

The Level of Iraqi Journalists' Use of Artificial Intelligence Applications in News Content Creation: A Field Study

مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري: دراسة ميدانية

Dr. Turki Hassan Najm^{*,1}
College of Arts – University of Kirkuk^{*,1}

الدكتور تركي حسن نجم^{*,1}
جامعة كركوك - كلية الآداب^{*,1}

ABSTRACT

this research aims to identify the extent to which iraqi journalists utilize artificial intelligence applications in news content creation, determining usage rates and fields across various media platforms. it also addresses the challenges faced by journalists and proposes key recommendations. the study employed a descriptive survey methodology, utilizing a questionnaire distributed to a purposive sample of (75) journalists in kirkuk governorate. key findings include: the usage rate of ai applications in building news content is moderate, reaching 40%. results indicate that ai applications significantly impact news production and editing—in terms of speed, quality, and potential risks—at a rate of 77.8%. furthermore, the findings reveal that "translation" of news content ranked first among the fields using ai applications in media, at 15.28%. these results highlight the digital transformation within the iraqi journalistic landscape.

الخلاصة

استهدف البحث التعرف على مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري، وتحديد معدلات ومجالات استخدامها في وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى رصد التحديات والمقترحات ذات الصلة. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي بتطبيق استمارة استبيان على عينة عمدية قوامها (75) مبحوثاً من الصحفيين في محافظة كركوك. وقد خلص البحث إلى نتائج جوهرية؛ أبرزها أن معدل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري جاء بنسبة متوسطة بلغت 40%. كما كشفت النتائج أن هذه التطبيقات تلعب دوراً مؤثراً في عملية إنتاج الأخبار وتحريرها، سواء من حيث السرعة والجودة أو المخاطر المحتملة، بنسبة بلغت 77.8%. وفي سياق المجالات التطبيقية، تصدرت فئة "الترجمة" للمحتوى الإخباري مقدمة المجالات المستخدمة في وسائل الإعلام بنسبة 15.28%. يسعى البحث من خلال هذه الأرقام إلى تقديم رؤية واقعية لمستقبل الصحافة الرقمية في العراق في ظل الثورة التقنية الحالية.

الكلمات المفتاحية:

الصحفيون العراقيون، الذكاء الاصطناعي، المحتوى الإخباري.

Keywords:

Iraqi journalists, artificial intelligence, news content.

Received	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الإلكتروني
2/7/2025	7/12/2025	15/3/2026

المقدمة:

أصبح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الحديثة امراً شائعاً في حياتنا اليومية جزءاً لا يتجزأ من وسائل الاعلام وذلك يظهر في انتاج وبناء المحتوى الاخباري بشكل رقمي يتم من خلاله واستكمال النص تلقائياً وذلك باستخدام معالجات اللغة الطبيعية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي ، حيث ان وسائل الاعلام لا يمكنها الاستمرار والبقاء على قيد الحياه دون دعم التكنولوجيا ولطالما كانت ادوات التكنولوجيا الحديثة مطلوبة لكي يتم استخدامها في تطوير العمل الاعلامي فقد كانت المؤسسات الإعلامية من اوائل المتبنين الابتكارات التكنولوجية ، لمواجهة الازمات التي تباغت عالم اليوم سواء كانت طبيعية او من صنع البشر، استجابة منها للمسؤولية المجتمعية عن طريق انشاء نظم اعلامية قوية تساعد في انتاج انشاء المحتوى الإعلامي وتوزيعه وكذلك وابتكار أساليب وطرق جديدة للوصول الى الجمهور واستغلال كل الأدوات والتطبيقات التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة، فلم يعد التوزيع الرقمي خياراً بل اصبح ضرورة ملحة وحتمية حتماً للبحث عن طرق انتاج رقمية جديدة تساعد في الحصول على المعلومات والمساعدة في تنظيمها وبناءها والتأكد من صحتها وصولاً الى إنتاج محتوى اخباري بتكلفة اقل واكثر موثوقية واصالة من خلال ادوات الانتاج السحابية التي تستطيع المساعدة بشكل كبير في انتاج المحتوى الاخباري المطلوب في سرعة ودقة مما يوسع مديات تأثيرها على الممارسة الصحفية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تمثل المشكلة البحثية" عبارة عن تساؤل أو بعض التساؤلات الغامضة التي تدور في ذهن الباحث حول موضوع البحث أو الدراسة التي اختارها، وهي تساؤلات تحتاج إلى تفسير يسعى الباحث إلى إيجاد إجابات شافية وواقية لها وقد تكون المشكلة البحثية عبارة عن موقف غامض يحتاج إلى تفسير وإيضاح" (1) ، مع التطور التكنولوجي السريع باتت تطبيقات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً متزايداً في بناء وصناعة المحتوى الإخباري في وسائل الاعلام ، إلا أن واقع استخدامها في العراق لا يزال غير واضح المعالم ويحتاج الى مزيد من البحث ، في وقت بدأت وسائل الإعلام العالمية، تعمل على الاستفادة من المزايا التي توفرها تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال المساعدة في تحرير الاخبار وانتاج المحتوى الاخباري لغرض التأكد من صحتها ، وتوزيعها وتمكين مسارات المنافسة والسبق الصحفي لإبراز الهوية كقيمة وهدف تسعى اليه كل وسائل الاعلام بمختلف اشكالها الى تحقيقه وبناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تحدد في الإجابة عن

(1) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧ م)، ص ٣٠.

التساؤل الرئيس للبحث : ما مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري؟ ويتفرع من التساؤل الرئيس للبحث التساؤلات الفرعية التالية:

- ١- ما معدل استخدام الصحفيين العراقيين تطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري؟
- ٢- ما طبيعة استخدام الذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار وتحريرها؟
- ٣- ما مجالات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري؟
- ٤- ما التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري؟
- ٥- ما دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تيسير العمل الصحفي؟
- ٦- ما المقترحات الخاصة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري؟

ثانياً: أهمية البحث:

تكتسب البحوث العلمية أهميتها في ضوء عناصر عدة ، ترتبط بعضها بالمجتمع بشكل تسهم في حل مشكلاته فضلاً عما يمكن ان تمثله من إضافة علمية مهمة الى المعرفة العلمية في ميدان التخصص الذي تنتمي اليه^(١) ، وعليه فإن أهمية تكمن في الاتي:

- ١- الأهمية الكبيرة التي بدأت تشكلها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامية.
- ٢- أهمية دراسة مدى الجاهزية التي توليها المؤسسات الإعلامية العراقية لمواكبة التحول الرقمي.
- ٣- أهمية دراسة دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال تحسين جودة وسرعة إنتاج الأخبار.

