

The media work environment in light of the use of artificial intelligence technologies: A field study of a number of employees working in Iraqi satellite channels.

Dr. Mahmood Muazaz Iskandar^{*1},
Al- Iraqia University - College of Media^{*,1}

بيئة العمل الإعلامي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة ميدانية لعدد من العاملين في القنوات الفضائية العراقية

م.د محمود معزز اسكندر^{*},
الجامعة العراقية - كلية الإعلام^{*,1}

ABSTRACT

This study explores the impact of artificial intelligence (AI) on the media work environment in Iraq. A field survey was conducted with 50 employees from Iraqi satellite channels, including presenters, editors, reporters, and technicians. Using a descriptive questionnaire approach, the research examined the extent of AI use and its related challenges. Findings show that AI adoption is medium to high, mainly in editing, rewriting, and proofreading. However, the lack of formal training and weak infrastructure remain key barriers. Concerns were also noted regarding misinformation, copyright issues, and possible threats to traditional roles. The study recommends enhancing training programs, establishing clear editorial and ethical policies, and adopting balanced strategies that preserve traditional functions while opening opportunities for digital transformation in media institutions..

الخلاصة

يهدف هذا البحث إلى دراسة بيئة العمل الإعلامي في العراق ظل توظيف الذكاء الاصطناعي، من خلال تطبيق دراسة ميدانية على عينة قوامها (٥٠) من العاملين في القنوات العراقية (مذيعين، محررين، مراسلين، فنيين). اعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي باستخدام الاستبانة، ورصد أبرز انعكاساتها وتحدياتها على بيئة العمل. وتوصلت النتائج إلى أن مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي يتراوح بين المتوسط والمرتفع، ولا سيما في مجال التحرير وإعادة الصياغة، في حين برزت تحديات أهمها: ضعف التدريب في القنوات الفضائية وضعف البنية التحتية للقنوات على مستوى توفير التطبيقات الحديثة التي تندمج مع الذكاء الاصطناعي. وكشفت الدراسة عن مخاوف مهنية تتعلق بالتزييف وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، إضافة إلى القلق من تهديد بعض الأدوار بفعل الذكاء الاصطناعي، ويوصي البحث بضرورة تعزيز برامج التدريب والتأهيل المستمر للصحفيين، ووضع سياسات تحريرية وأخلاقية واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية.

الكلمات المفتاحية:

بيئة العمل الإعلامي، الذكاء الاصطناعي، القنوات الفضائية العراقية.

Keywords:

Media Work Environment, Artificial Intelligence, Iraqi Satellite Channels.

Received

استلام البحث

11/4/2025

Accepted

قبول النشر

4 /5/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/12/2025

المقدمة:

شهدت الآونة الأخيرة تطورات تقنية هائلة وسريعة في مجالات الاعلام ولعل ابرز تلك التقنيات الذكاء الاصطناعي، فعلى طول الازمنة الماضية كانت القنوات الفضائية تعتمد على الصحفيين الذين يستخدمون الطرق التقليدية في نقل وجمع المعلومات وطريقة عرضها واخراجها، اما اليوم نشهد تطوراً كبيراً في طريقة عمل القنوات الفضائية بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

على المستوى المحلي، بدأت بعض القنوات الفضائية العراقية بخطوات الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة، إلا أن هذه الخطوات لا تخلو من صعوبات، منها ما يرتبط بضعف الإمكانيات التقنية المتاحة، ومنها ما يتعلق بقدرة الكوادر على التكيف مع هذه التحولات، إضافة إلى تحديات مهنية وعملية تخص دقة المعلومات وموثوقيتها.

وعلى الرغم من المزايا الواضحة، فإن إدماج هذه التقنيات يرافقه تحديات مهنية وتقنية وإدارية، تؤثر على جودة الأداء ورضا العاملين، وتستدعي دراسة دقيقة لفهمها ومعالجتها.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

شهدت القنوات الفضائية خلال السنوات الأخيرة محاولات متزايدة لتبني التقنيات التي وفرها الذكاء الاصطناعي في عدة مجالات ومنها في التحرير والإعداد والإخراج وإدارة المحتوى، وهو ما أحدث تأثيرات متعددة على بيئة العمل الإعلامي داخل القنوات الفضائية.

فرغم ما توفره هذه التقنيات من فرص لتسريع وتبسيط إنجاز المهام وتحسين جودة انتاج الاعمال الإعلامية وخفض التكاليف، إلا أنها تثير في الوقت نفسه إشكالات منها مهنية وأخلاقية وتقنية مرتبطة بواقع الكوادر البشرية ومستقبل وظائفهم في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ومن هنا نتحدد مشكلة البحث في محاولة الكشف عن طبيعة بيئة العمل الإعلامي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل القنوات الفضائية العراقية، من خلال الإجابة عن مجموعة من التساؤلات الفرعية :

١. ما واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية؟
٢. ما مستوى وعي العاملين بالقنوات الفضائية العراقية بآليات الذكاء الاصطناعي ومجالات استخدامه بالعمل الإعلامي؟

٣. ما انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على طبيعة المهام الإعلامية (التصوير، التحرير، التقديم، المونتاج، الإخراج)؟

٤. ما أبرز التحديات التي تواجه بيئة العمل الإعلامي والصحفي عند إدخال هذه التقنيات (تقنية، مهنية، أخلاقية، إدارية)؟

٥. كيف يؤثر الذكاء الاصطناعي على الإبداع الوظيفي للعاملين في القنوات الفضائية العراقية؟

ثانياً: أهداف البحث

١. التعرف على واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية ومدى حضورها في مختلف مراحل العملية الإعلامية.

٢. قياس مستوى وعي ومعرفة العاملين في القنوات الفضائية العراقية بآليات الذكاء الاصطناعي، وتحديد مدى استعدادهم لاستخدامه.
٣. تحليل انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على طبيعة المهام الإعلامية مثل (التصوير، التحرير، التقديم، المونتاج، الإخراج).
٤. رصد أبرز التحديات التقنية، المهنية، الأخلاقية، والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية عند إدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي.
٥. استقصاء تأثير الذكاء الاصطناعي على الإبداع الوظيفي للعاملين في القنوات الفضائية العراقية، بين معززات الإبداع ومهدداته.

