية الفكرية<sup>(٦)</sup>.

٢. مفهوم الذكاء الاصطناعي ونشأته

#### ١.٢. التعريف الاصطلاحي للذكاء الاصطناعي

يُعرف الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence - AI) اصطلاحاً بأنه "علم وهندسة صنع الآلات الذكية، وخاصة برامج الحاسوب الذكية، وفي سياق أكثر حداثة، يُنظر إليه على أنه قدرة الأنظمة الحاسوبية على محاكاة القدرات المعرفية البشرية، مثل التعلم، والاستدلال، وحل المشكلات، واتخاذ القرارات، وفهم اللغة الطبيعية، وإدراك البيئة المحيطة"<sup>(٧)</sup>. في المجال الإعلامي، يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه "مجموعة من التقنيات والأنظمة الخوارزمية التي تستخدم لجمع ومعالجة وتحليل البيانات الإعلامية، وتوليد المحتوى، وتخصيص التوزيع، بهدف تعزيز كفاءة العمل الصحفي وجودته"<sup>(٨)</sup>.

الذكاء الاصطناعي (AI) هو مجال في علوم الحاسوب يهدف إلى تصميم أنظمة قادرة على أداء مهام تتطلب ذكاءً شبيهاً بالبشر، مثل التعلم، التحليل، اتخاذ القرار، والتنبؤ. ظهر الذكاء الاصطناعي كنظرية ومفهوم منذ منتصف القرن العشرين، وتوسع ليشمل التعلم الآلي Machine Learning والشبكات العصبية الاصطناعية Neural Networks، وأصبح مكوناً أساسياً في التقنيات الرقمية الحديثة، ومن بينها الإعلام الرقمي وقبل خمسة عشر عامًا، كان الذكاء الاصطناعي محصوراً في فئة صغيرة من المتخصصين. كان مجرد مفهوم من الخيال العلمي، حيث تتفاعل الآلات المعادية مع البشر في المستقبل البعيد ومع مرور الزمن أصبح واقعاً ملموساً، ينتقل من الشاشات إلى الحياة اليومية. ومع ذلك، فقد تطور بسرعة ليصبح قوة دافعة رئيسية للاضطرابات العالمية<sup>(٩)</sup>.

## ٢.٢. النشأة والتطور التاريخي

يعود أصل الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) إلى منتصف القرن العشرين، في خمسينيات القرن الماضي وتحديدًا إلى مؤتمر دارتموث عام 1956، الذي يُعد نقطة الانطلاق الرسمية لهذا المجال عندما طرح آلان تورينج السؤال المحوري، هل تستطيع الآلات التفكير؟ وفي ثمانينيات القرن الماضي، ساهم باحثون مثل جون هوجلاند ويوجين شارنيك ودرو ماكديرموت في تطوير هذا المجال من خلال التركيز على تطوير أنظمة ذكية قادرة على محاكاة القدرات البشرية، بما في ذلك فهم اللغة وحل المشكلات ومنذ ذلك الحين، مر الذكاء الاصطناعي بمراحل تطور رئيسية وكما هو مبين في الجدول الآتي<sup>(١٠)</sup>:

ت	المرحلة	الفترة الزمنية	السمة الرئيسية	التأثير على الإعلام
١-	الذكاء الاصطناعي الرمزي (AI)	1956-1980s	الاعتماد على القواعد المنطقية والأنظمة الخبيرة	محدود، اقتصر على أنظمة الأرشفة والبحث البسيطة
٢-	التعلم الآلي (Machine Learning - ML)	1990s-2010s	تطوير خوارزميات تتعلم من البيانات دون برمجة صريحة	ظهور أنظمة التوصية (Recommendation Systems) في المنصات الرقمية
٣-	التعلم العميق (Deep Learning - DL)	2010s-الحاضر	استخدام الشبكات العصبية الاصطناعية متعددة الطبقات	ثورة في معالجة اللغة الطبيعية (NLP) ورؤية الحاسوب، مما أدى لظهور الذكاء الاصطناعي التوليدي

إن المرحلة الحالية، التي يهيمن عليها الذكاء الاصطناعي (Generative AI)، هي التي أحدثت أكبر تأثير على الإعلام، حيث أصبح بإمكان الآلة إنتاج محتوى إخباري وبصري معقد ومقنع<sup>(١١)</sup>.

## ٣. أنواع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

يمكن تصنيف تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المجال الإعلامي إلى أربعة أنواع رئيسية، تتكامل معاً لتشكيل دورة

الإنتاج الإعلامي الذكي:

### 1.3. معالجة اللغة الطبيعية (Natural Language Processing - NLP)

تُعد تقنية معالجة اللغة الطبيعية هي العمود الفقري لـ صحافة الروبوت (Robot Journalism) وهي تتيح للحاسوب فهم، وتفسير، وتوليد اللغة البشرية.

● التطبيقات الإعلامية:

أ. التوليد الآلي للنصوص (Automated Content Generation): كتابة تقارير إخبارية روتينية (رياضة، طقس، بيانات مالية) من مصادر بيانات منظمة.

ب. التلخيص والترجمة: تلخيص المقالات الطويلة وترجمة المحتوى بشكل فوري ودقيق.

ج. تحليل المشاعر (Sentiment Analysis): تحليل تعليقات الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي لقياس ردود الفعل تجاه قضايا معينة.

3. 2. رؤية الحاسوب (Computer Vision)

تختص هذه التقنية بتمكين الحاسوب من "رؤية" وتفسير المحتوى البصري (الصور والفيديو).

● التطبيقات الإعلامية<sup>(١٢)</sup>:

أ. اكتشاف التزييف العميق (Deepfakes Detection): تحليل مقاطع الفيديو والصور لتحديد ما إذا كانت مزيفة أو معدلة بواسطة الذكاء الاصطناعي.

ب. أتمتة المونتاج والكرافيك: تحديد اللقطات الرئيسية في الفيديو، وإنشاء رسوم بيانية متحركة (Motion Graphics) بشكل آلي، وهو ما بدأت شبكة الإعلام العراقي في تدريب كوادرها عليه.

ج. تصنيف المحتوى البصري: أرشفة الصور والفيديوهات وتصنيفها بناءً على محتواها بشكل دقيق وسريع.

3. 3. التعلم الآلي (Machine Learning - ML)

يُستخدم التعلم الآلي في المقام الأول لتحليل البيانات الضخمة (Big Data) وتحديد الأنماط السلوكية للجمهور، مما يتيح التخصيص الفائق.

● التطبيقات الإعلامية:

أ. أنظمة التوصية (Recommendation Systems): اقتراح محتوى إخباري أو ترفيهي محدد لكل مستخدم بناءً على تاريخ مشاهداته وتفاعلاته.

ب. التنبؤ بالاتجاهات: تحليل البيانات للتنبؤ بالمواضيع التي ستصبح شائعة (Trending) قبل انتشارها.

ج. التحقق من الحقائق (Fact-Checking): تدريب نماذج التعلم الآلي على قواعد بيانات ضخمة لتحديد الأخبار الزائفة المحتملة.

3.4. الأنظمة الخبيرة (Expert Systems)

وهي برامج حاسوبية مصممة لمحاكاة عملية اتخاذ القرار لدى الخبراء البشريين في مجال معين.

● التطبيقات الإعلامية<sup>(١٣)</sup>:

أ. إدارة غرف الأخبار: مساعدة المحررين في اتخاذ قرارات النشر والتوزيع بناءً على بيانات الأداء السابقة.

ب. تخطيط التغطية الإعلامية: تقديم توصيات حول أفضل الأوقات والقنوات لنشر محتوى معين لضمان أقصى وصول.

هذه التقنيات تسهم في زيادة كفاءة العمل الإعلامي وتحسين تجربة الجمهور، لكنها تثير أيضاً تحديات أخلاقية وتنظيمية.

٤. الذكاء الاصطناعي وصناعة المحتوى الإعلامي

إن الذكاء الاصطناعي (Generative AI) يحدث تغييراً جذرياً في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي. لم يعد دوره مقتصرًا على تقديم المساعدة فقط، بل أصبح شريكاً مهماً في الإبداع والإنتاج. يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً في تحرير الأخبار وكتابة ملخصات تلقائية وإنتاج محتوى مرئي وصوتي، كما يعزز جودة النصوص ويخصصها لتناسب الجمهور المستهدف. تتواجد أدوات صغيرة توفر مواد خام متنوعة، في حين يقوم مستخدمون آخرون بنشر المحتوى لدى العملاء المطلوبين. ومن ضمن العمليات الصحفية، يساعد الذكاء الاصطناعي في كتابة الأخبار، وكتابة الملخصات، وتصنيف المحتوى بحسب الأهمية، وتحليل تفاعل الجمهور مع الأخبار. هذا الاستخدام للذكاء الاصطناعي يؤثر بشكل إيجابي على الوقت اللازم للإنتاج ويزيد من فعالية الاستهداف، مما يسمح لهم بالتركيز أكثر على الجودة والمضمون.<sup>(١٤)</sup>

يمكن تقسيم تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة المحتوى إلى ثلاثة مستويات<sup>(١٥)</sup>:

1. الأتمتة الكاملة للمحتوى الروتيني

تتيح تقنيات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) توليد تقارير إخبارية كاملة دون تدخل بشري، خاصة في المجالات التي تعتمد على البيانات المنظمة والقوالب الثابتة، مثل التقارير المالية، ونتائج المباريات الرياضية، وتحديثات الطقس. هذا النوع من المحتوى، المعروف بصحافة الروبوت، يتميز بالسرعة الفائقة والدقة في نقل الأرقام، مما يحرر الصحفيين البشريين للتفرغ للتحقيقات المعقدة والقصص التي تتطلب عمقاً إنسانياً.

2. تعزيز الإبداع البشري (Augmented Creativity)

في المحتوى غير الروتيني، يعمل الذكاء الاصطناعي كأداة لتعزيز قدرات الصحفيين والمصممين. يمكن للنماذج التوليدية أن تقدم مسودات أولية للمقالات، أو تولد عناوين جذابة، أو تقترح زوايا مختلفة للقصة الإخبارية كما أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكرافيك التلفزيوني، التي بدأت شبكة الإعلام العراقي في تدريب كوادرها عليها، تسرع من عملية إنتاج الرسوم البيانية المعقدة والمؤثرات البصرية، مما يرفع من جودة المنتج الإعلامي النهائي<sup>(١٦)</sup>.

3.4. تحديات الجودة والمصداقية

يواجه المحتوى المولد آلياً تحديات تتعلق بالجودة والمصداقية. ففي بعض الأحيان، قد تنتج النماذج التوليدية ما يُعرف بـ الهلوسة (Hallucination)، وهي معلومات تبدو منطقية لكنها غير صحيحة أو غير مدعومة بمصادر. هذا يتطلب وجود إشراف بشري دقيق ومراجعة تحريرية لضمان التزام المحتوى بالمعايير المهنية والأخلاقية، خاصة في مؤسسات إخبارية رسمية مثل شبكة الإعلام العراقي<sup>(١٧)</sup>.