ثالثاً: أهداف البحث:

- ١- معرفة مستوى استخدام الصحفيين العراقيين بالتطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري.
- ٢- الكشف عن معدل استخدام الصحفيين العراقيين تطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري.
- ٣- معرفة أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار وتحريرها.
- ٤- التعرف على مجالات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري.
- ٥- رصد التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري.
- ٦- معرفة دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تيسير العمل الصحفي.
- ٧- تحديد المقترحات أو المواقف الخاصة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري.

رابعاً: مجالات البحث

- ١- **المجال المكاني:** (Place Field) تم توزيع استمارة الاستبيان يدويا الى عينة من الصحفيين العراقيين في محافظة كركوك.
- ٢- **المجال الزمني:** (Time Field) قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة البحث خلال الفترة من ٢٠٢٥/٩/١٥ ولغاية ٢٠٢٥/١٠/١٥ م.

(١) سيف الدين حسين خلف ، معالجة القنوات الفضائية لازمة الرسوم الكاريكاتيرية الفرنسية ودورها في استثارة مشاعر الكراهية لدى المسلمين لقيم العلمانية والمواطنة الغربية دراسة تحليلية ميدانية أطروحة دكتوراة غير منشورة ، كلية الاعلام - جامعة بغداد ، ٢٠٢٢ م، ص ٨.

٣- **المجال الموضوعي:** حدد الباحث في دراسة مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في الصحفيين العراقيين العاملين في وسائل الاعلام المكتوبة والمسموعة والمقروءة والرقمية كمحررين ومراسلين ومنتجين.

أما **عينة البحث:** تمثلت عينة البحث على عينة عمدية قوامها (٧٥) من الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام المكتوبة والمسموعة والمقروءة والرقمية في محافظة كركوك.

سادساً: نوع البحث ومنهجه وأدواته:

يعد البحث من البحوث الوصفية المسحية لمعرفة ودراسة طبيعة استخدام الصحفيين العراقيين (عينة البحث) لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة وبناء المحتوى الاخباري من حيث السمات الديموغرافية التي تشمل (النوع، السن، التعليم، ومكان ونوع العمل، وعدد سنوات العمل)، بغية دراسة مستوى ومعدل استخدامهم لها في وسائل الاعلام العراقية المختلفة.

أداة البحث: تمثل استمارة استبيان من اكثر الأدوات المستخدمة التي تتطلب الحصول على معلومات أو تصورات و آراء الافراد^(١)، حيث تم اعداد استمارة الاستبيان للصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية والإعلامية في محافظة كركوك.

سابعاً: الصدق والثبات:

أ-الصدق الظاهري: (Face Validity):

تم عرض استمارة قياس مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري على ثلاثة محكمين* متخصصين في مجال الإعلام، بهدف الحصول على آرائهم بشأن مدى ملاءمة الاستمارة لأهداف البحث. وقد تم إجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة، بما في ذلك الحذف والإضافة، استناداً إلى ملاحظات الخبراء، حتى وصلت إلى شكلها النهائي. وقد حصلت الاستمارة على موافقة خبراء بلغت نسبتها ٨٠% فأكثر، مما اعتمد معياراً لصلاحية الأسئلة المدرجة في الاستبيان.

ب-الثبات: (Reliability): -

تم حساب مستوى الثبات لعبارات استبيان استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى الإخباري باستخدام معامل ألفا كرونباخ. وأظهرت النتائج أن قيمة الثبات بلغت (٠.٩٨٤)، مما يشير إلى أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الموثوقية والثبات الإحصائي، وهو ما يعزز مصداقية الأداة البحثية ويخدم أهداف الدراسة.

ثامناً: مصطلحات مهمة:

١- الذكاء الاصطناعي: هو القدرة على أداء أي مهمة فكرية يمكن للإنسان إنجازها، بما في ذلك الفهم، والتفكير المجرد، والتعلم من تجارب متنوعة^(٢).

(١) دحام علي حسين العبيدي، دوافع استخدام الجمهور العراقي للقنوات التلفزيونية الفضائية وحدود الإشباع المتحققة، أطروحة دكتوراة غير منشورة، كلية الاعلام -جامعة بغداد، ٢٠١١م، ص ٥.

(* أسماء الخبراء المحكمين:

(١) أ.د. دحام علي حسين / كلية الاعلام - جامعة كركوك.

(٢) أ.م.د. صباح عواد محمد / كلية الاعلام -الجامعة العراقية.

(٣) م.د. علاء جمال فريق / كلية الاعلام - جامعة كركوك.

(٢) ينظر الموضوع متاح على الرابط الاتي: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B>

٢- المحتوى الاخباري: هو المحتوى الذي يتم انتاجه اليا باستخدام تقنيات الصحافة المؤتمتة دون تدخل العنصر البشري عن طريق قيام التقنية بتوليد النصوص وجمع المعلومات وتحليلها ومن ثم نشر المحتوى بشكل الي^(١).

تاسعا: الدراسات السابقة:

١- دراسة (صاحب ٢٠٢٣ م)^(٢) هدفت البحث الى التعرف على مستويات ثقة الصحفيين في أدوات التحقق من المحتويات ومدى فاعليتها في تشذيب الاخبار الزائفة وانتقاء المعلومات الصحيحة والتعرف على مجالات استخدام أدوات التحقق واسهامات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي عبر الانترنت، ومديات إدراك الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مع الكشف عن المعوقات التي تقف عقبة امام الصحفيين في استخدام أدوات التحقق من المعلومات عبر تقنية الذكاء الاصطناعي، فضلا عن الكشف عن اهم الأدوات المستخدمة وأكثرها في عمليات جمع الاخبار والتحقق من صحتها وحقيقتها ، استخدمت الباحثة المنهج المسحي واداة الاستبيان للحصول على المعلومات التي تصف الظاهرة وصفا دقيقاً، واعتمدت أسلوب اختيار العينة القصدية للوصول الى المبحوثين عبر الاستبانات التي تم اعدادها الكترونياً والتي بلغ عددها ٢٥٠ مبحوث توزعت على الصحفيين العاملين المؤسسات الإعلامية العراقية خرجت الدراسة بنتائج من أهمها:

١- أظهرت النتائج اعتماد الصحفيين على المواقع والأدوات المجانية بنسبة بلغت (٦٩.٢%).
٢- بينت النتائج ان المزوجة بين الطرق التقليدية والطرق الرقمية امراً يجعل من التحقق الإعلامي متكاملأذ يعتمد الصحفيين على (العلامات البديهية وتقنيات الذكاء الاصطناعي) في التحقق بنسبة بلغت (88.4%).