ثالثاً: أهمية البحث

١. الأهمية العلمية: يساهم هذا البحث في تعزيز النتاج العلمي المتعلق بالذكاء الاصطناعي من خلال دراسة العلاقة بين بيئة العمل الإعلامي والتطورات التكنولوجية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في كما أنه يضيف بعداً جديداً إلى الدراسات الإعلامية المحلية التي ما زالت محدودة في هذا المجال.
٢. الأهمية العملية: يقدم البحث بيانات ومعلومات وتوصيات عملية يمكن أن تستفيد منها مديري القنوات الفضائية ووسائل الإعلام العراقية في رسم سياسات تدريبية وتنظيمية تتيح لهم دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي والصحفي في مؤسساتهم الإعلامية، وبما يضمن الاستفادة من هذه الأدوات دون تقليل من دور العنصر البشري.

رابعاً: منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي باستخدام المسح الميداني الذي يستخدم في الدراسات الإعلامية الذي يقوم على وصف الظاهرة المدروسة كما هي على أرض الواقع، ومن ثم تحليل البيانات الميدانية للوصول إلى استنتاجات علمية وموضوعية.

خامساً: مجتمع وعينة البحث

المجتمع الأصلي: يشمل جميع العاملين في القنوات الفضائية العراقية بمختلف أنواعها (الإخبارية، العامة، الترفيهية) ممن لهم علاقة مباشرة بالعمل الإعلامي
العينة: تم اختيار عينة قصدية شملت المذيعين، المحررين، المراسلين، والفنيين في عدد من القنوات الفضائية العراقية، وقد بلغ حجم العينة (٥٠ مشاركاً).

سادساً: أدوات جمع البيانات

١. الاستبيان: وهو الأداة الأساسية لجمع البيانات، وقد أُعد بما يتلاءم مع أهداف الدراسة وأسئلتها، وهدف الاستبيان إلى قياس وعي واتجاهات العاملين في القنوات الفضائية العراقية نحو تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستطلاع انعكاساتها على بيئة العمل الإعلامي، بالإضافة إلى رصد أبرز التحديات والصعوبات التي يواجهونها.
٢. وقد اعتمدت الدراسة مقياس ليكرت الثلاثي (اتفق – محايد – لا أتفق)، لقياس اتجاهات المبحوثين نحو محاور الدراسة.

سابعاً: حدود البحث

١. الحدود المكانية: القائمون بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية.

٢. الحدود الزمانية: ويتمثل بالمدة التي جرى فيها توزيع الاستبانة على الجمهور والتي بدأت في واحد أيلول وحتى يوم (٢٥) منه في ٢٠٢٥ م.

٣. الحدود البشرية: عينة قصدية مكوّنة من (٥٠) من الإعلاميين مشاركاً من المذيعين، المحررين، المراسلين، والفنيين.

٤. الحدود الموضوعية: دراسة بيئة العمل الإعلامي في القنوات الفضائية العراقية في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ثامناً : مصطلحات البحث

بيئة العمل الإعلامي: مجمل الظروف والبيئة الإعلامية التي تحكم العمل الصحي داخل المؤسسات الفضائية العراقية وتؤثر في أداء العاملين.

الذكاء الاصطناعي: مجموعة تقنيات وبرامج تعتمد على البرمجيات قادرة على محاكاة عمليات التفكير البشري من خلال معالجة كميات هائلة من البيانات أو المعلومات في اوقات قصيرة.

القنوات الفضائية العراقية: القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية وتوجه محتواها إلى الجمهور في داخل حدود العراق وخارجه.

تاسعاً: الدراسات السابقة

١. فتحي محمد شمس الدين (٢٠٢٢م):^(١)

وتهدف الدراسة إلى استشراف رؤية القائم بالاتصال في مصر لمستقبل الإعلام والإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي، وأداة المقابلة شبه المفتوحة، وطبقت على عينة قوامها (٥٠) إعلامياً من القائمين بالاتصال في القنوات الإعلامية، بالمؤسسات المصرية والعربية، وتسعى الدراسة معرفة مستقبل الإعلام في القنوات المصرية في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى صياغة متغيرات رئيسية يمكن القياس عليها في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماته في العمل الإعلامي، الذي سيُغير شكل الوظائف والمهارات الإعلامية، وأوصت الدراسة بضرورة استفادة المؤسسات الإعلامية من تقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والمعزّز وأوصت بزيادة الدورات التدريبية للصحفيين والإعلاميين، وحضور ندوات متتابعة عن الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي.

٢. دراسة عمرو محمد محمود عبد الحميد (٢٠٢٠م):^(٢)

و هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وإدراك عينة من الجمهور المصري لمحتوى المنتج من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي، مقارنة بالمحتوى المنتج من خلال العنصر البشري وطبقت الدراسة على عينة مكونة من (٤٠٠) مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن أبرز المجالات التي وُظفت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي كان من خلال المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، مع التعامل مع البيانات الضخمة، ثم خاصية التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي.

(١) فتحي محمد شمس الدين، دراسة مستقبل الإعلام والإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي في مصر، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، مصر، الإصدار ٢٤، ٢٠٢٢ م.

(٢) عمرو محمد محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، عدد (٥٥)، الجزء الخامس، ٢٠٢٠ م.

المبحث الثاني : دور الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني

أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي:

لا يمكن ان يمر يوم واحد دون ان نسمع عن التطورات الجديدة التي يشهدها العالم عبر الذكاء الاصطناعي اذا بات هذا المفهوم او المصطلح ينتشر انتشاراً واسعاً في هذه الايام، والذكاء الاصطناعي هو "اسم يطلق على أي نظام حاسوب يتم تدريبه على محاكاة السلوك البشري الذكي".

ويشير الذكاء إلى "انه الأنظمة والأجهزة التي تحاكي الذكاء البشري لأداء المهام والتي يمكن ان تحسن من نفسها استناداً إلى المعلومات التي تجمعها".^(١)

ويأتي مفهوم الذكاء الاصطناعي بشكل ادق وأضيق " فرع من علوم الكمبيوتر يركز على محاكاة الذكاء البشري" ^(٢).

ويعرف الذكاء الاصطناعي أيضاً بأنه " مجموعة من الأنظمة والتقنيات والتطبيقات والخوارزميات المبرمجة للقيام بأدوار بديلة او مساعدة عن الإنسان في مجالات صناعة المحتوى التلفزيوني، اذ تمتاز بالمهارة والسرعة الديناميكية واختصار الوقت والجهد" ^(٣).