٥. دور الذكاء الاصطناعي في إدارة المؤسسات الإعلامية

يتجاوز دور الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية عملية الإنتاج المباشر للمحتوى ليشمل إدارة العمليات (Operations Management)، مما يؤدي إلى تحسين الكفاءة التشغيلية وتخصيص الموارد بشكل أكثر فعالية، وتُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المؤسسات الإعلامية، لتحسين اتخاذ القرار الإداري وإدارة الموارد عبر تحليل بيانات الجمهور والتنبؤ باتجاهات الرأي العام، وتخصيص الموارد بفعالية.، وتخصيص الميزانيات الإعلانية. حيث ان تحليل البيانات يمكن المؤسسات من فهم احتياجات الجماهير وتفضيلاتهم، ما يساعد في توجيه المحتوى والموارد بشكل أكثر فعالية<sup>(١٨)</sup>.

1.5. أتمتة سير العمل (Workflow Automation)

يُستخدم الذكاء الاصطناعي لأتمتة المهام الإدارية والروتينية داخل غرف الأخبار، مثل:

أ. جدولة المهام: توزيع القصص الإخبارية على المحررين والمراسلين بناءً على تخصصاتهم وخبراتهم وتوافرهم.

ب. إدارة الأصول الرقمية (DAM): تصنيف وأرشفة المحتوى القديم (صور، فيديوهات، نصوص) باستخدام تقنيات رؤية الحاسوب ومعالجة اللغة الطبيعية، مما يسهل استرجاعها وإعادة استخدامها.

ج. إدارة حقوق الملكية: مراقبة استخدام المحتوى الخاص بالمؤسسة على المنصات الأخرى وتحديد الانتهاكات المحتملة<sup>(١٩)</sup>.

2.5. التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار

تساعد الأنظمة الخبيرة والتحليل التنبؤي (Predictive Analytics) المديرين في اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على البيانات<sup>(٢٠)</sup>:

أ. تخصيص الموارد: تحديد الأقسام التي تحتاج إلى استثمار أكبر (مثل صحافة البيانات) والأقسام التي يمكن تقليصها أو أتمتها.

ب. التنبؤ بالإيرادات: تحليل سلوك الجمهور وأنماط الاشتراكات لتوقع الإيرادات المستقبلية، مما يدعم الاستدامة المالية للمؤسسة.

ج. إدارة الأزمات: تحليل تدفق الأخبار وتحديد بؤر التوتر المحتملة أو انتشار الأخبار الزائفة، مما يمكن المؤسسة من الاستجابة السريعة والفعالة..

3.5. إدارة الكوادر البشرية وتطويرها

يساهم الذكاء الاصطناعي في تحديد الفجوات المهارية لدى الكوادر الإعلامية، مما يدعم برامج التدريب والتطوير. على سبيل المثال، يمكن لنظام ذكي أن يحدد أن الصحفيين بحاجة إلى تدريب إضافي على الكرافيك التلفزيوني الذكي، وهو ما يفسر تركيز معهد التدريب الإعلامي في شبكة الإعلام العراقي على هذه الدورات. كما يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في عملية التوظيف من خلال تحليل السير الذاتية وتحديد المرشحين الأكثر ملاءمة للمهام الجديدة

٦. تحليل البيانات الإعلامية باستخدام الذكاء الاصطناعي

يُعد تحليل البيانات الإعلامية (Media Data Analysis) باستخدام الذكاء الاصطناعي من أهم الأدوار التي تساهم في تحويل الصحافة من عملية حدسية إلى عملية قائمة على الأدلة هذا التحليل لا يقتصر على بيانات الجمهور، بل يشمل بيانات المحتوى وبيانات المصادر. حيث يمكن تحليل كميات هائلة من البيانات الإعلامية بسرعة ودقة، وهو من أهم الأدوات لفهم سلوك الجمهور، وتحديد الاتجاهات، وتصنيف المشاعر العامة Analysis Sentiment يمكن أن يساهم في قياس مستوى التأثير، دعم اتخاذ القرار، والتنبؤ بالمشاركات المستقبلية، وهو ما يساهم في (21):

1.6. تحليل البيانات الضخمة (Big Data) واكتشاف القصص

تنتج المؤسسات الإعلامية كميات هائلة من البيانات (Big Data) من مصادر متعددة (مواقع الويب، تطبيقات الهاتف، وسائل التواصل الاجتماعي). يستخدم الذكاء الاصطناعي خوارزميات التعلم الآلي ل:

أ. اكتشاف الأنماط: تحديد العلاقات غير الواضحة بين مجموعات البيانات المختلفة، مما يؤدي إلى اكتشاف قصص صحفية جديدة. (Data-Driven Journalism)

ب. التحقق من المصادر: تحليل كميات كبيرة من الوثائق الحكومية أو التسريبات لتحديد المعلومات الأكثر أهمية وذات الصلة.

2.6. تحليل الجمهور والتخصيص الفائق

تعتمد المؤسسات الإعلامية الحديثة على الذكاء الاصطناعي لفهم جمهورها بعمق، وهو ما يُعرف بـ "التخصيص الفائق" (Hyper-Personalization):

أ. تجزئة الجمهور (Audience Segmentation): تقسيم الجمهور إلى مجموعات دقيقة بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم، وليس فقط على أساس ديموغرافي.

ب. تحليل المشاعر (Sentiment Analysis): استخدام معالجة اللغة الطبيعية لقياس المزاج العام للجمهور تجاه قضية أو شخصية معينة، مما يساعد في تعديل نبرة التغطية الإعلامية.

ج. التنبؤ بسلوك الجمهور: توقع متى وأين وكيف سيستهلك الجمهور المحتوى، مما يتيح للمؤسسة تحسين توقيت النشر وقنوات التوزيع<sup>(22)</sup>.

3.6 دور الذكاء الاصطناعي في صحافة البيانات

يُعد الذكاء الاصطناعي أداة لا غنى عنها في صحافة البيانات، حيث يقوم بأتمتة المهام التالية:

أ. تنظيف البيانات: إزالة الأخطاء والتناقضات من مجموعات البيانات غير المنظمة.

ب. تصوير البيانات: (Data Visualization) توليد رسوم بيانية ومخططات بيانية معقدة بشكل آلي، مما يسهل على الجمهور فهم القصص القائمة على الأرقام.

ج. التحليل الإحصائي المتقدم: إجراء تحليلات إحصائية معقدة (مثل الانحدار والتصنيف) للكشف عن الارتباطات السببية في القضايا الاجتماعية والاقتصادية<sup>(23)</sup>.

٧. تأثير الذكاء الاصطناعي في الأداء المهني للإعلاميين

ان الذكاء الاصطناعي لا يهدف إلى استبدال الإعلامي، بل إلى إعادة تعريف دوره ومهامه، مما يؤدي إلى تحول جذري في الأداء المهني للإعلاميين. هذا التحول يتطلب اكتساب مهارات جديدة والتخلي عن المهام الروتينية. فقد عمل الذكاء الاصطناعي على غير شكل الأدوار المهنية للإعلاميين، من أداء مهام تقليدية إلى الإشراف على نظم الذكاء، والتحقق من النتائج، وابتكار محتوى مميز فبدل أن يكون العمل يدويًا بالكامل، أصبح الصحفيون والمعدون يعتمدون على أدوات ذكية لتحليل المحتوى، توقع ردود الأفعال، وتنظيم الأخبار. هذا يرفع من مستوى المنتج الإعلامي ويُتيح تدقيقًا أسرع للمحتوى، لكنه أيضًا يتطلب مهارات جديدة للإعلاميين في فهم عمل هذه الأدوات وتطبيقها بشكل مسؤول. في الوقت نفسه، يثير هذا التحول مخاوف حول فقدان بعض المهارات التقليدية، وتغير طبيعة الوظائف داخل غرف الأخبار<sup>(24)</sup>.

1.7. تحرير الإعلامي من المهام الروتينية

يُحرر الذكاء الاصطناعي الإعلامي من المهام المملة والمستهلكة للوقت، مثل كتابة الأخبار الروتينية، وتصنيف الأرشيف، ومراقبة وسائل التواصل الاجتماعي. هذا يتيح للإعلامي التركيز على المهام ذات القيمة المضافة العالية، مثل: أ. التحقيقات الاستقصائية: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات هائلة من البيانات والكشف عن المخالفات والقصص المعقدة.

ب. التحرير العميق: التركيز على تدقيق المحتوى المولد آلياً وإضافة العمق والمنظور الإنساني والتحليلي إليه.

ج. التفاعل مع الجمهور: قضاء وقت أطول في بناء العلاقات مع المصادر والجمهور<sup>(25)</sup>.

2.7. المهارات الجديدة المطلوبة

أصبح الإعلامي المعاصر بحاجة إلى مجموعة من المهارات الجديدة التي تتجاوز الكتابة والتحرير التقليدي، ومن أهمها:

أ. محو الأمية البيانية (Data Literacy): القدرة على فهم وتحليل وتفسير البيانات الضخمة التي يعالجها الذكاء الاصطناعي.

ب. الوعي الخوارزمي (Algorithmic Awareness): فهم كيفية عمل خوارزميات التوزيع والتخصيص، وكيف يمكن للمحتوى أن يتأثر بها.

ج. التعاون مع الآلة: القدرة على العمل بفعالية مع أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتوجيهها للحصول على أفضل النتائج

### 3.7. التحديات المهنية والنفسية

يواجه الإعلاميون تحديات نفسية ومهنية، أبرزها الخوف من الاستبدال (Fear of Replacement)، حيث يشعر البعض بأن دورهم مهدد بالزوال. كما أن الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تراجع في المهارات الأساسية للصحافة، مثل القدرة على الكتابة الإبداعية والتحقق الميداني من الحقائق<sup>(26)</sup>

### ٨. الأبعاد الأخلاقية والمهنية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام

يثير دمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام مجموعة معقدة من القضايا الأخلاقية والمهنية التي تتطلب وضع أطر تنظيمية واضحة للذكاء الاصطناعي يطرح تحديات أخلاقية مهمة مثل<sup>(27)</sup>.