٢- (دراسة إسماعيل ٢٠٢٢ م)^(٣) هدفت الدراسة إلي الكشف عن "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية". والتعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية والوقوف على معرفة مدى نجاح توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحف والمواقع الإلكترونية ومعرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية ومعرفة المهارات التي يتطلبها العمل بالصحف والمواقع الإلكترونية والوقوف على التحديات التي تواجهها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والكيفي على عينة بلغت (٦٦) من الصحفيين العاملين في موقع المصري اليوم، مصراوي، القاهرة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١- نتائج الدراسة إلى أن ٦٠% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية.

(١) أسماء فتحي ابراهيم اسماعيل، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية ، دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم- مصراوي -القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد ٢١، العدد ٤ الجزء الاول، اكتوبر ديسمبر ٢٠٢٢ م، ص ٣٥.

(٢) حنان حيدر صاحب ، استخدام الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي عبر الانترنت " دراسة مسحية للصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العراقية ، مجلة اريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال ، العدد ٨ ، المجلد ٨، تموز ٢٠٢٣ م.

(٣) فتحي إبراهيم إسماعيل ، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، جامعة القاهرة -كلية الاعلام ، المجلد ٢١، العدد ٤، ٢٠٢٢ م.

٢- بينت النتائج إلى أن ٢٢% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف والمواقع الإلكترونية أثر سلبياً وأدى إلى انخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية.

٣- كشفت نتائج الدراسة إلى أن ٢٤% من عينة الدراسة ترى أن التحديات التي تواجه الصحف والمواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من الناحية التقنية والتكنولوجية هي تزايد مشكلات قرصنة المعلومات.

المبحث الثاني: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وبناء المحتوى الاخباري

المبحث الثاني: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وبناء المحتوى الاخباري

اسهمت الثورة الصناعية الرابعة في تطور الوسائل والادوات المستخدمة في الوقت الحالي وعبر العديد من المستجدات التي ساهمت في تسهيل عملية إنتاج المحتوى الهائل للاخبار المتدفقة بالاستمرار عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة ، فيما يعرف بالتحول الرقمي الذي أصبح متسارعا نحو كبير في ظل مع تزايد استهلاك الجمهور لهذا المحتوى في هذه الوسائل والادوات^(١).

وكان عام ٢٠١٨ الانطلاقة الحقيقية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج المحتوى الاعلامي عندما تمكن خبراء صينيون من صنع اول روبوت صحفي مدعم بالذكاء الاصطناعي يمكنه تحرير وكتابة المقالات وهو ما اثار مخاوف العاملين في مجال وسائل الاعلام من ان يحل محلهم ويسهم في تدني مستوى الثقة لدى المستخدمين نحو المحتوى الإعلامي والاخباري على نحو خاص وشكل تحديا قانونيا حول حقوق النشر وتجاوز ببعض المعايير المهنية في تحرير الاخبار^(٢).

■ أولا: مفهوم الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام:

اثار مفهوم الذكاء الاصطناعي جدلا واسعا لدى الباحثين حول تحديد وما الذي ينبغي اعتباره ذكاءً اصطناعياً حقيقياً، حيث عززت التطورات الأخيرة في الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) الأنظمة القادرة على إنتاج أشكال جديدة وواقعية من البيانات مثل النصوص والصور والصوت^(٣).

(١) نهى مجدي السيد ، "تأثير المحتوى الاخباري في المنصات الرقمية على صناعة المحتوى التلفزيوني الاخباري ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون العدد، ٢٨، ٢٠٢٤ م، ص ٣٤٩.

(٢) فتحي إبراهيم إسماعيل ، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، جامعة ، ٢٠٢٢ القاهرة - كلية الاعلام ، المجلد ٢١، العدد ٤. ص ٣٥

(3) Simon, Felix M. "Artificial intelligence in the news". How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena. Columbia: Tow Center for Digital Journalism at Columbia University. Available online: https://towcenter.columbia.edu/sites/default/files/content/Tow%20Report_Felix-Simon-AI-in-the-News.pdf accessed on 25 May 2024 .P10

في ظل هذه التغيرات، ظهرت مصطلحات متعددة لصحافة الذكاء الاصطناعي منها ما يعرف بالصحافة الخوارزمية (Algorithmic journalism) او الصحافة المؤتمتة (Automated Journalism) او صحافة الروبوتات (Journalism Robot) او الصحافة الحاسوبية (Journalism Computational)، والصحافة القائمة على المقاييس (Metrics-Driven Journalism) او صحافة الواقع المختلط (Mixed Reality Journalism) او صحافة الطائرات بدون طيار (Drones Journalism)، الصحافة الواقع الافتراضي (Virtual Reality Journalism) ، وهي تشير الى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت تلعب دوراً رئيسياً في تشكيل ملامح الإعلام، وأن الروبوتات تُعد مكوناً مادياً للإعلام الذكي ، وفي هذا السياق هناك تقنيات أخرى مثل منصات الإنترنت المتنوعة، والهواتف المحمولة عالية الدقة، وتقنية كشف الاحتيال، والطباعة ثلاثية الأبعاد (D³ printing) (المستشعرات الذكية، والبيانات الضخمة (Big Data)) والخوارزميات (Algorithms) والواقع المعزز (Augmented Reality) (1) .

وفي هذا السياق جرى تعريفه على أنه "تطوير أجهزة وانظمة حاسوبية وتقنيات البرمجة المطورة والقدرة على القيام بعمليات التفكير مثل التعلم والوصول الى استنتاجات والدلالات وانتاج محتوى متطور" (1) . كما جرى تعريفه في كونه عبارة عن خوارزميات مبرمجة تقوم بتحليل البيانات الى نصوص حيث تنتج الاخبار بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي وبشكل تلقائي فضلا عن تفسيرها عبر الاتمه مجموعة متنوعة من تراكيب المقالات المبرمجة مسبقا والنقاط الرئيسية من المعلومات، ثم تقوم بصيغه الموضوع وادراج التفاصيل واطلق على تطبيقاته في مجال انتاج المحتوى الاخباري باسم صحافة الروبوت او الصحافة الخوارزمية او الصحافة الالية (3) .