ويرتبط مفهوم الذكاء الاصطناعي بالذكاء المرتبط بالأجهزة الرقمية أو الإلكترونية مثل الكمبيوتر والأجهزة الخلوية أو الروبوتات ^(٤).

ويرى الباحث ان مفهوم الذكاء الاصطناعي هو التقنيات والادوات التي تعمل على تمكين الحاسوب من تنفيذ مهام تشابه إلى حد كبير الذكاء البشري.

اما الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والعمل الصحفي فهو يشمل استخدام التقنيات في الحاسوب في تطوير وتحسين بعض العمليات الإعلامية تحليل وتبويب البيانات والمعلومات والمساهمة في جمع الاخبار وتحريرها واعادة صياغتها وتوليد المحتوى الإعلامي مثل التصوير الفيديو والمونتاج والجرافيك.

ولم تكن تقنيات الذكاء الاصطناعي بعيدة عن العمل الصحفي والإعلامي بل احدثت نقلة وتحولات سريعة في هذا المجال ووفر الذكاء سرعة كبيرة في نقل الخبر وتحريره واعادة صياغته بسهولة ولم تقتصر اثار الذكاء الاصطناعي الايجابية على وسيلة اعلام بعينها بل شملت جميعها القنوات الفضائية والاذاعات والصحف وحتى شبكات التواصل الاجتماعي وادوات الإعلام الجديد ^(٥).

(١) أحمد عبد الكافي عبد الفتاح، الصحافة الرقمية في عصر الذكاء الاصطناعي، (القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م)، ص ١٨٢.

(2)Broussard, and others. "Artificial Intelligence and Journalism". Journalism and Mass Communication Quarterly 96: 2019, p95.

(٣) سامية قمورة، وآخرون، الذكاء الاصطناعي بين الواقع والمأمول، الجزائر، ورقة علمية مقدمة للمؤتمر الدولي للذكاء الاصطناعي، ٢٠١٨ م، ص ٦.

(٤) حسين علي ابراهيم الفلاح، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاعلام التقليدي والرقمي، (الامارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٢٤م)، ص ٣٣.

(٥) عمرو محمد محمود عبد الحميد، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقية الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٥٥، الجزء ٥، ٢٠٢٠م، ص ص ٢٧٨٩-٢٨٦٠.

ثانياً : دور الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني:

يشهد القطاع التلفزيوني اليوم تحولاً جوهرياً بفعل التطورات المتسارعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث لم يعد دوره مقتصرًا على الجوانب التقنية المساندة، بل أصبح جزءاً أساسياً في عملية صناعة المحتوى، فمن خلال هذه التقنيات بات بالإمكان أتمتة مراحل عديدة من الإنتاج، وتطوير أساليب مبتكرة للمعالجة الإخبارية، وصياغة مواد إعلامية تتسم بالتفاعلية والدقة والسرعة، وهو ما يمنح القنوات التلفزيونية فرصاً أوسع للابتكار وتقديم محتوى يلبي احتياجات جمهور متنوع ومتغير باستمرار ويمكن تحديد أبرز أدوار الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني فيما يلي:

١. صناعة المحتوى التلفزيوني : تتنوع وتعدد تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساعد الصحفيين في كتابة المحتوى التلفزيوني وتقديمه، فالتقدم في صناعة الروبوتات ادخل الذكاء في الخدمة الإعلامية في كل مرحلة من مراحل صناعة المحتوى التلفزيوني، بالإضافة إلى وجود روبوتات ثابتة محل أجهزة الكمبيوتر الحالية ويتم التحكم بواسطتها بشبكات الانترنت الخارجية والداخلية للعديد من المؤسسات الإعلامية والاقمار الصناعية^(١).

٢. زيادة سرعة الانتاج التلفزيوني: تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى التلفزيوني بشكل اسرع وادق وبالتالي يتيح للمشاهدين من الوصول إلى المحتوى التلفزيوني خلال ثواني فقط.

٣. توفير الوقت : من خلال سرعة الحصول على المعلومات والاخبار وتحليل البيانات حيث تستخدم الروبوتات الذكية في غرف الاخبار لإعداد التقارير الإعلامية والنشرات الاخبارية^(٢).

٤. تقديم الاخبار المذيع الرقمي : حيث شهد عام ٢٠١٨ أول مذيع أخبار آلي يعمل بالذكاء الاصطناعي في العالم حيث يستطيع المذيع قراءة الاخبار مستنسخاً قدرة الانسان الحقيقي واطلقت بعض وسائل الإعلام العربية نماذج محاكاة المذيعين عبر الذكاء الاصطناعي^(٣).

ثالثاً: امثلة عن استفادة القنوات الفضائية من تقنيات الذكاء الاصطناعي^(٤) :

لم يعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مقتصرًا على المجالات الصناعية والتجارية، بل امتد ليشمل ميدان الإعلام والاتصال أيضاً، فقد اتجهت القنوات الفضائية العربية إلى الاستفادة من هذه التقنيات في مختلف أنشطتها اليومية، سواء في رصد الأخبار ومعالجتها أو في إنتاج وتقديم المحتوى أو حتى في تطوير تجربة المشاهدة، وفيما يلي بعض النماذج التطبيقية لذلك:

١. تُعد قناة العربية من أوائل القنوات العربية التي أدخلت تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملها الإعلامي. ففي عام ٢٠١٨ كشفت عن المذيع الافتراضية "تمارا"، التي ظهرت عبر تقنية الهولوجرام لتجسيد شخصية رقمية بوجه وصوت نسائي يقدمان الأخبار ويتابعان أحدث المستجدات من المواقع ووكالات الأنباء. وقد

(١) مصطفى عباس محمد رضا، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني، مجلة آداب المستنصرية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، العدد ١٠٢، ٢٠٢٣م، ص ٥٨٨، ٥٨٩.

(٢) محمد رضا حبيب، اشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الاخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٥، الجزء ٣، ٢٠٢٣م، ص ٣٥٤.

(٣) عمر أمدي، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الاعلام العربي : تجارب من الواقع والتحديات المطروحة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم العلاقات العامة، كلية ليوا، أبو ظبي ٥-٦ يونيو ٢٠٢٤م، ص ١٥٠.

(٤) عمر أمدي، المرجع نفسه، ص ١٥٢-١٥٣.

رافق المنصة روبوت متحرك يعرّف الزوار بالتجربة، ما أتاح لعدد من وسائل الإعلام العربية إجراء مقابلات صحفية مع "تمارا" كما لو كانت مذيعة حقيقية.