### 1.8. الشفافية والمساءلة (Transparency and Accountability)

تُعد الشفافية في استخدام الذكاء الاصطناعي مطلباً أخلاقياً أساسياً. يجب على المؤسسات الإعلامية أن تكشف بوضوح عن المحتوى الذي تم توليده أو تعديله بواسطة الذكاء الاصطناعي، وهو ما يُعرف بالإفصاح (Disclosure) كما أن المساءلة تصبح أكثر تعقيداً؛ فإذا نشر روبوت إخباري معلومة خاطئة، فهل تقع المسؤولية على المبرمج، أم المحرر المشرف، أم المؤسسة الإعلامية؟

### 2.8. التحيز الخوارزمي (Algorithmic Bias)

تتعلم خوارزميات الذكاء الاصطناعي من البيانات التي تُغذى بها. إذا كانت هذه البيانات متحيزة (تاريخياً أو ثقافياً أو سياسياً)، فإن الخوارزمية ستعكس هذا التحيز وتضخمه في المحتوى المولد أو في قرارات التوزيع هذا يشكل خطراً على التعددية والعدالة الإعلامية، خاصة في بيئات إعلامية حساسة مثل العراق<sup>(28)</sup>.

### 3.8. الخصوصية وحماية البيانات

يعتمد الذكاء الاصطناعي في الإعلام على جمع وتحليل كميات هائلة من بيانات الجمهور الشخصية (سلوك التصفح، الموقع الجغرافي)، التفاعلات. هذا يثير مخاوف جدية بشأن انتهاك الخصوصية، ويتطلب التزاماً صارماً باللوائح والقوانين

المحلية والدولية لحماية البيانات. هذه القضايا تتطلب قواعد مهنية واضحة وسياسات تنظيمية تحافظ على قيم الصحافة والأخلاقيات المهنية<sup>(29)</sup>.

٩. الذكاء الاصطناعي والتضليل الإعلامي<sup>(30)</sup>

يعد الذكاء الاصطناعي سلاحاً ذا حدين في معركة مكافحة التضليل الإعلامي. فبقدر ما يوفر أدوات قوية للتحقق من الحقائق، فإنه يمنح أيضاً مروجي المعلومات المضللة أدوات غير مسبوقة لإنتاج محتوى مضلل أو تزيف عميق Deepfakes عالي الجودة يمكن أن يستخف بمصداقية الأخبار ويضعف الثقة العامة في المصادر الإعلامية حيث يمكن إنتاج صور وفيديوهات مزيفة واقعية جداً تستخدم في نشر معلومات مضللة أو التأثير على الرأي العام، لهذا السبب تحتاج المؤسسات إلى آليات تحقق وتحليل ذكية تكشف التضليل وتقيم المحتوى تلقائياً.

1.9. التزيف العميق (Deepfakes) وتحدي المصداقية

تُعد تقنية التزيف العميق هي التهديد الأبرز الذي يواجه مصداقية الإعلام. وهي تتيح إنشاء مقاطع فيديو وصوت وصور واقعية للغاية لأشخاص يقولون أو يفعلون أشياء لم تحدث أبداً. هذا التهديد خطير بشكل خاص في سياق سياسي واجتماعي متوتر مثل العراق، حيث يمكن استخدامه لزعزعة الثقة في المؤسسات الرسمية، بما في ذلك شبكة الإعلام العراقي<sup>(31)</sup>.

2.9. دور الذكاء الاصطناعي في مكافحة التضليل

في المقابل، يُستخدم الذكاء الاصطناعي كخط دفاع أول ضد التضليل من خلال:

- اكتشاف الأنماط: تحديد الحسابات الآلية وحملات التضليل المنظمة عبر تحليل أنماط النشر والتفاعل.
- التحقق الآلي: استخدام خوارزميات التعلم الآلي لمقارنة المحتوى الجديد بقواعد بيانات ضخمة من المعلومات الموثقة، وتحديد التناقضات بشكل فوري.
- تحديد المصدر: تتبع مصدر المحتوى المضلل لتحديد منشئه الأصلي.

3.9. فقاعات المعلومات (Filter Bubbles) والتطرف

تساهم خوارزميات التخصيص، التي تهدف إلى إبقاء المستخدمين منخرطين، في خلق فقاعات معلومات تحبس الفرد داخل محتوى يوافق آراءه المسبقة. هذا يقلل من التعرض لوجهات النظر المختلفة، ويسهل عملية الاستقطاب والتطرف الفكري، مما يشكل تحدياً للمؤسسات الإعلامية التي تهدف إلى خدمة الصالح العام وتقديم تغطية متوازنة<sup>(32)</sup>.

١٠. الإطار التنظيمي والتشريعي للإعلام الرقمي في العراق

يواجه العراق تحدياً كبيراً في صياغة إطار تنظيمي وتشريعي يواكب التطور السريع للإعلام الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي على الرغم من عدم وجود تشريعات شاملة ومفصلة ومخصصة للذكاء الاصطناعي في العراق متفق عليه لتنظيم الإعلام الرقمي الذي واستخدامات الذكاء الاصطناعي، التي تشمل توجهات التنظيم الرقمي وحماية البيانات. مما يشكل

تحديًا في ضمان المساءلة، حماية الجمهور، وضمان جودة المعلومات، ويتطلب تطوير تشريعات تواكب التطور التقني لضمان توازن بين حرية الإعلام وحماية المجتمع من الأذى<sup>(33)</sup>

10.1. التشريعات القائمة والجهود التنظيمية

تعتمد البيئة الإعلامية الرقمية في العراق حالياً على مزيج من القوانين القديمة مثل (قانون العقوبات العراقي لسنة 1969) واللوائح الحديثة الصادرة عن هيئة الإعلام والاتصالات من أبرز هذه الجهود<sup>(34)</sup>:

أ. مسودة نظام تنظيم الإعلام الرقمي لسنة 2026: وهي مسودة أثار جدلاً واسعاً حول موازنتها بين ضرورة التنظيم وحماية حرية الرأي والتعبير، خاصة فيما يتعلق بـ "صناعة المحتوى والتركيب" أي المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي.

ب. اللائحة الإطارية للمنصات والخدمات الرقمية 2025: التي أصدرتها هيئة الإعلام والاتصالات بهدف خلق بيئة مواتية للاستثمار الرقمي وضمان التزام مقدمي الخدمات بالقوانين المحلية وأفضل الممارسات الدولية

10.2. التحديات التشريعية

تتمثل التحديات التشريعية الرئيسية في:

أ. الفجوة الزمنية: بطء عملية التشريع مقارنة بالسرعة الفائقة للتطور التكنولوجي.

ب. التعريف القانوني: عدم وجود تعريف واضح للمحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي (AI-Generated Content) والمسؤولية القانونية المترتبة عليه.

ج. الأمن السيبراني: ضعف الإطار القانوني المتعلق بالأمن السيبراني في العراق، وهو أمر حيوي لحماية البنية التحتية الإعلامية من الهجمات التي قد تستغلها تقنيات الذكاء الاصطناعي<sup>(35)</sup>.

١١. دور هيئة الإعلام والاتصالات في تنظيم الإعلام الذي

تُعد هيئة الإعلام والاتصالات (CMC) هي الجهة التنظيمية الرئيسية المسؤولة عن الإشراف على قطاعي الإعلام والاتصالات في العراق. وقد أظهرت الهيئة وعياً متزايداً بالتحديات التي يفرضها الذكاء الاصطناعي، مما دفعها لإطلاق مبادرات تنظيمية وتوعوية هيئة الإعلام والاتصالات في العراق يُفترض أن تكون الجهة المرجعية التي تتولى وضع معايير وسياسات وإرشادات تنظيمية لإدارة الإعلام الرقمي وحماية حقوق الجمهور، وضمان جودة المحتوى وتحكم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما في ذلك حماية البيانات، مكافحة التضليل، وإجراءات الشفافية، وذلك بالتعاون مع الخبراء المحليين والدوليين لتطوير إطار معياري فعّال<sup>(36)</sup>.

11.1. المبادرات التنظيمية والتوعوية

أ. مبادرة الإعلام المسؤول في عصر الذكاء الاصطناعي: تهدف هذه المبادرة إلى تعزيز الوعي بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، وتشجيع الشفافية والإفصاح عن المحتوى المولد آلياً.

ب. تنظيم البث الرقمي: أصدرت الهيئة لوائح لتنظيم منح تراخيص البث الإذاعي الرقمي، مما يعكس محاولتها لمواكبة التحول من البث التناظري إلى الرقمي الذكي

ج. الأمن السيبراني: نظمت الهيئة ورش عمل تخصصية حول الأمن السيبراني للمؤسسات الإعلامية، مما يدل على إدراكها لضرورة حماية البنية التحتية الإعلامية من الهجمات السيبرانية التي قد تكون مدفوعة بالذكاء الاصطناعي<sup>(37)</sup>.

11. 2. التحديات التي تواجه الهيئة

تتمثل التحديات التي تواجه الهيئة في:

أ. نقص الخبرات المتخصصة: الحاجة إلى كوادر قانونية وتقنية متخصصة في الذكاء الاصطناعي لتطوير لوائح فعالة.

ب. السيادة الرقمية: صعوبة فرض اللوائح على المنصات الرقمية العالمية (مثل فيسبوك ويوتيوب) التي تعمل خارج نطاق السيادة العراقية<sup>(38)</sup>.

١٢. واقع توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي

على الرغم من التحديات، فقد بدأت المؤسسات الإعلامية العراقية، وعلى رأسها شبكة الإعلام العراقي (IMN)، في اتخاذ خطوات عملية نحو دمج الذكاء الاصطناعي، وإن كانت هذه الخطوات لا تزال في مراحلها الأولية وتتركز بشكل أساسي في التدريب وتطوير الكوادر، وقد بدأت بعض المؤسسات الإعلامية العراقية بالفعل توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في صياغة وإنتاج الأخبار الرقمية والتفاعل مع الجمهور، إلا أن القدرات التقنية والبشرية لا تزال متفاوتة وغير متكاملة، وهناك فجوة في التدريب والبنية التحتية التقنية والتي تحتاج إلى معالجة وعلى النحو الآتي<sup>(39)</sup>:

12. ١. التطبيقات المحدودة والاعتماد على الأدوات الخارجية

يغلب على توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي الاعتماد على الأدوات الجاهزة والمنصات الخارجية (مثل أدوات التلخيص والترجمة الآلية) بدلاً من تطوير أنظمة ذكاء اصطناعي محلية مخصصة للغة العربية العراقية. هذا يؤثر تحديات تتعلق بخصوصية البيانات والتحيز الثقافي في المحتوى المولد.

12. ٢. التركيز على التدريب وتطوير الكوادر

يُعد معهد التدريب الإعلامي التابع لشبكة الإعلام العراقي هو القاطرة الرئيسية لهذا التحول. فقد أطلق المعهد دورات تدريبية متخصصة تركز على:

أ. الكرافيك التلفزيوني الذي: لرفع كفاءة إنتاج الرسوم البيانية والمؤثرات البصرية

ب. تحليل البيانات: لتدريب الصحفيين على استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الضخمة واكتشاف القصص

١٣. التحديات التقنية والبشرية لتطبيق الذكاء الاصطناعي

يواجه الإعلام العراقي تحديات هيكلية عميقة تعيق التبني الكامل والفعال لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومنها<sup>(٤٠)</sup>:

1.13. التحديات التقنية

أ. البنية التحتية الرقمية: لا تزال البنية التحتية للإنترنت والاتصالات في العراق تعاني من ضعف في السرعة والاستقرار، مما يعيق تشغيل أنظمة الذكاء الاصطناعي التي تتطلب معالجة سحابية عالية.