ثانيا: الاستخدامات الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

- ١- بناء ارشيف اخباري تفاعلي باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمؤسسات الإعلامية بغية الوصول الى ارشيفها. (4)
- ٢- ملخصات المحتوى الصوري : استخدم الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد لإنشاء ملخصات موجزة للمحتوى الصوري (الفيديوهاات) الى نصوص مختصرة. (5)
- ٣- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الاخبار وكشف الاخبار الزائفة او المضللة (1)

1(Sharadga, Tahseen Mohammad Anis, Zuhair Tahat, and Amjad Omar Safori . "Journalists' perceptions towards employing artificial intelligence techniques in Jordan TV's newsrooms ".Studies in Media and Communication .(٢٠٢٢) ١٠.٢ p 239.

(٢) انجي عبد العزيز لطفي، مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري. " المجلة المصرية لبحوث الأعلام، المجلد ٧٧، (الجزء الثالث-المجلد الثاني) (٢٠٢١ م)، ص ٦١٥.

(٣) المرجع نفسه، ص ٦٠٥

(٤) امل نبيل بدر، اتجاه المحررين في غرفة الاخبار التلفزيونية نحو اخلاقيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، جامعة القاهرة ، المجلد ٨٦، العدد ٨٦، الجزء الثاني ، مارس ٢٠٢٤ م ، ص ١٧٦

(٥) انجي عبد العزيز لطفي، مرجع سابق، ص ٦١٥ .

(٦) المرجع نفسه ، ص ٦٠٥ .

٤- مولدات صوت الذكاء الاصطناعي ونصوص الذكاء الاصطناعي: وهي احدى التطبيقات المستخدمة للذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار يتم من خلال نسخ المقابلات الصوتية الى محتوى مكتوب^(١).

٥- برامج المحادثة الالية : تعزيز التفاعل القارئ باستخدام الذكاء الاصطناعي حيث تعمل برامج المحادثة الالية على احداث ثورة في كيفية تفاعل المؤسسات الإعلامية مع الجمهور من خلال تجارب مخصصة وفعالة تفاعلية^(٢).

٦- تعديل التعليقات المعزز بالذكاء الاصطناعي: ان ادارة الكم الهائل من التعليقات عبر الانترنت بشكل تحديا كبير المؤسسات الإعلامية اصبحت ادوات الذكاء الاصطناعي ضرورية للكشف عن محتوى غير اللائق بالظهر وادارته^(٣).

٧- تتبع الاخبار العاجلة لتنبيه الصحفيين بالمعلومات الجديدة المتعلقة بالحدث واجراء بحث أسرع أكثر دقة وربط المعلومات بسرعة وكفاءة وتحويلها الى اشكال رسومية وانشاء اخبار قصيرة تلقائيا حول الموضوعات بناء على الاحصاءات وفحص الحقائق بسرعة ودقة ومصداقية^(٤).

■ المحتوى الاخباري في وسائل الاعلام التقليدية والرقمية

تعد الاخبار في مقدمة الاشكال الإعلامية التي أسهمت الى حد كبير في تطوير الصحافة الحديثة ، وسعت الى تحسين اداءها حرصا منها الى تلبية لاحتياجات القراء المتزايدة من الاخبار والمعلومات بشكل سريع ومن مصادر موثوقة من اجل نقلها ونشرها وتوزيع الصحف على القراء ، حيث كان الحصول على الاخبار من اهم الدوافع الأساسية انشاء وكالات الانباء منذ في منتصف القرن التاسع عشر كانت الاخبار من اهم العوامل التي ساهمت في نموها وازدهاره واستحداث وسائل جديدة للحصول على الاخبار ونشرها على نطاق واسع^(٥) ، إذا كانت مهمة المخبر الصحفي هي الحصول على الاخبار فان مهمة المحرر لا تتعدى كونها مهمة تقويم هذه الاخبار وحراسة بوابات عبورها الى الجمهور ووضعها في القلب الفني المناسب لها وان كان من الصعب الفصل بين عملية كتابة الاخبار وبين عملية جمعها فكتابة الاخبار تعتمد في المقام الاول على جمع المعلومات وتخزينها وتحليلها وتمحيصها والتأكد من صدقها^(٦).

■ مفهوم المحتوى الاخباري

يعد المحتوى الاخباري من الاركان الأساسية للإعلام واداة بارزة تمكن الجمهور من التواصل مع الاحداث المحلية والعالمية، كما انها تعتبر الواحدة من الوسائل الأساسية التي تتيح تشكيل الاتجاهات فضلا عن دورها في احداث التأثير في اتجاهات الجمهور، اذ جرى تعريف المحتوى الاخباري كمفهوم على انه المحتوى الذي يتم انتاجه ليا باستخدام تقنيات الصحافة المؤتمتة دون تدخل العنصر البشري عن طريق قيام التقنية بتوليد النصوص وجمع المعلومات وتحليلها ومن ثم نشر المحتوى بشكل آلي.

(١) انجي عبد العزيز لطفي، المرجع السابق ، ص ٦٠٥.

(٢) امل نبيل بدر مصدر سابق، ص ١٧٦.

(٣) المرجع نفسه، ص ١٧٦.

(٤) محمود ابراهيم خليل، شريف درويش اللبان، اتجاهات حديثة في الانتاج الصحفي، (القاهرة: العربي للنشر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م)، ص ٦٧.

(٥) حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير في عصر المعلومات الخبر الصحفي، (العين: دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٤م)، ص ٣٧.

(٦) اسماعيل ابراهيم ، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق ، (القاهرة: دار الفجر للنشر والطباعة، ١٩٩٨م)، ص ٤٢ .

وقد اكتفى الباحثون العرب في علوم الاعلام والاتصال بنقل المفاهيم الغربية للأخبار كونها تعكس الواقع الذي تمر به الصحافة في الدول الغربية، وكان نقلهم هذا بحسب التكوين الفكري لهؤلاء الباحثين ، لذا أصبحت هناك مفاهيم متعددة للأخبار وتعددت بتعدد المدارس الفكرية الغربية التي تأثر بها (١) .

اذ تعتمد عملية انتاج وتحرير المحتوى الاخباري في وسائل الاعلام على القدرة على الملاحظة والفهم الجيد للقيم الإخبارية من جهة ، واهتمامات جمهور الوسيلة من جهة أخرى وعليه ينبغي ان تحظى بإشراف الصحفيين المخضرمين الذين لديهم خبرات متراكمة في صياغة وتحرير الاخبار ، الذين ينقلون خبراتهم الى المخبرين الصحفيين لتطوير مهاراتهم الصحفية حيث تقع عليهم مسؤولية الحصول على الاخبار في الوقت المناسب ، فلم يعد يقتصر عملهم فقط الحصول على الاخبار وارسالها وانما يجب ان يكونوا قادرين جمع المعلومات وتوليد الأفكار وصياغتها وفق القوالب الفنية المناسبة (٢) .