٢. أعلنت شبكة الجزيرة القطرية انضمام مديعتين تعملان بالذكاء الى طاقم فريقها وهما "ابتكار" و"نورا" وقدمت المذيعة نورا عبر الذكاء الاصطناعي برنامج هاشتاك عبر الجزيرة مباشر في عام ٢٠٢٣، كما وطلقت قناة الجزيرة منصة داخلية مدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي باسم منصة "البیب" وهي منصة توفر خدمة للصحفيين داخل قناة الجزيرة بتوليد النصوص والترجمة ومراجعة المحتوى وحتى مراجعة الافكار فضلا عن محاربة الاخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

٣. اظهرت دراسة حول التغيرات الرقمية في غرف الاخبار ان قناة سكاي نيوز وظفت تقنيات الواقع المعزز والهولوجرام قد ساهم بشكل كبير في تطوير المضمون الاخباري اذ مكنت هذه التقنيات من احياء الصورة التلفزيونية بأسلوب ثلاثي الابعاد يحاكي الواقع ويعزز من تجربة المشاهد وتفاعله مع الاحداث، كما اضافت أنظمة الذكاء الاصطناعي بعداً جديداً للصحفيين في التعامل مع المواد الإخبارية.

رابعاً : أبرز التحديات لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية :

التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل القنوات الفضائية، ظهرت مجموعة من التحديات التي تقف أمام هذا التحول الرقمي. فهذه التحديات لا تقتصر على الجانب التقني فحسب، بل تشمل أيضاً أبعاداً مهنية وأخلاقية وثقافية تؤثر في طبيعة العمل الإعلامي ومستقبله. ويمكن تلخيص أبرز هذه التحديات فيما يلي:

١. **تهديد الوظائف:** إن التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وقدرته على محاكاة الأعمال البشرية، مثل التحرير الصحفي، وجمع الأخبار، والإعداد، والإخراج، والتصميم، والمونتاج، أثار مخاوف واسعة بين الإعلاميين في القنوات الفضائية العربية، بل وحتى العراقية، من احتمالية فقدان وظائفهم وتراجع فرص العمل المتاحة لهم.

٢. **الخصوصية والأمان:** استخدام الذكاء الاصطناعي في جمع وتحليل البيانات يثير مخاوف كبيرة حول سرية المعلومات وأمانها، فإذا لم تتم حماية البيانات بشكل جيد، قد يتم استغلالها أو تسريبها دون علم أو موافقة المستخدمين وهذا ما دفع الرئيس الأمريكي السابق جو بايدن والاتحاد الأوروبي إلى وضع قوانين صارمة لتنظيم عمل شركات التكنولوجيا الكبرى، مثل ما يحدث في فرنسا وإيطاليا وإسبانيا، للتأكد من أن هذه التقنيات تُستخدم بما يحافظ على خصوصية الناس^(١).

٣. **الأخطاء والدقة:** الذكاء الاصطناعي ليس معصوماً من الأخطاء، فقد يعطي في بعض الاحيان نتائج غير دقيقة أو مضللة أو خاطئة، مما قد يؤثر على مصداقية المؤسسات الإعلامية ومنها القنوات الفضائية عند اعتمادها على هذه الأنظمة بشكل كامل.

٤. **الاعتماد المفرط :** الإفراط في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يقلل من دور الصحفيين ويضعف مهاراتهم في الكتابة وجمع المعلومات والتحليل وهذا يجعل القنوات الفضائية عرضة لمشاكل إذا حصلت أعطال أو أخطاء تقنية.

(١) عدنان سعد الزعبي، استخدام الذكاء الاصطناعي على تطور وسائل الإعلام في الأردن، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم العلاقات العامة، كلية ليوا، أبو ظبي ٥-٦ يونيو ٢٠٢٤م، ص ٣٤٥.

٥. **الأخلاقيات والمسؤولية:** هناك قضايا أخلاقية مهمة تتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي، خصوصاً عندما يحدث خطأ أو يتم نشر معلومة غير صحيحة، يبقى السؤال: من المسؤول؟ هل هو الصحفي الذي استخدم الأداة أم النظام نفسه؟.

٦. **حقوق النشر والملكية الفكرية:** الذكاء الاصطناعي يُدرب على كميات ضخمة من الصور والفيديوهات والنصوص والأصوات الموجودة أصلاً، وقد يُنتج محتوى يشبهها هذا قد يتعارض مع حقوق الملكية الفكرية وقوانين النشر إذا استُخدمت المواد دون إذن أصحابها^(١).

ومع هذه التحديات والمخاوف فقد أصدرت شركة الاستثمارات المهنية في أمريكا عام ٢٠١٩ توقعت أن ٨٠٠ مليون عامل على مستوى جميع العالم سيخسرون وظائفهم في حلول سنة ٢٠٣٠ وسيتم استبدالهم بالأنظمة الآلية، فيما سيحتاج نحو ٣٥٧ مليون شخص إلى تعلم فنون ومهارات جديدة وتغيير وظائفهم إلى وظائف مطلوبة في سوق العمل في العالم ومن ضمن هؤلاء الإعلاميين والعاملين في مجال الصحافة ولم تكون هذه الدراسة هي الوحيدة التي تطرقت إلى فقدان الوظائف بسبب تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي وفي هذا العام ٢٠٢٥ أجرى مجموعة من الباحثين من جامعة برينستون الأمريكية دراسة حول أكثر المهن تأثراً بتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي خصوصاً بعد انتشار Chat gpt القادر على إجراء المحادثات مع العنصر البشري وكانت بحسب الدراسة مهنة الصحافة والعمل الإعلامي واحدة من المهن المهددة^(٢).

ويرى الباحث أن الوعي بالتحديات المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعامل معها يُسهم في مساعدة المؤسسات الإعلامية، خاصة في الوطن العربي وبلدي العراق، على تحقيق توازن بين الاستفادة من مزايا هذه التقنيات والحد من أثارها السلبية لذا فإن تطوير واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ينبغي أن يتم وفق ضوابط تضمن التوافق مع القوانين المحلية والدولية، ومعايير السلوك الأخلاقي المهني.