ب. البيانات الضخمة: نقص قواعد البيانات الإعلامية العراقية المنظمة والمصنفة بشكل جيد باللغة العربية الفصحى واللهجة العراقية، وهو أمر ضروري لتدريب نماذج الذكاء الاصطناعي المحلية.

ج. الأمن السيبراني: ضعف الحماية السيبرانية للمؤسسات الإعلامية، مما يجعلها عرضة للاختراق وسرقة البيانات الحساسة التي تعتمد عليها أنظمة الذكاء الاصطناعي.

2.13. التحديات البشرية

أ. الفجوة المهارية: نقص الكوادر الإعلامية التي تمتلك المهارات المزدوجة (الصحافة وعلوم البيانات أو البرمجة).

ب. مقاومة التغيير: خوف الإعلاميين التقليديين من فقدان وظائفهم أو تهميش دورهم، مما يؤدي إلى مقاومة تبني الأدوات الجديدة.

ج. التعليم الإعلامي: بطء استجابة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العراقية لتضمين مقررات متخصصة في الذكاء الاصطناعي وعلوم البيانات في مناهجها<sup>(41)</sup>.

هذه العقبات تحدّ من قدرة المؤسسات الإعلامية على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعّال ومستدام.

١٤. التحديات المؤسسية والتنظيمية

إلى جانب التحديات التقنية والبشرية، هناك تحديات تتعلق بهيكلية المؤسسات الإعلامية وطبيعة البيئة التنظيمية في العراق، وهذه التحديات على النحو الآتي<sup>(42)</sup>:

1.14. التحديات المؤسسية

أ. التمويل والاستثمار: الحاجة إلى استثمارات ضخمة في شراء وتطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي، وهو ما قد يشكل عبئاً على ميزانيات المؤسسات الإعلامية الحكومية مثل شبكة الإعلام العراقي.

ب. الاستدامة: غياب خطط استراتيجية واضحة وطويلة الأمد لدمج الذكاء الاصطناعي، مما يجعل التبني الحالي مجرد مبادرات متفرقة وغير مستدامة.

ج. المركزية الإدارية: قد تعيق الهياكل الإدارية المركزية والمرنة عملية اتخاذ القرار السريع اللازم لتبني التقنيات الجديدة.

٢. 14. التحديات التنظيمية

- أ. الرقابة والحرية: التوازن الدقيق بين استخدام الذكاء الاصطناعي في الرقابة على المحتوى (لمكافحة التضليل) وبين ضمان حرية التعبير والنشر، وهو تحدٍ يواجه مسودة نظام تنظيم الإعلام الرقمي.
- ب. المسؤولية الأخلاقية: غياب ميثاق أخلاقي وطني ملزم يحدد قواعد استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، خاصة فيما يتعلق بالشفافية والتحيز.

٣. 14. تحديات اخرى

- أ. عدم وجود أطر تنظيمية واضحة.
  - ب. بطء التشريعات في مواكبة التطور التقني.
  - ج. تعارض السياسات بين المؤسسات الحكومية والخاصة<sup>(43)</sup>.
- هذه الثغرات تتطلب تسيقًا وتشاورًا بين الجهات التنظيمية وصناع القرار لإحداث بيئة تشريعية ملائمة.
١٥. آفاق تطوير الإعلام العراقي في ظل الذكاء الاصطناعي
- على الرغم من التحديات، يمتلك الإعلام العراقي، وشبكة الإعلام العراقي على وجه الخصوص، إمكانات كبيرة للاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتحقيق قفزة نوعية في الأداء منها<sup>(44)</sup>:

1. 15. آفاق تطويرية

- أ. تعزيز التدريب الأكاديمي التقني والمهني في الذكاء الاصطناعي في مؤسسات الاعلام.
- ب. تطوير برامج تنظيمية ووضع اطر سياسة تشريعية حديثة وواضحة.
- ج. تعزيز الشراكات الدولية والتعاون مع مؤسسات إعلامية بحثية وتقنية دولية رائدة.
- د. تعزيز الاستثمار والابتكار والإبداع في البنية التحتية الرقمية وصناعة المحتوى الرقمي.

2. 15. التوصيات الاستراتيجية

- أ. الاستثمار في البيانات المحلية: إنشاء مركز بيانات إعلامي وطني لجمع وتصنيف المحتوى الإعلامي العراقي (باللغة العربية الفصحى واللهجة العراقية) لتدريب نماذج ذكاء اصطناعي محلية.
- ب. الشراكة بين الأكاديميا والصناعة: تعزيز التعاون بين كليات الإعلام والجامعات (مثل جامعة بغداد والمستنصرية) وبين المؤسسات الإعلامية لتطوير برامج تدريبية متخصصة في صحافة البيانات والذكاء الاصطناعي.

ج. صياغة ميثاق أخلاقي: العمل على صياغة ميثاق أخلاقي وطني لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بالتعاون بين هيئة الإعلام والاتصالات ونقابة الصحفيين والمنظمات المدنية.

## 15. 2. التحول من الأتمتة إلى الابتكار

يجب أن يتجاوز الهدف من تطبيق الذكاء الاصطناعي من مجرد أتمتة المهام الروتينية ليصبح أداة للابتكار في:

أ. الصحافة التفسيرية: استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل القضايا المعقدة وتقديم تفسيرات عميقة للجمهور.

ب. الإعلام التفاعلي: تطوير روبوتات محادثة (Chatbots) ذكية لتقديم خدمات إخبارية مخصصة وتفاعلية للجمهور العراقي.

ج. الإعلام البيئي: توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات البيئية لدعم الاستراتيجيات الوطنية للإعلام البيئي، كما

اقترحت اليونيسكو<sup>(45)</sup>.

## شبكة الإعلام العراقية: الإطار المؤسسي والإعلامي

تُعد شبكة الإعلام العراقية (IMN) المؤسسة الإعلامية الرسمية العامة في جمهورية العراق، فهي التكتل الإعلامي الرئيسي للحكومة إذ تُسيطر على جميع وسائل الإعلام الحكومية في العراق، وقد تأسست بعد سقوط النظام السابق في نهايات عام ٢٠٠٣ لتكون البنية الأساسية للثلاث العام الوطني في البلاد والركيزة الأساسية للمشهد الإعلامي الرسمي في العراق، وتشمل محافظتها الإعلامية الوسعة التلفزيون والإذاعة والمطبوعات ووكالة أنباء ومحطات بث محلية. وقد ازداد نفوذ الشبكة ونص مرسوم الحكم المدني (CPA Order 66) الصادر في ٢٠ مارس ٢٠٠٤ على إنشاء شبكة الإعلام العراقية كجهة إعلامية عامة مختصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني، بهدف تأسيس إعلام عام جديد يعكس واقع ما بعد النظام السابق. بعد ذلك، صدرت قانون رقم ٢٦ لسنة ٢٠١٥ الذي يؤسس الشبكة كهيئة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية وترتبط بمجلس النواب، وتمتلك حرية انعكاس التنوع الاجتماعي والثقافي للعراق، وتلتزم بالاستقلالية والشمولية وفق مبادئ الدستور العراقي تطورت الشبكة على مدى السنوات لتشمل وسائل إعلام متعددة (مرئية، مسموعة، مقروءة ورقمياً)، مع إضافة منصات رقمية لتواكب التحولات التكنولوجية في المجال الإعلامي<sup>(46)</sup>.

وتضطلعت شبكة الإعلام العراقية بدور محوري في تشكيل الوعي العام وتقديم التغطية الإخبارية في بيئة إعلامية معقدة ومتغيرة. يهدف هذا المبحث الأكاديمي إلى تقديم تحليل شامل للإطار المؤسسي والإعلامي للشبكة، مستعرضاً نشأتها وتطورها التاريخي، إطارها القانوني والتنظيمي، أهدافها ورسالتها الإعلامية، هيكلها الإداري، وسائلها ومنصاتها، دورها الوطني، سياساتها التحريرية، والتحديات التي تواجهها. يعتمد البحث على مصادر رسمية وقانونية وأكاديمية حديثة لتقديم رؤية متكاملة وموثقة حول هذه المؤسسة الإعلامية الهامة<sup>(47)</sup>.

1. نشأة شبكة الإعلام العراقية وتطورها التاريخي

تأسست شبكة الإعلام العراقية (Iraqi Media Network – IMN) في أيار/مايو 2003، في أعقاب التغيرات السياسية الكبرى التي شهدتها العراق. وقد جاءت نشأتها بمبادرة من "سلطة الائتلاف المؤقتة (CPA) " التي أشرفت على تشكيل مجلس إدارة مكون من أربعة أمراء كانت هذه الخطوة تهدف إلى سد الفراغ الإعلامي الذي خلفه انهيار المؤسسات الإعلامية السابقة ولتكون كخليفة قانونية ل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون العراقية، وتوفير منصة إعلامية وطنية جديدة تعكس التوجهات الديمقراطية المنشودة.

شهدت الشبكة في عام 2004 مرحلة مهمة من التطور عندما تعاقدت (قيادة العقود الدفاعية الأمريكية) مع شركة "هاريس" الأمريكية، بعقد بلغت قيمته 96 مليون دولار، بهدف (ترقية شبكة الإعلام العراقي)، وقد شمل هذا العقد توفير المعدات، وتكاليف التشغيل، وبرامج التدريب، وتطوير المحتوى، مما ساهم في بناء القدرات التقنية والمهنية للشبكة في مراحلها الأولى<sup>(٤٨)</sup>.

تطور دور الشبكة من كونها وسيلة إعلامية تحت إشراف دولي إلى مؤسسة وطنية عراقية مستقلة، تسعى لخدمة الجمهور العراقي وتقديم محتوى إعلامي متنوع. وقد عكس هذا التطور التحولات السياسية والاجتماعية في العراق، حيث أصبحت الشبكة تمثل صوتاً وطنياً يسعى لتعزيز الوحدة الوطنية وبناء الوعي العام، على الرغم من التحديات المستمرة التي واجهتها في مسيرتها<sup>(٤٩)</sup>.