وفيما يتعلق بتطوير المحتوى الصحفي في وسائل الاعلام الرقمية المختلفة فان عملية انتاج المحتوى الاخباري أصبحت من اهم المجالات او الجوانب التي تفاعلت معها تطبيقات الذكاء الاصطناعي والذي من المتوقع ان تدفع الى ظهور تقنية جديدة وإعادة تشكيل أنماط العلاقة بين المرسل والمستقبل بما يوفر أدوات أكثر تقدماً في انتاج المحتوى الاخباري وتسويقه واستحداث منصات جديدة تتناغم مع أنماط الاعلام الالي مقارنة بالوسائل الاتصالية، وهو ما يستدعي تطوير مهارات الصحفيين ومسؤولي الغرف الإخبارية فضلاً عن الارتقاء بمهارات المبرمجين العاملين في المجال الإعلامي والاستخدام الفعال والامثل لتطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المختلفة (٣) .

المبحث الثالث: مستوى استخدام الصحفيين العراقيين في كركوك لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري

يأتي تحليل نتائج الاستبانة في هذه الدراسة باعتباره خطوة أساسية للكشف عن مستوى استخدام الصحفيين العراقيين في محافظة كركوك لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري. فقد هدفت الاستبانة إلى قياس مجموعة من المتغيرات المتعلقة بطبيعة استخدام الذكاء الاصطناعي، ومستوى المعرفة بهذه التقنيات، ومجالات توظيفها في العمل الصحفي، إضافة إلى رصد أبرز التحديات التي تواجه الصحفيين عند التعامل معها، والفوائد التي يمكن أن تحققها داخل غرف الأخبار.

وقد تم توزيع الاستبانة على عينة عمدية مكونة من (75 صحفياً) يمثلون مختلف المؤسسات الإعلامية في المحافظة، وبمستويات مهنية وخبرات متنوعة، لضمان الحصول على بيانات تعكس الواقع الفعلي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في السياق الصحفي المحلي. ويهدف تحليل النتائج إلى تقديم قراءة موضوعية للبيانات الميدانية، واستخلاص مؤشرات كمية ونوعية تسهم

(١) فاروق ابو زيد ، فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، ط٢، (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٨١م)، ص ٣٩ .

(٢) حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير في عصر المعلومات الخبر الصحفي، (العين: دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٤م)، ص ٣٧ .

(٣) فتحي ابراهيم اسماعيل، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية ، دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم- مصر اوي - القاهرة ٢٤، المجلة المصرية لبحوث الراي العام ، المجلد ٢١، العدد ٤ الجزء الاول، اكتوبر ديسمبر، ٢٠٢٢ م، ص ٣٤ .

في فهم طبيعة التحول الرقمي في العمل الإخباري، ومدى جاهزية الصحفيين في تبني أدوات الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن الوقوف على المعوقات التي قد تحدّ من توظيف هذه التقنيات الحديثة في إنتاج محتوى إعلامي أكثر مهنية وفاعلية.

وبذلك تمثل نتائج الاستبانة قاعدة أساسية لاستخلاص الاستنتاجات النهائية، وتقديم توصيات عملية يمكن أن تسهم في تعزيز قدرات المؤسسات الإعلامية العراقية في مجال التحول الرقمي وصحافة الذكاء الاصطناعي.

المحور الاول: البيانات الشخصية للمبحوثين:

أجريت الدراسة الميدانية للمدة من ٩/١٥-١٥/١٥/٢٠٢٥ م على عينة من الصحفيين العراقيين في محافظة كركوك بلغت (٧٥) مبحوث، فكانت النتائج كما هو مبين في الجداول الآتية:

١- الجنس والتحصيل الدراسي:

جدول (١) يبين توزيع المبحوثين حسب والجنس التحصيل الدراسي.

المرتبة	النسبة	تكرار	التحصيل الدراسي	النسبة	تكرار	الجنس
الأولى	58.67%	٤٤	بكالوريوس	٧٨.٦٧%	٥٩	ذكر
الثانية	20%	١٥	دبلوم	٢١.٣٣%	١٦	انثى
الثالثة	12%	٩	ماجستير	١٠٠%	٧٥	المجموع
الرابعة	6.67%	٥	ثانوية			-
الخامسة	2.66%	٢	دكتورة			-
-	100%	٧٥	المجموع			-

تشير نتائج الجدول إلى أن مستوى مشاركة الذكور في الاستبيان يفوق مشاركة الإناث بشكل واضح، إذ سجل الذكور (٥٩) تكراراً وبنسبة (٧٨.٦٧%)، مقابل (١٦) تكراراً فقط للإناث (٢١.٣٣%)، وبفارق نسبي بلغ (٥٧.٣٣%)، يعكس هذا التفاوت حقيقة قائمة في بنية المجتمع الصحفي العراقي، حيث ما يزال الحضور الذكوري هو المسيطر على غرف الأخبار. كما أظهرت نتائج توزيع الصحفيين العراقيين حسب مستوى تحصيلهم الدراسي في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أن حملة البكالوريوس تصدروا المشهد بعدد (٤٤) مبحوثاً وبنسبة (٥٨.٦٧%)، وهي النسبة الأعلى بين الفئات. وجاء حملة الدبلوم في المرتبة الثانية بعدد (١٥) مبحوثاً وبنسبة (٢٠%)، تليهم فئة حملة الماجستير بعدد (٩) مبحوثين وبنسبة (١٢%)، أما حملة الثانوية فقد سجلوا (٥) مبحوثين بنسبة (٦.٦٧%)، فيما جاءت فئة حملة الدكتوراه في المرتبة الأخيرة بعدد (٢) مبحوثين وبنسبة (٢.٦٦%)، ويُعزى تفوق حملة البكالوريوس إلى كونهم الأكثر انتشاراً في المؤسسات الإعلامية، وامتلاكهم تأهيلاً معرفياً وتقنياً مناسباً يمكنهم من استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بفعالية في العمل التحريري اليومي. يشير التحليل إلى أن مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يرتبط بالتحصيل الدراسي، حيث تصدر فئة البكالوريوس التبني العملي لهذه التقنيات بينما تقل النسب لدى الفئات الأخرى تبعاً لطبيعة أدوارهم المهنية ومحدودية انخراطهم المباشر في إنتاج المحتوى.