المبحث الثالث: بيئة العمل الإعلامي في ظل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

تمهيد:

شهدت بيئة العمل الإعلامي تحولات جوهرية في السنوات الأخيرة نتيجة التطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا، ولا سيما في مجال الذكاء الاصطناعي، الذي بدأ يفرض نفسه بقوة على مختلف جوانب العملية الإعلامية. فقد أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي تُستخدم في تحرير الأخبار، وإنتاج المحتوى، وتحليل البيانات، بل وحتى في التفاعل مع الجمهور وتخصيص الرسائل الإعلامية.

أمام هذه التحولات، أصبح لزاماً على المؤسسات الإعلامية، خصوصاً في البيئات الإعلامية النامية مثل العراق، أن تواكب هذه الثورة التقنية وتحلّل أثارها على ممارساتها المهنية وبُناها التشغيلية. ومن هنا تنبع أهمية هذا المبحث الذي يركّز على الواقع الميداني لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل بيئة العمل الإعلامي في القنوات الفضائية العراقية، من خلال دراسة ميدانية لعينة من الإعلاميين العاملين في هذه القنوات.

(١) امجد عبد القادر عوض، مستقبل الإعلام في العالم العربي في ظل تطورات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم العلاقات العامة، كلية ليوا، أبو ظبي ٥-٦ يونيو ٢٠٢٤م، ص ٤٧٢.

(2) Leiser, M.R. Bias, journalistic endeavours, and the risks of artificial intelligence. In Artificial Intelligence and the Media , Edward Elgar Publishing, 2022, pp, 8- 32.

يسعى هذا المبحث إلى الوقوف على مدى إدراك الإعلاميين لطبيعة هذه التقنيات، وأنماط استخدامها، وتحدياتها، وفرصها، فضلاً عن تأثيرها في الجوانب المهنية، مثل: الإنتاج الصحفي، والتخطيط البرامجي، واتخاذ القرار التحريري. كما يسلط الضوء على مواقف العاملين من تبني الذكاء الاصطناعي، وانعكاسات ذلك على مستقبل العمل الإعلامي في العراق.

❖ نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

١. توزيع العينة حسب متغير الجنس :

جدول (١) يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الجنس
الأولى	٧٢%	٣٦	ذكر
الثانية	٢٨%	١٤	انثى
	١٠٠%	٥٠	المجموع

توضح نتائج جدول توزيع العينة حسب متغير الجنس ان الذكور يمثلون أغلبية العينة وهذا الامر يعكس واقع بيئة العمل في القنوات الفضائية العراقية، حيث لاتزال المهن مثل المراسل والمذيع والخراج الفني يغلب عليها الذكور بينما نسبة الاناث أقل نسبياً خصوصاً في المجالات التقنية والفنية.

٢. توزيع العينة حسب متغير العمر :

جدول (٢) يبين توزيع العينة حسب متغير العمر

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
الأولى	٥٠	٢٥	٢٥-٣٤
الثانية	٢٨%	١٤	٣٥-٤٤
الثالثة	١٢%	٦	٤٥ فأكثر
الرابعة	١٠%	٥	أقل من ٢٥
	١٠٠%	٥٠	المجموع

توضح النتائج ان الفئة العمرية ٢٥-٣٤ سنة هي الأكثر تمثيلاً ٥٠ ما يعكس أن غالبية المشاركين من الفئة الشابة العاملة في المجال الإعلامي في القنوات الفضائية العراقية، في المقابل جاءت نسبة الفئة اقل من ٢٥ سنة منخفضة ١٠% وهذا يتناسب كون هذه الفئة غالباً ما تضم طلاب حديثي التخرج الذين لم ينخرطوا بعد في سوق العمل.

٣. توزيع العينة حسب متغير سنوات الخبرة

جدول (٣) يبين العينة حسب متغير سنوات الخبرة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
الأولى	٣٦%	١٨	٥-١٠
الثانية	٢٤%	١٢	١١-١٥
الثالثة	٢٠%	١٠	أقل من ٥ سنوات
الثالثة	٢٠%	١٠	أكثر من ١٥ سنة
	١٠٠%	٥٠	المجموع

يتضح من خلال النتائج ان نسبة المشاركين ٣٦% لديهم خبرة متوسطة تتراوح بين ٥-١٠ سنوات، تليها فئة من لديهم خبرة من ١١ سنة إلى ١٥ سنة بنسبة ٢٤%، كما ان هناك حضوراً متوازناً تقريباً لفئة المبتدئين أقل من ٥ سنوات ٢٠% وفئة الخبرة الطويلة أكثر من ١٥ سنة بنسبة ٢٠%، وهذا التوزيع يبين ان العينة تضم مزيجاً من الخبرات المتنوعة مما يجعل النتائج أكثر شمولية لمختلف المستويات المهنية في القنوات الفضائية العراقية.

٤. توزيع العينة حسب الدور الوظيفي

جدول (٤) يبين توزيع العينة حسب متغير الدور الوظيفي في القنوات الفضائية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموقع الوظيفي
الأولى	٣٠%	١٥	مراسل
الثانية	٢٦%	١٣	محرر
الثالثة	٢٤%	١٢	مذيع
الرابعة	٢٠%	١٠	فني
	١٠٠%	٥٠	المجموع

تشير النتائج ان أكبر نسبة جاءت من فئة المراسلين ٣٠% يليهم المحررون ٢٦% ثم المذيعون ٢٤% وأخيراً الفنيون ٢٠% هذا التوزيع يعكس تنوعاً جيداً للعينة ويسمح بدراسة متوازنة لوجهات النظر.

٥. مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

جدول (٥) يبين مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المستوى
الأولى	٢٦%	١٣	منخفض
الثانية	٤٤%	٢٢	متوسط
الثالثة	٣٠%	١٥	مرتفع
	١٠٠%	٥٠	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول ان النسبة الأكبر ٤٤% وهي متوسط الاستخدام، بينما ٣٠% فئة الاستخدام المرتفع، و٢٦% فقط الاستخدام المنخفض، وهذا التوزيع يظهر ان غالبية العاملين في القنوات الفضائية العراقية لديهم درجة ملموسة من الاستخدام لتقنيات الذكاء الاصطناعي مع نسبة معتبرة بدأت نحو الاستخدام المتقدم.