2. الإطار القانوني والتنظيمي لشبكة الإعلام العراقية

تستمد شبكة الإعلام العراقية شرعيتها ووجودها من قانون شبكة الإعلام العراقي رقم (26) لسنة 2015، والذي يُعد الإطار القانوني الأساسي الذي ينظم عملها ويحدد هيكلها وصلاحياتها<sup>(٥٠)</sup>. وقد شهد هذا القانون تعديلات لاحقة، أبرزها قانون التعديل الأول لقانون شبكة الإعلام العراقي رقم (63) لسنة 2017، والتي هدفت إلى تعزيز استقلالية الشبكة وتنظيم عمل مجلس الأمناء<sup>(٥١)</sup>.

يُعرف القانون الشبكة بأنها "وكالة مستقلة"، مما يعني أنها تتمتع بشخصية معنوية واستقلال مالي وإداري، وترتبط بمجلس النواب العراقي. هذا الارتباط يهدف إلى ضمان الرقابة البرلمانية على عمل الشبكة، مع الحفاظ على استقلاليتها التحريرية، وتتولى هيئة الإعلام والاتصالات العراقية (CMC) مسؤولية توفير التراخيص والترددات البثية اللازمة لعمل الشبكة، ويتم تخصيص الموارد المالية لهذا الغرض ضمن موازنة الشبكة<sup>(٥٢)</sup>.

يحدد القانون أيضاً صلاحيات مجلس الأمناء، الذي يُعد الجهة العليا المسؤولة عن رسم السياسات العامة للشبكة، وإقرار هيكلها التنظيمي، والإشراف على أداؤها. كما ينظم القانون عملية تعيين رئيس الشبكة، ويحدد الشروط التي يمكن بموجبها إنهاء خدمته، مما يضمن إطاراً تنظيمياً واضحاً لعمل المؤسسة<sup>(٥٣)</sup>.

3. الأهداف والرسالة الإعلامية للشبكة

تتجسد الأهداف والرسالة الإعلامية لشبكة الإعلام العراقية في مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى خدمة الصالح العام وتعزيز القيم الوطنية والديمقراطية. وفقاً لقانون الشبكة، تتمثل أبرز هذه الأهداف في<sup>(٥٤)</sup>:

١. تلبية المعايير المهنية في العمل الإعلامي: تسعى الشبكة إلى تقديم محتوى إعلامي يتسم بالجودة والاحترافية، ويلتزم بأعلى المعايير المهنية والأخلاقية في جمع الأخبار وتحليلها وتقديمها.

٢. المشاركة في تنمية الآراء الحرة: تهدف الشبكة إلى تسهيل وتشجيع المواطنين على التعبير عن آرائهم بحرية، والمشاركة الفعالة في العملية الديمقراطية في كافة المجالات، مما يعزز التعددية الفكرية والحوار البناء.

٣. تعزيز الوطنية والقومية وتنوعهما ووحدهما معاً: تعمل الشبكة على ترسيخ قيم الانتماء الوطني والقومي، والاحتفاء بالتنوع الثقافي والديني والعربي للمجتمع العراقي، مع التأكيد على وحدة العراق وسيادته.

٤. تقديم أخبار عن الأحداث الجارية بأسلوب يتسم بالشمولية والاستقلالية وعدم الانحياز: تلتزم الشبكة بتقديم تغطية إخبارية شاملة وموضوعية، بعيداً عن التحيز أو التسييس، مع التركيز على نقل الحقائق بدقة وشفافية.

٥. إظهار الأنشطة والفعاليات الحكومية: تقوم الشبكة بتغطية أنشطة وفعاليات المؤسسات الحكومية، بما يخدم مبدأ الشفافية ويعزز التواصل بين الدولة والمواطن، وذلك وفقاً لما يقرره رئيس التحرير المسؤول.

٦. تشجيع الابتكار وتعزيز الإنتاج الثقافي العراقي: تدعم الشبكة الإبداع والابتكار في المجال الإعلامي والثقافي، وتسعى إلى إثراء المحتوى الثقافي العراقي وتطويره.

٧. الابتعاد عن أي انحياز ثقافي أو ديني أو قومي أو سياسي والبقاء على مسافة واحدة من الجميع: تؤكد الشبكة على التزامها بالحياد وعدم الانحياز لأي طرف سياسي أو ديني أو عرقي، وتسعى لتمثيل جميع أطياف المجتمع العراقي بشكل متوازن وعادل.

وشكل هذه الأهداف مجتمعة الرسالة الإعلامية للشبكة، في أن تكون أداة إعلامية وطنية قادرة على دعم التنمية الثقافية والاجتماعية والسياسية في المجتمع العراقي وعلى بناء إعلام وطني مسؤول ومستقل، يساهم في تعزيز الديمقراطية والتنمية في العراق.

4. الهيكل الإداري والتنظيمي لشبكة الإعلام العراقية

يُعد الهيكل الإداري والتنظيمي لشبكة الإعلام العراقية عنصراً حاسماً في تحديد كفاءة أداءها وفعاليتها في تحقيق أهدافها. يتكون هذا الهيكل، وفقاً لقانون الشبكة وتعديلاته، من عدة مستويات إدارية تضمن سير العمل الإعلامي والإداري ينقسم الهيكل التنظيمي للشبكة إلى عدة مستويات إدارية واضحة، أهمها:<sup>(٥٥)</sup>.

1.4. مجلس الأمناء

يُعد مجلس الأمناء السلطة العليا في شبكة الإعلام العراقية، وهو المسؤول عن رسم السياسات العامة، وإقرار الخطط الاستراتيجية، والإشراف على الأداء العام للشبكة. وهو يتكون من تسعة أعضاء غير تنفيذيين يتم اختيارهم من قبل مجلس الوزراء والمصادقة عليهم من قبل مجلس النواب العراقي ويمتلكون الخبرة الإعلامية أو الثقافية أو القانونية، ويشرفون على رسم السياسة العامة للشبكة واعتماد الهيكل التنظيمي والأنظمة الداخلية. وقد شهدت عملية اختيار أعضاء مجلس الأمناء جدلاً في بعض الأحيان، مما يعكس الأهمية السياسية لهذه المؤسسة الإعلامية يمارس المجلس صلاحياته في<sup>(٥٦)</sup>:

١. إقرار الهيكل التنظيمي: يحدد المجلس الأقسام والمديرينات والتشكيلات التابعة للشبكة.
٢. تعيين رئيس الشبكة: يتولى المجلس تعيين رئيس الشبكة وإنهاء خدمته وفقاً للشروط المنصوص عليها في القانون.
٣. الإشراف المالي والإداري: يراقب المجلس موازنة الشبكة ويضمن الشفافية في الإنفاق والإدارة.

2.4. رئيس الشبكة

يُعد رئيس الشبكة المسؤول التنفيذي الأول عن إدارة الشبكة، ويتولى تنفيذ السياسات والخطط التي يقرها مجلس الأمناء. يشغل رئيس الشبكة أيضاً منصب رئيس التحرير المسؤول، يُنتخب من قبل مجلس الأمناء وهو المسؤول التنفيذي عن إدارة الأعمال اليومية، ويؤدي أيضاً دور رئيس التحرير، ما يجعله نقطة محورية في اتخاذ القرارات المهنية والإدارية. ولا يجوز له أن يكون عضواً في مجلس الأمناء لضمان الفصل بين السلطات. وقد شهد منصب رئيس الشبكة تحديات سياسية وإدارية، كما حدث في محاولات عزل الرئيس السابق نبيل جاسم، مما استدعى تدخل رئيس الوزراء لتوضيح الإطار القانوني لعملية العزل

3.4. التشكيلات الإعلامية والإدارية

تضم شبكة الإعلام العراقية عدداً من التشكيلات الإعلامية والإدارية المتنوعة التي تغطي مختلف جوانب العمل الإعلامي . وتشمل هذه التشكيلات:

١. القنوات التلفزيونية والإذاعية: مثل قناة العراقية العامة، العراقية الإخبارية، العراقية الرياضية، راديو العراقية.
  ٢. الصحافة المطبوعة والرقمية: مثل جريدة الصباح ومجلة الشبكة ووكالة الأنباء العراقية (واع).
  ٣. معهد التدريب الإعلامي: الذي يتولى تطوير وتأهيل الكوادر الإعلامية.
  ٤. المديرينات الإدارية والمالية والفنية: التي تدعم العمل الإعلامي وتضمن استمراريته.
  5. وسائل ومنصات شبكة الإعلام العراقية (المرئية، المسموعة، المقروءة، الرقمية)
- تتميز شبكة الإعلام العراقية بتنوع وسائلها ومنصاتها، مما يمكنها من الوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور العراقي والعربي والدولي، وهذا التنوع يعكس استراتيجية الشبكة في تقديم محتوى إعلامي شامل ومتكامل.

1.5. الوسائل المرئية (التلفزيون)

تُعد القنوات التلفزيونية هي الواجهة الأبرز لشبكة الإعلام العراقية، وتشمل:

١. قناة العراقية العامة: تقدم برامج متنوعة تشمل الأخبار، البرامج الثقافية، الاجتماعية، والترفيهية.
٢. قناة العراقية الإخبارية: متخصصة في تقديم التغطية الإخبارية على مدار الساعة، مع التركيز على الشأن العراقي والعربي والدولي.
٣. قناة العراقية الرياضية: تغطي الأحداث والبطولات الرياضية المحلية والدولية.
٤. قناة العراقية الكردية (الأطراف سابقاً): تقدم محتوى باللغة الكردية لخدمة المكون الكردي في العراق.
٥. قناة العراقية التركمانية: تقدم محتوى باللغة التركمانية لخدمة المكون التركماني<sup>(٥٧)</sup>.

2.5. الوسائل المسموعة (الإذاعة)

تضم الشبكة راديو العراقية، الذي يقدم برامج إذاعية متنوعة تشمل الأخبار، البرامج الحوارية، والموسيقى، ويصل إلى الجمهور عبر موجات الأثير والمنصات الرقمية.

3.5. الوسائل المقروءة (الصحافة المطبوعة)

تُصدر الشبكة مطبوعات ورقية تساهم في إثراء المشهد الإعلامي المقروء، ومن أبرزها:

١. جريدة الصباح: صحيفة يومية شاملة تغطي الأخبار المحلية والدولية، والمقالات التحليلية، والتقارير المتخصصة.
٢. مجلة الشبكة: مجلة دورية تهتم بالشؤون الثقافية والفنية والاجتماعية<sup>(٥٨)</sup>.

4.5. الوسائل الرقمية (المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي)

تولي الشبكة اهتماماً متزايداً للمنصات الرقمية لمواكبة التطور التكنولوجي والوصول إلى الجمهور الشبابي. وتشمل هذه المنصات:

١. الموقع الإلكتروني الرسمي: يقدم تغطية إخبارية ومحتوى متنوعاً عبر الإنترنت.
٢. وكالة الأنباء العراقية (واع): تُعد المصدر الرسمي للأخبار في العراق، وتقدم خدماتها الإخبارية للمؤسسات الإعلامية الأخرى والجمهور.
٣. منصات التواصل الاجتماعي: تتواجد الشبكة بقوة على منصات مثل فيسبوك، تويتر ويوتيوب، لتعزيز التفاعل مع الجمهور ونشر المحتوى بشكل أوسع<sup>(٥٩)</sup>.