٢- نوع المؤسسة:

جدول (٢) يوضح توزيع المبحوثين حسب نوع المؤسسة.

ت	نوع المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	قناة تلفزيونية	٤٤	58.67%	الأولى
٢	إذاعة	٩	12%	الثالثة
٣	صحيفة	٥	6.67%	الرابعة
٤	موقع إلكتروني	١٦	21.33%	الثانية
٥	وكالة انباء	١	1.33%	الخامسة
	المجموع	٧٥	100%	-

تبين الأرقام في الجدول السابق والخاصة بتوزيع المبحوثين حسب التخصص وتبين أن تخصص (قناة تلفزيونية) حل بالمرتبة الأولى بواقع (٤٤) تكراراً ونسبة بلغت (58.67%)، تلاها تخصص (موقع إلكتروني) بالمرتبة الثانية بواقع (١٦) تكراراً ونسبة بلغت (21.33%)، في حين جاء تخصص (إذاعة) بالمرتبة الثالثة بعد أن سجل (٩) تكراراً ونسبة بلغت (١٢%)، في حين جاء تخصص (صحيفة) بالمرتبة الرابعة بعد أن سجل (٥) تكراراً ونسبة بلغت (6.67%)، وأخيراً جاء تخصص (وكالة انباء) بالمرتبة الأخيرة بعد أن سجل (١) تكراراً ونسبة بلغت (١.٣٣%). تكشف النتائج عن تفاوت كبير بين أنواع المؤسسات الإعلامية في اعتماد الذكاء الاصطناعي، مع تفوق واضح للمؤسسات التلفزيونية والرقمية.

٣- سنوات الخبرة الصحفية:

جدول (٣) يوضح توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة الصحفية.

ت	سنوات الخبرة الصحفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أقل من سنة	٤	٥.٣٣%	الخامسة
٢	(١-٣ سنة)	١٣	١٧.٣٣%	الثالثة
٣	(٤-٧ سنة)	٩	١٢%	الرابعة
٤	(٨-١٥ سنة)	١٦	٢١.٣٣%	الثانية
٥	أكثر من ١٥ سنة	٣٣	٤٤%	الأولى
	المجموع	٧٥	100%	-

تشير البيانات الخاصة بتوزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة إلى تفاوت واضح في مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري. فقد حلت فئة (أكثر من ١٥ سنة) في المرتبة الأولى، حيث سجلت (٣٣) تكراراً بنسبة (٤٤%)، وهو ما يشير إلى اعتماد مرتفع لهذه الفئة على تقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بالفئات الأخرى، تلتها فئة (٨-١٥ سنة) بعدد (١٦) تكراراً بنسبة (٢١.٣٣%)، ثم فئة (١-٣ سنوات) بعدد (١٣) تكراراً بنسبة (١٧.٣٣%)، وفئة (٤-٧ سنوات) بعدد (٩) تكرارات بنسبة (١٢%)، فيما جاءت فئة (أقل من سنة) في المرتبة الأخيرة بعدد (٤) تكرارات بنسبة (٥.٣٣%)، وتؤشر لنا هذه النتائج أن الفئة الأكثر خبرة (أكثر من ١٥ سنة) تتفوق في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بسبب مزيج من الخبرة العملية والمعرفة المهنية المتقدمة، مما يمنحها قدرة أكبر على تبني واستثمار هذه التطبيقات في صناعة المحتوى الإخباري.

٤- الصفة الصحفية:

جدول (٤) يوضح توزيع المبحوثين حسب الصفة الصحفية.

ت	الصفة الصحفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مراسل	٣٢	٤٢.٦٧%	الأولى
٢	محرر	١٦	٢١.٣٣%	الثانية
٣	منتج	١٣	١٧.٣٣%	الثالثة
٤	مدير اخبار	٦	٨%	الخامسة
٥	صحفي مستقل	٨	١٠.٦٧%	الرابعة
	المجموع	٧٥	100%	-

تبين الأرقام في الجدول توزيع المبحوثين حسب الصفة الصحفية، حيث تصدرت صفة (المراسل) قائمة الصفات بنسبة بلغت (٤٢.٦٧%) وبواقع (٣٢) تكراراً، مما يشير إلى أن أغلب الصحفيين المشاركين في الدراسة يمارسون دور المراسل بشكل رئيسي، تلتها صفة (المحرر) بواقع (١٦) تكراراً بنسبة (٢١.٣٣%)، ثم صفة (المنتج) وسجلت (١٣) تكراراً بنسبة (١٧.٣٣%)، بينما جاءت صفة (الصحفي المستقل) بواقع (٨) تكراراً بنسبة (١٠.٦٧%) وأخيراً صفة (مدير الأخبار) وحصلت على (٦) تكرارات بنسبة (٨%)، وتُظهر النتائج أن صفة المراسل هي الأكثر شيوعاً بين الصحفيين العراقيين المشاركين في الدراسة، مما يعكس أهمية الدور الميداني في إنتاج الأخبار واستخدام الصحفيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل أساسي في جمع وإعداد المحتوى الإخباري.

٥- ما مدى معرفة الصحفيين العراقيين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري؟

جدول (٥) يبين مدى معرفة الصحفيين العراقيين بالتطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري. ن= (٧٥)

ت	العبارات	استجابات المبحوثين					الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	الترتيب	المستوى
		موافق بشدة	اتفق	محايد	معارض	معارض بشدة					
١	لدي معرفة كافية بمفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية	ك	١٤	٤١	١٦	٣	١	٣.٨٥	٠.٨٥	كبيرة	٣
		%	١٨.٦٧	٥٤.٦٧	٢١.٣٣	٤	١.٣٣				
٢	أتابع التطورات والأدوات الجديدة للذكاء الاصطناعي	ك	٢٣	٤٠	١١	١	-	٤.١٣	٠.٨٧	كبيرة	٢
		%	٣٠.٦٧	٥٣.٣٣	١٤.٦٧	١.٣٣	-				
٣	أستطيع التمييز بين النصوص التي يولدها الذكاء الاصطناعي وتلك التي يكتبها البشر.	ك	١٧	٣٤	٢٠	٢	٢	٣.٨٣	٠.٨٣	كبيرة	٤
		%	٢٢.٦٦	٤٥.٣٣	٢٦.٦٧	٢.٦٧	٢.٦٧				
٤	اتعامل بكفاءة مع أدوات التحقق المدعومة بالذكاء الاصطناعي.	ك	١٣	٣٥	٢٢	٥	-	٣.٧٥	٠.٧٥	كبيرة	٥
		%	١٧.٣٣	٤٦.٦٧	٢٩.٣٣	٦.٦٧	-				
٥	اعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيحدث تحولاً كبيراً في طرق العمل الصحفي قريباً.	ك	٣٥	٢٩	١٠	١	-	٤.٣١	٠.٩١	كبيرة جداً	١
		%	٤٦.٦٧	٣٨.٦٧	١٣.٣٣	١.٣٣	-				
-	المجموع						٣.٩٧	٠.٨٤	٧٩.٤	كبيرة	-