٦. الأدوات الأكثر استخداماً في الذكاء الاصطناعي

جدول (٦) يبين الأدوات الأكثر استخداماً في تقنيات الذكاء في القنوات الفضائية العراقية

نسبة الاستخدام	الأدوات
٦١%	التحرير (تحرير وصياغة النصوص وتلخيص النصوص وابتكار العناوين)
٢٨%	توليد الصور والفيديو (إنتاج صور وتصميم فيديوهات)
١٥%	الإخراج والمونتاج (قص ودمج واستخدام مؤثرات الصوت والصورة)
١٠٠%	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات ان فئة التحرير جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦١ % لان النسبة الأكبر من الصحفيين يحتاجون بشكل اساسي ويومي إلى ادوات تساعدهم على تحسين جودة الكتابة وسرعة الإنجاز، بينما جاءت في المرتبة الثانية فئة توليد الصور والفيديو بنسبة ٢٨ % لان هذه الفئة تشمل انتاج الصور والفيديوهات التي تعزز جاذبية المشاهد والعمل الإعلامي في القنوات الفضائية، بينما جاءت في المرتبة الاخيرة فئة الإخراج والمونتاج بنسبة ١٥% وهذا يدل على ان هذا المجال مازال بمرحلة النمو عند الإعلاميين في العراق.

٧. محور اعتماد الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

جدول (٧) يبين اعتماد الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

الرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
الأولى	٧٦.٧	٠.٧٨١	٢.٣	٢٠%	٣٠%	٥٠	استخدم الأدوات أسبوعياً
الثانية	٧٢.٧	٠.٨١٧	٢.١٨	٢٦%	٣٠%	٤٤%	المؤسسة تشجع على الاستخدام
الثالثة	٦٧.٣	٠.٨٣٦	٢.٠٢	٣٤%	٣٠%	٣٦%	لدينا اشتراكات بأدوات متقدمة
الرابعة	٥٤.٧	٠.٧٩٤	١.٦٤	٥٦%	٢٤%	٢٠%	تلقيت تدريب رسمياً

يتضح أن من خلال النتائج ان اكبر عتبة امام اعتماد القنوات الفضائية العراقية على الذكاء الاصطناعي هي ضعف التدريب حيث ان ٥٦% من العينة لا يتفقون، في حين ان نسبة ٥٠ يستخدمون ادوات الذكاء الاصطناعي أسبوعياً، ام الاشتراكات والوصول للأدوات المتقدمة فهي متوسطة لكننا لاتزال إلى المستوى المطلوب لان اغلب الاشتراكات في برامج الذكاء الاصطناعي مقابل الأموال والبرامج المجانية تكون ذات ادوات محدودة في العمل الإعلامي وهذا الأمر يصعب على الصحفيين استخدامه .

تُظهر النتائج أيضاً اعتماداً عملياً مرتفعاً على أدوات الذكاء الاصطناعي (استخدام أسبوعي: متوسط ٢.٣٠، أهمية ٧٦.٧%) مقابل ضعف واضح في التدريب الرسمي (متوسط ١.٦٤، أهمية ٥٤.٧%)، مع تقارب ملحوظ في آراء العينة (الانحراف المعياري ٠.٧٨-٠.٨٣).

٨. محور جودة المحتوى في تقنيات الذكاء الاصطناعي

جدول (٨) يبين جودة المحتوى في تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

الرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
الثالثة	٨٤.٠	٠.٧٢٨	٢.٥٢	١٤%	٢٠%	٦٦%	تحسنت جودة الصياغة والتحرير
الثانية	٨٥.٣	٠.٦٩٧	٢.٥٦	١٢%	٢٠%	٦٨%	تقلل الأخطاء اللغوية
الرابعة	٨١.٣	٠.٧٢٦	٢.٤٤	١٤%	٢٨%	٥٨%	تتسع زوايا المعالجة الإخبارية
الأولى	٨٦.٧	٠.٦٦٣	٢.٦	١٠%	٢٠%	٧٠%	تساعدني على ابتكار أفكار جديدة
الخامسة	٧٢.٧	٠.٧٩٢	٢.١٨	٢٤%	٣٤%	٤٢%	تزداد دقة المحتوى الواقعي

يتضح من النتائج ان أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي عند الصحفيين والإعلاميين العراقيين العاملين في القنوات الفضائية العراقية جاءت أولاً تساعدني على ابتكار أفكار جديدة بنسبة ٧٠% اتفق و ٢٠% محايد و ١٠% لا اتفق، وجاءت فقرة تقليل الأخطاء اللغوية اثناء عمليات التحرير والكتابة في المرتبة الثانية حيث جاءت ٦٨% بنسبة اتفق و ٢٠% محايد و ١٢% فقط لا اتفق، بينما جاءت فقرة تحسنت جودة الصياغة والتحرير اتفق بنسبة ٦٦% و ٢١% محايد و ١٣% فقط لا اتفق وهنا يتضح ان أكثر استخدام الصحفيين الان لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات التحرير والتصحيح واعادة صياغة الجمل التي يستخدمها الصحفيين بكثرة اثناء كتابة وتحرير النشرات الاخبارية او العناوين الصحفية.

وتظهر النتائج أثراً قوياً في ابتكار الأفكار (أعلى بند: متوسط ٢.٦٠؛ أهمية ٨٦.٧%) مقابل أثر أضعف في دقة المحتوى الواقعي (أدنى بند: متوسط ٢.١٨؛ أهمية ٧٢.٧%) ضمن نطاق المتوسطات ٢.٦٠-٢.١٨ والأهمية ٧٢.٧%-٨٦.٧%.

٩. محور الكفاءة والانتاجية

جدول (٩) يبين الكفاءة والانتاجية في تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

الرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
الأولى	٨٩.٣	٠.٦١٤	٢.٦٨	٨%	١٦%	٧٦%	أنجز المهام أسرع
الثانية	٨٥.٣	٠.٦٩٧	٢.٥٦	١٢%	٢٠%	٦٨%	أستطيع انتاج مواد أكثر
الثالثة	٧٩.٣	٠.٧٩٧	٢.٣٨	٢٠%	٢٢%	٥٨%	تقلل الأعمال الروتينية
الرابعة	٧٣.٣	٠.٨٤٩	٢.٢	٢٨%	٢٤%	٤٨%	توفر الأدوات وقت التحرير

يتضح من خلال بيانات الجدول أن فقرة انجاز المهام أسرع ٧٦% وفقرة أستطيع إنتاج مواد أكثر ٦٨% هما الفائدتان الأبرز في تقنيات الذكاء الاصطناعي، في حين ان فقرة توفير الأدوات وقت التحرير جاءت بنسبة ٤٨% فقط، ومن خلال هذا الجدول نستنتج ان تأثير الذكاء الاصطناعي على العمليات الفنية لايزال اقل من تأثيره على العمليات التحريرية وتصحيح الأخطاء والاملاء.