5.5. معهد التدريب الإعلامي

يُعد معهد التدريب الإعلامي التابع للشبكة ذراعاً مهماً لتطوير الكوادر الإعلامية، حيث يقدم دورات تدريبية متخصصة في مختلف مجالات العمل الإعلامي، بما في ذلك التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والكرافيك التلفزيوني الذكي<sup>(٦٠)</sup>.

6. الدور الوطني لشبكة الإعلام العراقية في بناء الوعي العام

تضطلع شبكة الإعلام العراقية بدور وطني محوري في بناء الوعي العام وتعزيز اللحمة الوطنية في العراق، خاصة في ظل التحديات السياسية والأمنية والاجتماعية التي يمر بها البلد.

6.1. تعزيز الوحدة الوطنية ومكافحة الطائفية.

تسعى الشبكة، من خلال سياساتها التحريرية ومحتواها المتنوع، إلى تعزيز قيم الوحدة الوطنية والتعايش السلمي بين مختلف مكونات المجتمع العراقي. وتعمل على مكافحة خطاب الكراهية والطائفية، وتقديم صورة إيجابية عن التنوع العراقي كقوة للبلد<sup>(٦١)</sup>.

6.2. دعم العملية الديمقراطية وبناء المؤسسات

تساهم الشبكة في دعم العملية الديمقراطية في العراق من خلال تغطية الانتخابات، ونشر الوعي السياسي، وتشجيع المشاركة المدنية. كما تقوم بتسليط الضوء على جهود بناء مؤسسات الدولة وتعزيز الشفافية والمساءلة.

6.3. التغطية الإخبارية للأحداث الوطنية والأزمات

تُعد الشبكة مصدراً رئيسياً للمعلومات خلال الأزمات والكوارث، حيث تقدم تغطية إخبارية موثوقة للجمهور، وتساهم في توجيه الرأي العام، وتقديم الإرشادات اللازمة. كما تغطي الأحداث الوطنية الكبرى، مثل الاحتفالات والمناسبات الرسمية، لتعزيز الانتماء الوطني.

6.4. الحفاظ على الهوية الثقافية والتراث العراقي

لا يقتصر دور الشبكة على الجانب الإخباري، بل يمتد ليشمل الحفاظ على الهوية الثقافية والتراث العراقي الغني والترويج له. وتقدم برامج ثقافية وفنية وتاريخية تهدف إلى تعريف الأجيال الجديدة بتراثهم، وتعزيز الفخر بالانتماء الحضاري للعراق<sup>(٦٢)</sup>.

7. السياسات التحريرية والمهنية في شبكة الإعلام العراقية

تُعد السياسات التحريرية والمهنية الركيزة الأساسية لعمل أي مؤسسة إعلامية، وتكتسب أهمية خاصة في مؤسسة بحجم شبكة الإعلام العراقية، نظراً لدورها الوطني وتأثيرها على الرأي العام. تسعى الشبكة إلى الالتزام بمجموعة من المبادئ التحريرية والمهنية التي تضمن مصداقية محتواها وحياديته<sup>(٦٣)</sup>.

1.7. الحيادة والموضوعية

تلتزم شبكة الإعلام العراقية بمبدأ الحيادة والموضوعية في تغطيتها الإخبارية وبرامجها. ويعني ذلك تقديم الأخبار والمعلومات بشكل متوازن، وعرض وجهات النظر المختلفة دون تحيز أو تفضيل لطرف على آخر. هذا الالتزام يهدف إلى بناء الثقة مع الجمهور وتقديم صورة شاملة للواقع.

2.7. الابتعاد عن الانحياز الطائفي أو العرقي

في بيئة مجتمعية متنوعة مثل العراق، يُعد الابتعاد عن أي شكل من أشكال الانحياز الطائفي أو العرقي أمراً بالغ الأهمية. تتبنى الشبكة سياسات تحريرية ترفض خطاب الكراهية والتحريض، وتسعى لتعزيز قيم التعايش السلمي والوحدة الوطنية بين جميع مكونات الشعب العراقي.

3.7. الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي

تلتزم الشبكة بالمواثيق المحلية والدولية للشرف الإعلامي، والتي تتضمن مبادئ مثل دقة المعلومات، احترام خصوصية الأفراد، عدم التشهير، والمسؤولية الاجتماعية. ويتم تدريب الكوادر الإعلامية في الشبكة على هذه المبادئ لضمان تطبيقها في جميع جوانب العمل الإعلامي.

4.7. الشفافية والمساءلة

تسعى الشبكة إلى تعزيز الشفافية في عملها، وتوفير آليات للمساءلة أمام الجمهور والجهات الرقابية. ويشمل ذلك نشر المعلومات حول مصادر الأخبار، وتصحيح الأخطاء عند حدوثها، والاستجابة لملاحظات وشكاوى الجمهور<sup>(٦٤)</sup>.

8. التحديات الإعلامية التي تواجه شبكة الإعلام العراقية

تواجه شبكة الإعلام العراقية، شأنها شأن العديد من المؤسسات الإعلامية في المنطقة والعالم، مجموعة من التحديات المعقدة التي تؤثر على أدائها وقدرتها على تحقيق أهدافها. يمكن تصنيف هذه التحديات إلى سياسية، مالية، ومهنية.

1.8. التحديات السياسية

تُعد التحديات السياسية من أبرز المعوقات التي تواجه الشبكة، حيث تتجلى في<sup>(٦٥)</sup>:

١. محاولات الهيمنة السياسية: تتعرض الشبكة لضغوط ومحاولات من قبل بعض الأطراف السياسية للسيطرة على قراراتها التحريرية والإدارية، مما يهدد استقلاليتها. وقد ظهر ذلك جلياً في الجدل حول تعيين وعزل رئيس الشبكة، والذي عكس صراعاً على النفوذ.

٢. التوازن بين إعلام الدولة وإعلام الخدمة العامة: تواجه الشبكة تحدياً في الموازنة بين كونها مؤسسة إعلامية رسمية تمثل الدولة، وبين دورها كإعلام خدمة عامة يخدم مصالح جميع المواطنين دون تمييز.

## 2.8. التحديات المالية

تعتمد الشبكة بشكل كبير على الموازنة الحكومية، مما يجعلها عرضة لتقلبات التمويل والتأثيرات السياسية. وتشمل التحديات المالية:

١. الاعتماد على الموازنة العامة: يؤثر هذا الاعتماد على قدرة الشبكة على التخطيط طويل الأجل، وتحديث بنيتها التحتية، وتطوير برامجها.

٢. نقص الموارد: قد يؤدي نقص الموارد المالية إلى صعوبة في توفير أحدث التقنيات، وتدريب الكوادر، وتغطية الأحداث بشكل شامل وفعال.

## 3.8. التحديات المهنية

تتعلق التحديات المهنية بقدرة الشبكة على الحفاظ على مستوى عالٍ من الاحترافية والمصداقية في بيئة إعلامية تنافسية ومتغيرة:

١. المنافسة الشديدة: تواجه الشبكة منافسة قوية من القنوات الفضائية الخاصة ووسائل الإعلام الرقمية، مما يتطلب منها تطوير محتواها باستمرار لجذب الجمهور.

٢. التطور التكنولوجي: تتطلب مواكبة التطورات السريعة في مجال التكنولوجيا الإعلامية، مثل الذكاء الاصطناعي، استثمارات كبيرة في البنية التحتية والتدريب، وهو ما قد يشكل تحدياً.

٣. تحديات المحتوى: تشمل تحديات المحتوى مكافحة الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي، وتقديم محتوى يلبي احتياجات وتطلعات الجمهور المتنوع<sup>(٦٦)</sup>.

## النتائج والتوصيات

### أولاً: النتائج

١. أظهرت الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت عنصراً مؤثراً في تطوير العمل الإعلامي، وأسهمت في تحسين سرعة إنتاج المحتوى ودقته وتخصيصه للجمهور.

٢. تبين أن شبكة الإعلام العراقية بدأت بتوظيف بعض أدوات الذكاء الاصطناعي، إلا أن هذا التوظيف لا يزال في مراحله الأولية ويعتمد بدرجة كبيرة على أدوات جاهزة خارجية.

٣. أسهم الذكاء الاصطناعي في دعم صناعة المحتوى الإعلامي من خلال أتمتة بعض العمليات، مثل تحرير الأخبار وتحليل البيانات وتصنيف المحتوى.

٤. أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي ساعد في تحسين إدارة المؤسسات الإعلامية، ولا سيما في اتخاذ القرار وتحليل اتجاهات الجمهور وتخصيص الموارد.
٥. كشفت الدراسة عن تأثير واضح للذكاء الاصطناعي في الأداء المهني للإعلاميين، حيث أدى إلى تغيير طبيعة الأدوار المهنية وفرض مهارات جديدة مرتبطة بالتكنولوجيا وتحليل البيانات.
٦. تبين وجود تحديات تقنية وبشرية ومؤسسية تعيق التوظيف الكامل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، أبرزها ضعف البنية التحتية الرقمية وقلة الكوادر المتخصصة.
٧. أظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يثير قضايا أخلاقية ومهنية، مثل التحيز الخوارزمي، وحماية البيانات، والتضليل الإعلامي، وتهديد المصداقية.
٨. كشفت الدراسة عن قصور في الأطر التشريعية والتنظيمية التي تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي في العراق.
٩. أكدت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة استراتيجية لتطوير الإعلام العراقي، إذا ما تم توظيفه ضمن رؤية مؤسسية واضحة وسياسات تنظيمية فعالة.
١٠. أظهرت الدراسة أن مستقبل الإعلام العراقي مرتبط بمدى قدرة المؤسسات الإعلامية على دمج الذكاء الاصطناعي في منظوماتها الإنتاجية والإدارية بشكل متوازن بين التقنية والقيم المهنية.

#### ثانيًا: التوصيات

١. ضرورة وضع استراتيجية وطنية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية، بما يضمن الاستخدام الفعال والمسؤول لهذه التقنيات.
٢. تطوير البنية التحتية الرقمية في المؤسسات الإعلامية، وتوفير أنظمة وتقنيات متقدمة تدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
٣. تعزيز برامج التدريب والتأهيل للإعلاميين في مجالات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والصحافة الرقمية.
٤. استحداث وحدات أو أقسام متخصصة في الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، ولا سيما شبكة الإعلام العراقية.
٥. إعداد أطر أخلاقية ومهنية واضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما يحافظ على المصداقية والشفافية.
٦. تطوير التشريعات والقوانين المتعلقة بالإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي، بما يواكب التطورات التقنية العالمية.
٧. تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات ومراكز البحث العلمي لتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.