ينتضح من تحليل الجدول (٥) أن فئة (٥) (أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيحدث تحولاً كبيراً في طرق العمل الصحفي قريباً) جاءت في المرتبة الأولى، بعد أن حققت أعلى وسط مرجح بلغ (٤.٣١) ووزناً مئوياً قدره (٨٦.٢%)، مما يعكس إدراكاً عميقاً لدى الصحفيين العراقيين لحجم التحولات المستقبلية المتوقعة في مجال العمل الصحفي نتيجة تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ويؤشر إلى قناعة واضحة بأن التقنية ستؤثر بصورة مباشرة في شكل الممارسات المهنية وأساليب الإنتاج الإخباري. وجاءت في المرتبة الثانية فئة (أتابع التطورات والأدوات الجديدة

للذكاء الاصطناعي) بوسط مرجح (٤.١٣) ووزن مؤوي (٨٢.٦%)، الأمر الذي يدل على اهتمام مرتفع بمتابعة المستجدات التقنية، ويعكس سعيًا مستمرًا من قبل الصحفيين لمواكبة الأدوات والابتكارات الحديثة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بما يخدم تطوير مهاراتهم المهنية.

أما فئة (لدي معرفة كافية بمفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بوسط مرجح (٣.٨٥) ووزن مؤوي (٧٧%)، وهو ما يشير إلى امتلاك الصحفيين معرفة جيدة بأساسيات الذكاء الاصطناعي، بما يشكل قاعدة معرفية تمكّنهم من التعامل مع تطورات هذا المجال، وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة (أستطيع التمييز بين النصوص التي يولدها الذكاء الاصطناعي وتلك التي يكتبها البشر) بوسط مرجح (٣.٨٣) ووزن مؤوي (٧٦.٦%)، مما يدل على قدرة متنامية لدى الصحفيين في فهم خصائص النصوص المولدة آليًا ومقارنتها بالنصوص البشرية، وهو ما يعكس وعيًا تقنيًا مهمًا، أما الفئة الأخيرة في الترتيب فهي فئة (أتعامل بكفاءة مع أدوات التحقق المدعومة بالذكاء الاصطناعي) التي حصلت على وسط مرجح (٣.٧٥) ووزن مؤوي (٧٥%)، وعلى الرغم من كونها الأقل بين الفقرات، إلا أنها ما تزال ضمن مستوى كبير يعكس قدرة مقبولة لدى الصحفيين على استخدام أدوات التحقق التقنية وإن كانت بدرجة أقل مقارنة ببقية المهارات، وعند النظر إلى المؤشر الكلي لمستوى معرفة الصحفيين العراقيين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، يتضح أن الوسط المرجح العام بلغ (٣.٩٧) وبوزن مؤوي (٧٩.٤%)، وهو مستوى كبير يعبر عن وعي واضح واستعداد مهني متصاعد لتبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، ومن نتائج الجدول السابق نستنتج أن الصحفيين يمتلكون قاعدة معرفية جيدة عن مفهوم الذكاء الاصطناعي، مما يهيئهم للتفاعل مع أدواته المختلفة، ويشير ذلك عن اهتمام فعلي للصحفيين بمتابعة التطورات الحديثة في هذا المجال، وهو ما يعكس استعدادًا مهنيًا لمواكبة التحولات التقنية السريعة وتوظيفها في بيئة العمل الإعلامي.

٦- ما معدل استخدام التطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري؟

جدول (٦) يوضح معدل استخدام التطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	عالي جدا	١١	١٤.٦٧%	الثالثة	٤	٣٦.٩٤	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	عالي	٢٤	٣٢%	الثانية				
٣	متوسط	٣٠	٤٠%	الأولى				
٤	منخفض	٩	١٢%	الرابعة				
٥	منخفض جدا	١	١.٣٣%	الخامسة				
	المجموع	٧٥	١٠٠%	-				

يتبين من بيانات الجدول الذي يعرض معدل استخدام التطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري أن فئة (متوسط) جاءت في مقدمة الاستجابات مسجلة أعلى تكرار بلغ ٣٠ استجابة بنسبة ٤٠%، مما يشير إلى أن أغلب المبحوثين يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة. تليها فئة (عالي) بالمرتبة الثانية التي حققت ٢٤ استجابة ونسبة

٣٢%، وهو ما يعكس انتشاراً ملحوظاً للاستخدام المرتفع وإن كان دون المستوى المتوسط، أما فئة (عالي جداً) فقد حلت بالمرتبة الثالثة بعد أن سجّلت ١١ تكراراً ونسبة ١٤.٦٧%، مما يدل على أن قلة من المستخدمين يصلون إلى مستوى الاستخدام المكثف، وفي الاتجاه المنخفض جاء مستوى جاءت فئة (منخفض) بالمرتبة الرابعة بتكرار ٩ ونسبة ١٢%، فيما تذيّلت القائمة فئة (منخفض جداً) بالمرتبة الخامسة بتكرار واحد فقط ونسبة ١.٣٣%، وهو ما يعني أن الاستخدام الضعيف جداً يكاد يكون غير موجود بين أفراد العينة.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في معدل استخدام التطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري حيث بلغت قيمة كاي المحسوبة (٣٦.٩٤)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤). ولصالح استجابة عالي، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات الاستخدام المختلفة وأن توزيع المبحوثين عبر الفئات ليس عشوائياً بل يعكس اتجاهًا واضحًا نحو الاستخدام المتوسط والمرتفع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري.