تراوحت المتوسطات المرتفعة نسبياً (٢.٦٨-٢.٢٠) والأهمية (٧٣.٣%-٨٩.٣%)، الأعلى (أنجز المهام أسرع) (٢.٦٨؛ ٨٩.٣%) والأدنى (توفر الأدوات وقت التحرير) (٢.٢٠؛ ٧٣.٣%).

١٠. محور الأخلاقيات والمصادقية

جدول (١٠) يبين الأخلاقيات والمصادقية في تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

الرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
الأولى	٨٨.٠	٠.٦٥٦	٢.٦٤	١٠%	١٦%	٧٤%	مخاطر تزييف (معلومات مضللة)
الثانية	٨٠.٧	٠.٧٥١	٢.٤٢	١٦%	٢٦%	٥٨%	أخشى انتهاك حقوق الملكية
الثالثة	٧٤.٠	٠.٨٠٧	٢.٢٢	٢٤%	٣٠%	٤٦%	يقلل التحقق من المصادر
الرابعة	٧٧.٣	٠.٧٨٦	٢.٣٢	٢٠%	٢٨%	٥٢%	تقل البصمة الإبداعية للصحفي
الخامسة	٦٤.٧	٠.٨٣٥	١.٩٤	٣٨%	٣٠%	٣٢%	غياب السياسة التحريرية

تبين نتائج جدول محور الأخلاقيات والمصادقية ان ٧٤% من المشاركين في الاستبيان يرون ان هناك تهديد حقيقي بسبب مخاطر التزييف (المعلومات المضللة) بسبب تقنيات الذكاء الاصطناعي وهذه تمثل نقطة مهمة في الإعلام لان فقدان الثقة بالمؤسسة الإعلامية تجعل الجمهور ينصرف عنها، وان أكثر من نصف العينة ٥٨% يشعرون بمخاوف انتهاك حقوق الملكية بسبب استخدام هذه التقنيات وهذا الأمر قد يعرض وسائل الإعلام ومنها القنوات الفضائية إلى اشكالات قانونية.

تراوحت المتوسطات ١.٩٤-٢.٦٤ (أهمية ٦٤.٧%-٨٨%)، الأعلى (مخاطر التزييف) ٨٨/٢.٦٤، الأدنى (غياب السياسة التحريرية) ٦٤.٧/١.٩٤.

١١. محور الأثر الوظيفي والتدريب

جدول (١١) يبين الأثر الوظيفي والتدريب في تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

الرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
الأولى	٩٠.٠	٠.٦٠٨	٢.٧	٨%	١٤%	٧٨%	أحتاج تدريب مستمر
الثانية	٨٤.٧	٠.٧٢٧	٢.٥٤	١٤%	١٨%	٦٨%	تهديد بعض الأدوار التقليدية
الثالثة	٨٠.٠	٠.٧٤٨	٢.٤	١٦%	٢٨%	٥٦%	الأدوات تخلق وظائف جديدة
الرابعة	٥٠.٧	٠.٧٥٥	١.٥٢	٦٤%	٢٠%	١٦%	الإدارة تقيس مهارتنا الرقمية باستمرار

من نتائج الجدول نستنتج أن المشاركين من الصحفيين والاعلاميين العراقيين في القنوات الفضائية يخشون فقدان وظائفهم بعد دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي حيث جاءت فقرة تهديد بعض الادوار التقليدية بنسبة ٦٨% في حين جاءت لا اتفق بنسبة ١٤% فقط وهذه النسبة تؤكد خشية الصحفيين من هيكلة وظائفهم بعد قيام الذكاء الصناعي بها وقد يكون هذا الهاجس لدى كل الصحفيين في العالم وليس في العراق فقط، كما اشار ان غالبية المشاركين في الاستبيان بحاجة إلى التدريب المستمر وهو ما يتطلب من المؤسسات الإعلامية دعم مجال التدريب للاستفادة من خدمات الذكاء الاصطناعي.

تشير نتائج هذا المحور ان المتوسطات ١.٥٢-٢.٧٠ (أهمية ٥٠.٧%-٩٠%)، الأعلى (أحتاج تدريباً مستمراً) ٩٠/٢.٧٠، الأدنى (الإدارة تقيس مهارتنا الرقمية باستمرار) ٥٠.٧/١.٥٢.

١٢. محور التحديات التقنية والتنظيمية

جدول (١٢) يبين التحديات التقنية والتنظيمية في تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية

الرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا اتفق	محايد	اتفق	الفقرة
الأولى	٧٨.٧	٠.٧٩٤	٢.٣٦	٢٠%	٢٤%	٥٦%	ضعف اللغة العربية في الادوات
الثانية	٧٦.٠	٠.٨٤٩	٢.٢٨	٢٦%	٢٠%	٥٤%	مقاومة التغيير لدى العاملين
الثالثة	٧٤.٧	٠.٨١٤	٢.٢٤	٢٤%	٢٨%	٤٨%	ضعف البنية التحتية والانترنت
الرابعة	٧٤.٠	٠.٨٠٧	٢.٢٢	٢٤%	٣٠%	٤٦%	ضعف تكامل الأدوات مع أنظمة العمل

تشير النتائج أن أبرز التحديات يتمثل في دعم اللغة العربية ٥٦% وتجدر الإشارة لحاجة لتطوير نسخ عربية من تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي وأيضاً مشكلة ضعف اللغة الإنكليزية لدى أغلب العاملين وهو ما يحد من استفادتهم من أدوات الذكاء الاصطناعي التي لا تدعم اللغة العربية بشكل كافٍ في القنوات الفضائية العراقية ومقاومة التغيير لدى العاملين في القنوات الفضائية ٥٤% وهما عاملان يؤثران بالمباشر على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية وتأتي مقاومة التغيير بسبب مخاوف الإعلاميين من فقدان وظائفهم في حال اعتماد تقنيات الذكاء في المؤسسات الإعلامية. وتحليل المتوسطات الحسابية والأهمية النسبية، تبين ما يلي ان المتوسطات ٢.٢٢-٢.٣٦ (أهمية ٧٤%- أنظمة العمل) ٢.٢٢/٧٤%، الأعلى (ضعف اللغة العربية في الأدوات) ٢.٣٦/٧٨.٧%، الأدنى (ضعف تكامل الأدوات مع أنظمة العمل) ٢.٢٢/٧٤%.