٨. تشجيع الاستثمار في تطوير تطبيقات ذكاء اصطناعي محلية تراعي الخصوصية الثقافية واللغوية العراقية.
٩. اعتماد آليات للتحقق من المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي للحد من التضليل الإعلامي والأخبار الزائفة.
١٠. تبني رؤية مستقبلية لتطوير الإعلام العراقي قائمة على التكامل بين الإنسان والتقنية، بما يعزز جودة المحتوى الإعلامي وخدمة المجتمع.

## المصادر والمراجع

- 1- Mohialden, Y. M., et al. (2025). Integrating Artificial Intelligence and Media Literacy: Ethical and Professional Implications for Digital Journalism. MEDAAD, Volume 12, Issue 5, p 44-51: available at: <https://peninsula-press.ae/Journals/index.php/MEDAAD/article/view/223>
- 2- Zhang, W. (2023) Introduction to AI journalism: Framework and ontology of the trans-domain field for integrating AI into journalism, Journal of Applied Journalism & Media Studies Volume 12, Issue 3, p. 333 – 353: available at: [https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/ajms\\_000631](https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/ajms_000631)
- 3- Molla, M. A. M. (2025). Artificial intelligence and journalism: A systematic bibliometric and thematic analysis of global research. Journal of Media and Communication Studies, volume ٢٠, Issue 2, p 1-15: available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2451958825002453>
- ٤- العمودي، سعيد بن عبد الرحمن. (٢٠٢٥). مستقبل الإبداع الإعلامي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. ع ١٢٣ (٢٠٢٥)، 297-313: متاح على: <https://jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/1488>
- ٥-Feher, K. (2024). Exploring AI media. Definitions, conceptual model, and future research agenda. Journal Of Media Business Studies, VOL. 21, NO. 4, 340–363: available at: <https://doi.org/10.1080/16522354.2024.2340419>
- ٦- البدو، أمل محمد عبدالله، العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام الإلكتروني في تطوير قيم المواطنة الرقمية لدى الطلبة في الأردن، مجلة المنصور، مج ٤٠، ع ١، ٢٠٢٤، (٢٩-٥١): متاح على: <https://journal.muc.edu.iq/journal/article/view/573>
- ٧-Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach. Pearson Education. JOURNAL: Beijing Law Review, Vol.13 No.4, 1: available at: <https://aima.cs.berkeley.edu/>
- ٨- Zhang, W. (2023) Introduction to AI journalism: Framework and ontology of the trans-domain field for integrating AI into journalism, Journal of Applied Journalism & Media Studies Volume 12, Issue 3, p. 333 – 353 available at: [https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/ajms\\_00063\\_1](https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/ajms_00063_1)
- ٩-Soumaya Berjeb, “Artificial Intelligence and Media in the Digital Age : Opportunities, Challenges, and Future Implications”, Communication, technologies et développement, 2025,URL: available at: <http://journals.openedition.org/ctd/14912>
- ١٠- McCorduck, P. (2004). Machines Who Think: A Personal Inquiry into the History of Artificial Intelligence. A K Peters. JOURNAL: Advances in Aging Research, Vol.13 No.5: [https://www.scirp.org/\(S\(vtj3fa45qm1ean45vffcz55\)\)/reference/referencespapers?referenceid=3798602](https://www.scirp.org/(S(vtj3fa45qm1ean45vffcz55))/reference/referencespapers?referenceid=3798602)
- ١١-Londoño-Proano, C. (2025). Can artificial intelligence replace journalists? A theoretical and ethical discussion. Frontiers in Communication, 10(1), 1-10: available at: <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1537146/full>
- ١٢-Parris, D. (2025). Balancing technological innovation and journalistic integrity. World Journal of Advanced

Research and Reviews, , 25(01), 1342-1351: available at:

[https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext\\_pdf/WJARR-2025-0187.pdf](https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0187.pdf)

١٣-Zhaxylykbayeva, R., et al. (2025). Artificial intelligence and journalistic ethics: A comparative analysis of ai-generated content and traditional journalism. Journalism and Media, 6(3), 105 available at: :

<https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/105>

١٤- مصطفى علي عبدالله ، تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على محتوى الصحافة الإلكترونية: دراسة استقصائية ،مجلة واسط للعلوم الإنسانية ،مج ٢١ ، ع ٤ (٢٠٢٥): متاح على :

[https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/article/view/1287?utm\\_source=chatgpt.com](https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/article/view/1287?utm_source=chatgpt.com)

١٥- الدبيسي ، عبد الكريم علي ، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: الاستخدامات والتحديات ، ملتقى المستقبل الإعلامي الحواري الرابع ، الاعلام والذكاء الاصطناعي شراكة اعلام ذكي ، ٢٠٢٥ ، ١٨٥-٢١٧ : متاح على:

<https://www.researchgate.net/publication/396464102>

١٦-نعيم، محمد حسين. (٢٠٢٥). دور "الذكاء الاصطناعي" في "صياغة الأخبار العراقية". مجلة واسط للعلوم الإنسانية، مجلة واسط للعلوم الإنسانية.

مج ٢١ ، ع ٣ . 573-555. متاح على: <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss3.1087>

١٧- العمودي، سعيد بن عبد الرحمن. (٢٠٢٥). مستقبل الإبداع الإعلامي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، ع

١٢٣ ، ص ٢٩٧-٣١٣: متاح على: <https://jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/1488>

١٨-Tutut Ismi Wahidar, (2025) .THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN NEWS PRODUCTION PROCESSES ,Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 14 No. 1: available at:

[https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7652?utm\\_source=chatgpt.com](https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7652?utm_source=chatgpt.com)

١٩-Parris, D. (2025). Balancing technological innovation and journalistic integrity. World Journal of Advanced Research and Reviews, , 25(01), 1342-1351: available at:

[https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext\\_pdf/WJARR-2025-0187.pdf](https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0187.pdf)

٢٠-Al Jazeera Media Network. (2025). Al Jazeera Media Network Launches 'The Core,' an AI-Integrated News Model Built on Google Cloud. Google Cloud Press Corner: available at:

<https://www.googlecloudpresscorner.com/2025-12-21-Al-Jazeera-Media-Network-Launches-The-Core,-an-AI-Integrated-News-Model-Built-on-Google-Cloud>

21- الشاوي ، عيبر سليم محمود ( ٢٠٢٥ ) تأثير الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي على واقع إنتاج المحتوى وتصورات الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم المجلة الدولية للعلوم البنائية مج ١١ ، ع ٧ متاح على: <https://www.researchgate.net/publication/395518387>

22-Al Jazeera Media Network. (2025). Al Jazeera Media Network Launches 'The Core,' an AI-Integrated News Model Built on Google Cloud. Google Cloud Press Corner: available at:

<https://www.googlecloudpresscorner.com/2025-12-21-Al-Jazeera-Media-Network-Launches-The-Core,-an-AI-Integrated-News-Model-Built-on-Google-Cloud>

23- Mohialden, Y. M., et al. (2025). Integrating Artificial Intelligence and Media Literacy: Ethical and Professional Implications for Digital Journalism. Volume 12 ,Issue 5, p 44-51: available at:

<https://peninsula-press.ae/Journals/index.php/MEDAAD/article/view/223>

24- الدبيسي ، عبدالكريم علي .الذكاء الاصطناعي في الصحافة: الفرص والتحديات والمعضلات الأخلاقية ، مجلة البحوث المتقدمة في الصحافة والإعلام الجماهيري /، مج ١٢ ، العددان ٣ و٤ (٢٠٢٥): متاح على :

<https://www.adrjournalshouse.com/index.php/journalism-MassComm/article/view/2415>

25-Londoño-Proaño, C. (2025). Can artificial intelligence replace journalists? A theoretical and ethical discussion. Frontiers in Communication, 10(1), 1-10: available at:

<https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2025.1537146/full>

26-Victor B. Santos ,IDEIA: A Generative AI-Based System for Real-Time Editorial Ideation in Digital

Journalism ,2025 available at: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.07278>

27-Zhaxylykbayeva, R., et al. (2025). Artificial intelligence and journalistic ethics: A comparative analysis of ai-generated content and traditional journalism. *Journalism and Media*, 6(3), 105 available at: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/105>

28- العمودي، سعيد بن عبد الرحمن. (٢٠٢٥). مستقبل الإبداع الإعلامي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي. *مجلة الفنون والآداب والعلوم الإنسانية والاجتماع، ع ١٢٣، ٢٩٧-٣١٣*. متاح على: <https://doi.org/10.33193/JALHSS.123.2025.1488>

29-Guiding the Way: A Comprehensive Examination of AI Guidelines in Global Media Mathias-Felipe available at: <https://arxiv.org/pdf/2405.04706>، ٢٠٢٤،

30-مصطفى عباس محمد رضا، فاعلية الذكاء الاصطناعي في التحقق من المضامين الإعلانية التلفزيونية دراسة تحليلية في تقنيات الكشف عن التزييف العميق، *مجلة الامام الكاظم (ع)*، مج ٩ ع ٣ (٢٠٢٥). متاح على:

[https://journal.iku.edu.iq/index.php/JICK/article/view/183?utm\\_source=chatgpt.com](https://journal.iku.edu.iq/index.php/JICK/article/view/183?utm_source=chatgpt.com)

31-Segell, G. (202٤). The Case of Iraq: Artificial Intelligence, Deepfakes, and Disinformation. Publishers Panel. 20(1/1) available at: <https://mediaspoleczenstwo.ubb.edu.pl/article/546507/en>

32-Wasdahl, A., & Srinivasan, R. (2026). Algorithms and authors: How generative AI is transforming news production. *First Monday*, 31(1): available at: <https://doi.org/10.5210/fm.v31i1.14442>

33-الاستراتيجية الوطنية العراقية للذكاء الاصطناعي - تعزيز التشريعات الرقمية في العراق. (٢٠٢٥): متاح على: [https://arabic.ai.gov.iq/?utm\\_source=chatgpt.com](https://arabic.ai.gov.iq/?utm_source=chatgpt.com)

34- هيئة الإعلام والاتصالات. (٢٠٢٥) اللائحة الإطارية للمنصات والخدمات الرقمية، بغداد. متاح على:

<https://cmc.iq/ar/wp-content/uploads/2025/03/Framework-regulations-for-digital-platforms-and-services-ar.pdf>

35- هيئة الاعلام والاتصالات. الواقع التشريعي للأمن السيبراني في العراق. (٢٠٢٥) مجلة الحكمة، بغداد: متاح على

<https://cmc.iq/ar/wp-content/uploads/2025/03/Framework-regulations-for-digital-platforms-and-services-ar.pdf>

36-الاستراتيجية الوطنية العراقية للذكاء الاصطناعي: متاح على: [https://arabic.ai.gov.iq/?utm\\_source=chatgpt.com](https://arabic.ai.gov.iq/?utm_source=chatgpt.com)

37- هيئة الإعلام والاتصالات. (٢٠٢٥). مبادرة "الإعلام المسؤول" في عصر الذكاء الاصطناعي. فعاليات ملتقى الإعلام العربي ٢٠٢٥. متاح على:

<https://kalimaiq.com/news/details/49106>

38-هيئة الإعلام والاتصالات. ورشة تخصصية للأمن السيبراني. (٢٠٢٥). متاح على: <https://fastnews1iq.iq/?p=5061>

39- نعيم، محمد حسين، دور الذكاء الاصطناعي في تشكيل الأخبار العراقية: الصحافة الروبوتية بين الوكالات المحلية والتحول الرقمي، *مجلة واسط للعلوم الإنسانية*، مج ٢١، ع ٣ (٢٠٢٥): متاح على:

[https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/en/article/view/1087?utm\\_source=chatgpt.com](https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/en/article/view/1087?utm_source=chatgpt.com)

40- المنصوري، محمد كاظم هادي. الواقع التشريعي للأمن السيبراني في العراق: التحديات والطموحات، *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*، مج (٦) ع (٨). ٥٦٠ -

5٧٦ - متاح على: <https://www.hnjournal.net/volume6/issue8/6-8-36.pdf>

41- نعيم، محمد حسين، دور الذكاء الاصطناعي في تشكيل الأخبار العراقية: الصحافة الروبوتية بين الوكالات المحلية والتحول الرقمي، *مجلة واسط للعلوم الإنسانية*، مج ٢١، ع ٣ (٢٠٢٥): متاح على:

[https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/en/article/view/1087?utm\\_source=chatgpt.com](https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/en/article/view/1087?utm_source=chatgpt.com)

42- قرارات المنع الإعلامي في العراق، مذكرة تطالب بعدم اقرار نظام تنظيم الإعلام الرقمي في العراق. (٢٠٢٥): متاح على:

<https://menarights.org/ar/articles/rsalt-mftwht-aly-hyyt-alalam-walatsalat-alraqyt-yjb-shb-mshrw-layht-tnzym-almhtwy-alrqmy>

## مجلة آداب البصرة /ملحق العدد(١١٥)المؤتمر التأسيسي الأول

### لقسم المعلومات وتقنيات المعرفة (٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥)

43-Khatia Leonidze(٢٠٢٥ ) The Dual Nature of AI in Media: Opportunities and Challenges, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia: [https://media-and-learning.eu/subject/artificial-intelligence/the-dual-nature-of-ai-in-media-opportunities-and-challenges/?utm\\_source=chatgpt.com](https://media-and-learning.eu/subject/artificial-intelligence/the-dual-nature-of-ai-in-media-opportunities-and-challenges/?utm_source=chatgpt.com)

44-الشمري، علاء مكي، (٢٠٢١)الإعلام المرئي في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي: دراسة استطلاعية، مجلة الآداب ، جامعة بغداد، كلية الآداب، ١٣٧ع، (٢٠١٧)-٧٤٢: متاح على <https://search.emarefa.net/detail/BIM-1252500>

45-وكالة نينا نيوز..(2026) العراق يقترب من إطلاق "استراتيجية وطنية للإعلام البيئي. متاح على :

<https://ninanews.com/Website/News/Details?Key=1273502>

٤٦-Iraq Public Service Broadcasting, This Order hereby establishes the Iraqi Media Network ( IMN) as the public ,2004 .available at: [https://govinfo.library.unt.edu/cpa-iraq/regulations/20040320\\_CPAORD66.pdf?](https://govinfo.library.unt.edu/cpa-iraq/regulations/20040320_CPAORD66.pdf?)

٤٧-شبكة الاعلام العراقي ، قانون شبكة الاعلام العراقي رقم (٢٦) لسنة ٢٠١٥ ، بناء على ما اقره مجلس النواب وصادق عليه رئيس الجمهورية واستنادا الى احكام البند (أولاً) من المادة (٦١) والبند (ثالثاً) من المادة (٧٣) من الدستور : متاح على :

<https://imn.iq/%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A7%D9%82%D9%8A-%D8%B1%D9%82%D9%85-26-%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A9-2015?>

٤٨- الكعبي، أمير، مايكل نايتس، حمدي مالك ، لمحة عامة: شبكة الإعلام العراقي معهد واشنطن لسياسة الشرق الأدنى، ٢٠٠٤ : متاح على:

<https://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis/lmht-amt-shbkt-alalam-alraqy>

٤٩- راضي ، وسام فاضل، (٢٠٢١) شبكة الاعلام العراقي- النشأة والتطور، موقع المرجع الالكتروني للمعلوماتية : متاح على:

<https://mail.almerja.com/more.php?idm=153997>

٥٠- شبكة الاعلام العراقي ، قانون شبكة الاعلام العراقي رقم (٢٦) لسنة ٢٠١٥ ، بناء على ما اقره مجلس النواب وصادق عليه رئيس الجمهورية واستنادا الى احكام البند (أولاً) من المادة (٦١) والبند (ثالثاً) من المادة (٧٣) من الدستور . متاح على

[https://www.muttahidoon.iq/main/view/448?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.muttahidoon.iq/main/view/448?utm_source=chatgpt.com)

٥١- شبكة الاعلام العراقي ، قانون شبكة الاعلام العراقي رقم (٢٦) لسنة ٢٠١٥ ، بناء على ما اقره مجلس النواب وصادق عليه رئيس الجمهورية واستنادا الى احكام البند (أولاً) من المادة (٦١) والبند (ثالثاً) من المادة (٧٣) من الدستور : متاح على:

<https://imn.iq/%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A7%D9%82%D9%8A-%D8%B1%D9%82%D9%85-26-%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A9-2015?>

٥٢- هيئة الاعلام والاتصالات، اللائحة الاطارية للمنصات والخدمات الرقمية ، قانون رقم ٦٥ لعام ٢٠٠٤ : متاح على :

<https://cmc.iq/ar/wp-content/uploads/2025/03/Framework-regulations-for-digital-platforms-and-services-ar.pdf>

٥٣-Al-Kaabi, A., Knights, M., & Malik, H. (2024). Overview: Iraqi Media Network. The Washington Institute for Near East Policy. available at: <https://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis/lmht-amt-shbkt-alalam-alraqy>

٥٤- شبكة الاعلام العراقي ، قانون شبكة الاعلام العراقي رقم (٢٦) لسنة ٢٠١٥ ، بناء على ما اقره مجلس النواب وصادق عليه رئيس الجمهورية واستنادا الى احكام البند (أولاً) من المادة (٦١) والبند (ثالثاً) من المادة (٧٣) من الدستور : متاح على:

## مجلة آداب البصرة /ملحق العدد(١١٥)المؤتمر التأسيسي الأول

### لقسم المعلومات وتقنيات المعرفة (٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥)

[https://www.muttahidoon.iq/main/view/448?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.muttahidoon.iq/main/view/448?utm_source=chatgpt.com)

٥٥- شبكة الاعلام العراقي ، قانون شبكة الاعلام العراقي رقم (٢٦) لسنة ٢٠١٥ ، بناء على ما اقره مجلس النواب وصادق عليه رئيس الجمهورية واستنادا الى احكام البند (أولا) من المادة (٦١) والبند (ثالثاً) من المادة (٧٣) من الدستور : متاح على:

<https://imn.iq/%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A7%D9%82%D9%8A-%D8%B1%D9%82%D9%85-26-%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A9-2015?>

٥٦- الكعبي، أمير، مايكل نايتس، حمدي مالك ، لمحة عامة: شبكة الإعلام العراقي معهد واشنطن لسياسة الشرق الأدنى، ٢٠٠٤ : متاح على

<https://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis/lmht-amt-shbkt-alalam-alraqy>:

٥٧- شبكة الاعلام العراقي، مجلة الشبكة : متاح على : [https://imn.iq/magazine?utm\\_source=chatgpt.com](https://imn.iq/magazine?utm_source=chatgpt.com)

٥٨- Al-Kaabi, A., Knights, M., & Malik, H. (2024). Overview: Iraqi Media Network. The Washington Institute for Near East Policy available at: <https://www.washingtoninstitute.org/ar/policy-analysis/lmht-amt-shbkt-alalam-alraqy>

٥٩- معهد التدريب الإعلامي (٢٠٢٥) . اطلاق دورة الذكاء الاصطناعي في لكرافيك التلفزيوني : متاح على :

<https://www.facebook.com/MediaTrainingInstitute/posts/1284588557036317/>

٦٠- معهد التدريب الإعلامي (٢٠٢٦) . ورشة تدريبية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الشخصية والدراسية: متاح على :

<https://www.instagram.com/p/DShyFdPjZ0C/>

٦١- راضي، وسام فاضل (٢٠٢١) . شبكة الاعلام العراقي، النشأة والتطور، المرجع الالكتروني للمعلوماتية: متاح على :

<https://mail.almerja.com/more.php?idm=153997>

٦٢- هنية الاعلام والاتصالات، اللائحة الاطارية للمنصات والخدمات الرقمية ،قانون رقم ٦٥ لعام ٢٠٠٤ :متاح على:

<https://cmc.iq/ar/wp-content/uploads/2025/03/Framework-regulations-for-digital-platforms-and-services-ar.pdf>

٦٣- state media monitor .( 2025) Iraqi Media Network (IMN): available at:

[https://statemediamonitor.com/2025/07/iraq-media-network-imn/?utm\\_source=chatgpt.com](https://statemediamonitor.com/2025/07/iraq-media-network-imn/?utm_source=chatgpt.com)

٦٤- شبكة الإعلام العراقي ، مؤتمر الإعلام العربي في بغداد : قوة الإعلام في لمّ الشمل.. لا تعميق الانقسام ،مجلة الشبكة العراقية متاح على :

[https://magazine.imn.iq/archives/28381?utm\\_source=chatgpt.com](https://magazine.imn.iq/archives/28381?utm_source=chatgpt.com)

٦٥- Wollenberg , Anja ; El Richani, Sarah .(2017).Defense of the Iraqi Media – Between Fueling Conflict and Healthy Pluralism, Vol. 7 No. 1: Spring/Summer : available at:

[https://globalmediajournal.de/index.php/gmj/article/view/138?utm\\_source=chatgpt.com](https://globalmediajournal.de/index.php/gmj/article/view/138?utm_source=chatgpt.com)

٦٦- Unescok, Initiative of Iraqi media network for supporting Iraqi artists,(2018) , available at:

[https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/initiative-iraqi-media-network-supporting-iraqi-artists?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.unesco.org/creativity/en/policy-monitoring-platform/initiative-iraqi-media-network-supporting-iraqi-artists?utm_source=chatgpt.com)