❖ الاستنتاجات :

١. من خلال تحليل نتائج الدراسة الميدانية، يمكن التوصل إلى الاستنتاجات الآتية:
١. يتسم مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بكونه متوسطاً إلى مرتفع لدى غالبية العاملين في القنوات الفضائية العراقية، ولا سيما في مجال التحرير وإعادة الصياغة والتصحيح مما يشير إلى وجود توجه متنامٍ نحو الاعتماد على هذه الأدوات في العمل الإعلامي.
٢. رغم الفوائد المتحققة برزت عدة تحديات تقنية وتنظيمية تواجه الاعتماد على الذكاء الاصطناعي أهمها :
ضعف التدريب الرسمي، محدودية دعم اللغة العربية، ضعف البنية التحتية للإنترنت، ومقاومة التغيير من قبل بعض العاملين.
٣. أظهرت النتائج وجود مخاوف حقيقية من مخاطر التزييف والتضليل وانتهاك حقوق الملكية الفكرية، الأمر الذي قد يهدد مصداقية المؤسسات الإعلامية.
٤. بيّنت الدراسة وجود قلق وظيفي لدى الإعلاميين العراقيين يتمثل في تهديد بعض الأدوار التقليدية بفعل الذكاء الاصطناعي.
٥. أبرزت النتائج هناك حاجة ملحة إلى التدريب المستمر والتأهيل المهني لتمكين الصحفيين العراقيين من مواكبة التطورات التكنولوجية وتعزيز قدرتهم على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي بفاعلية.

❖ التوصيات :

١. استناداً إلى نتائج البحث نوصي بما يأتي:
١. تعزيز برامج التدريب والتأهيل المستمر للعاملين في القنوات الفضائية، بما يضمن رفع كفاءتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال.
٢. وضع سياسات تحريرية وأخلاقية واضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وذلك للحد من مخاطر التضليل وضمان مصداقية المحتوى أمام الجمهور.
٣. اعتماد استراتيجيات مؤسسية متوازنة تحمي الأدوار التقليدية للعاملين، مع استحداث فرص وظيفية جديدة ناتجة عن التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية.

❖ قائمة المراجع :

١. أحمد عبد الكافي عبد الفتاح، الصحافة الرقمية في عصر الذكاء الاصطناعي (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م).
٢. أمجد عبد القادر عوض، "مستقبل الإعلام في العالم العربي في ظل تطورات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم العلاقات العامة، كلية ليوا، أبوظبي، ٥-٦ يونيو ٢٠٢٤م.
٣. عمر أمدي، "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العربي: تجارب من الواقع والتحديات المطروحة"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم العلاقات العامة، كلية ليوا، أبوظبي، ٥-٦ يونيو ٢٠٢٤م.
٤. عمرو محمد محمود عبد الحميد، "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقية الجمهور المصري"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، الجزء ٥، ٢٠٢٠م.
٥. حسين علي إبراهيم الفلاح، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام التقليدي والرقمي (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٢٤م).
٦. سامية قمورة وآخرون، "الذكاء الاصطناعي بين الواقع والمأمول"، ورقة علمية مقدمة إلى المؤتمر الدولي للذكاء الاصطناعي، الجزائر، ٢٠١٨م.
٧. عدنان سعد الزعبي، "استخدام الذكاء الاصطناعي على تطور وسائل الإعلام في الأردن"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني لقسم العلاقات العامة، كلية ليوا، أبوظبي، ٥-٦ يونيو ٢٠٢٤م.
٨. محمد رضا حبيب، "إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٢٥، الجزء ٣، ٢٠٢٣م.
٩. مصطفى عباس محمد رضا، "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني"، مجلة آداب المستنصرية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، العدد ١٠٢، ٢٠٢٣م.

10. Broussard, Meredith, Nicholas Diakopoulos, Andrea L. Guzman, Rediet Abebe, Michel Dupagne, and Ching-Hua Chuan. "Artificial Intelligence and Journalism." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96, no. 3, (2019).

11. Leiser, M. R. Bias, Journalistic Endeavours, and the Risks of Artificial Intelligence. *In Artificial Intelligence and the Media: Reconsidering Rights and Responsibilities*, edited by Taina Pihlajarinne and Anette Alén-Savikko. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2022.

❖ قائمة المراجع المترجمة:

- 1) Ahmed Abdel Kafi Abdel Fattah, Digital Journalism in the Age of Artificial Intelligence (Cairo: Taiba Publishing and Distribution Foundation, 2003).
- 2) Amjad Abdel Qader Awad, "The Future of Media in the Arab World in Light of Developments in the Use of Artificial Intelligence Applications," a paper submitted to the Second Scientific Conference of the Department of Public Relations, Liwa College, Abu Dhabi, June5-6- 2024.
- 3) Omar Amdi, "The Use of Artificial Intelligence Technologies in Arab Media: Real-World Experiences and Challenges," a paper submitted to the Second Scientific Conference of the Department of Public Relations, Liwa College, Abu Dhabi, June5-6- 2024.
- 4) Amr Mohamed Mahmoud Abdel Hamid, "Employing Artificial Intelligence Applications in Media Content Production and Their Relationship to the Credibility of the Egyptian Public," Journal of Media Research, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University, Issue.55, Part, 5- 2020.
- 5) Hussein Ali Ibrahim Al-Falahi, Applications of Artificial Intelligence in Traditional and Digital Media (UAE: Dar Al-Kitab Al-Jami'I, 2024).
- 6) Samia Qamoura et al., "Artificial Intelligence: Between Reality and Hope," a scientific paper presented at the International Conference on Artificial Intelligence, Algeria, 2018.
- 7) Adnan Saad Al-Zoubi, "The Use of Artificial Intelligence in the Development of Media in Jordan," a paper presented at the Second Scientific Conference of the Department of Public Relations, Liwa College, Abu Dhabi, , June5-6- 2024.
- 8) Muhammad Reda Habib, "Problems of Using Artificial Intelligence Journalism from the Perspective of Egyptian Journalists and Its Impact on the Quality of News and Media Coverage in News Organizations," Scientific Journal of Journalism Research, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Issue, 25- Part, 3 - 2023.
- 9) Mustafa Abbas Muhammad Reda, "Employing Artificial Intelligence Technologies in Television Content Production," Journal of Al-Mustansiriya Arts, Faculty of Arts, Al-Mustansiriya University, Issue 102, 2023.