٧- ما تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار وتحريها؟

جدول (٧) يبين تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار وتحريها. ن= (٧٥)

ت	العبارات	استجابات المبحوثين					الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الترتيب	المستوى
		موافق بشدة	اتفق	محايد	معارض	معارض بشدة					
١	يساعد على تسريع إنتاج الخبر	ك	٢٢	٤٠	٩	٤	٤.٠٧	٠.٨٦	٨١.٤	كبيرة	٢
		%	٢٩.٣٣	٥٣.٣٣	١٢	٥.٣٣	-				
٢	يحسن دقة المعلومات	ك	١٣	٢٧	٢٣	١٢	٣.٥٥	١.٠٠	٧١	كبيرة	٦
		%	١٧.٣٣	٣٦	٣٠.٦٧	١٦	-				
٣	قد يولد معلومات خاطئة أو مضللة.	ك	١٢	٣٧	٢٢	١	٣.٧٢	٠.٩٤	٧٤.٤	كبيرة	٤
		%	١٦	٤٩.٣٣	٢٩.٣٣	١.٣٣	٤				
٤	يقلل من التحيز.	ك	١٣	٢٨	٢٤	٨	٣.٥٦	١.٠١	٧١.٢	كبيرة	٥
		%	١٧.٣٣	٣٧.٣٣	٣٢	١٠.٦٧	٢.٦٧				
٥	يقلص فرص العمل للصحفيين	ك	٢٠	٣٨	١٠	٦	٣.٩٣	٠.٩٨	٧٨.٦	كبيرة	٣
		%	٢٦.٦٧	٥٠.٦٧	١٣.٣٣	٨	١.٣٣				
٦	يجب مراجعة النتائج بشرياً قبل النشر	ك	٤٦	٢٣	٥	١	٤.٥٢	٠.٧٤	٩٠.٤	كبيرة جداً	١
		%	٦١.٣٣	٣٠.٦٧	٦.٦٧	١.٣٣	-				
-	المجموع					٣.٨٩	٠.٩٢	٧٧.٨	كبيرة	-	

تُظهر بيانات الجدول (٧) أن أفراد العينة عبّروا عن مستوى اتفاق مرتفع تجاه تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار وتحريها، حيث اتضح أن أكثر العبارات حصولاً على تأييد هي عبارة "يجب مراجعة النتائج بشرياً قبل النشر" بوسط مرجح بلغ ٤.٥٢ ووزن مئوي وصل إلى ٩٠.٤%، مما يعكس إدراكاً عالياً لدى المبحوثين لأهمية الدور البشري في التدقيق النهائي للمحتوى الإخباري رغم تقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما أظهرت فقرة "يساعد على تسريع

إنتاج الخبر" مستوى اتفاق مرتفعاً أيضاً بوسط مرجح بلغ ٤.٠٧ وبوزن مؤوي ٨١.٤%، مما يشير إلى قناعة واضحة بتأثير الذكاء الاصطناعي في زيادة سرعة الإنتاج الصحفي. وجاءت فقرة "يقاوم فرص العمل للصحفيين" في المرتبة الثالثة بوسط مرجح ٣.٩٣ ووزن مؤوي ٧٨.٦%، وهو ما يعكس مخاوف ملموسة لدى المبحوثين من تأثير الإمتته على فرص العمل داخل القطاع. كما حصلت فقرة "قد يولد معلومات خاطئة أو مضللة" على وسط مرجح بلغ ٣.٧٢ وبوزن مؤوي ٧٤.٤%، مما يوضح أن المشاركين يدركون وجود مخاطر مرتبطة بالدقة والموثوقية. بينما جاءت فقرتا "يقلل من التحيز" و"يحسن دقة المعلومات" في المراتب الأخيرة ضمن مستوى كبير من الموافقة، حيث بلغ الوسط المرجح لكل منهما ٣.٥٦ و ٣.٥٥ على التوالي ووزن مؤوي تجاوز ٧١%، مما يشير إلى وجود نظرة إيجابية مشروطة تجاه قدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة المحتوى، ولكن مع إدراك محدود لفعاليتها في تقليل التحيز أو تعزيز دقة المعلومات مقارنة ببقية التأثيرات.

أما على مستوى الجدول ككل، فقد بلغ الوسط المرجح العام ٣.٨٩ والوزن المؤوي العام ٧٧.٨%، وهو مستوى كبير يدل على أن المبحوثين يتفقون بصورة عامة على أن الذكاء الاصطناعي يمتلك أثراً واضحاً وملحوظاً في عملية إنتاج الأخبار وتحريرها، سواء من حيث السرعة أو الجودة أو المخاطر المحتملة.

يتضح من بيانات الجدول أن تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج الأخبار وتحريرها يتمثل في كونه أداة قوية تسهم في تسريع العمل الإخباري ورفع كفاءته، مع بقاء الحاجة إلى التدقيق البشري لضمان دقة ومصداقية المحتوى. كما تشير النتائج إلى إدراك المبحوثين لوجود مخاطر موازية تتمثل في إمكانية توليد معلومات مضللة وتقليص فرص العمل للصحفيين، وهو ما يعكس رؤية متوازنة بين مزايا الذكاء الاصطناعي وتحدياته داخل المجال الصحفي.

٨- ما مجالات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري؟

جدول (٨) يبين مجالات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري.

ت	مجالات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	توليد نصوص	٣٨	١٢.٦٢%	الرابعة
٢	تلخيص	٢٧	٨.٩٧%	السادسة
٣	التحقق	٢٦	٨.٦٤%	السابعة
٤	الرصد	١٣	٤.٣٢%	العاشر
٥	تحرير	٤١	١٣.٦٢%	الثالثة
	صوت/فيديو	٤٢	١٣.٩٥%	الثانية
٦	استخراج بيانات	٢١	٦.٩٨%	الثامنة
٧	توليد عناوين	٣١	١٠.٣٠%	الخامسة
٨	تنظيم النشر	١٦	٥.٣٢%	التاسعة
٩	ترجمة	٤٦	١٥.٢٨%	الأولى
	المجموع الكلي	٣٠١ (*)	١٠٠%	-

يُظهر تحليل مجالات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري تنوعاً واضحاً في استخداماته داخل المؤسسات الإعلامية، حيث توزعت الفئات التسع بنسب متفاوتة تعكس طبيعة الاحتياجات التحريرية والإنتاجية، فقد برزت فئة الترجمة بوصفها الأكثر حضوراً بين

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٣٠١)، بينما حجم عينة البحث هي (٧٥)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

التطبيقات، إذ سجلت أعلى تكرار بلغ ٤٦ بنسبة ١٥.٢٨%، ما يعكس اعتماداً كبيراً على أدوات الذكاء الاصطناعي في نقل المحتوى عبر اللغات ودعم الانفتاح الإعلامي على مصادر متعددة. تلتها فئة الصوت/الفيديو التي حققت ٤٢ تكراراً بنسبة ١٣.٩٥%، وهو ما يشير إلى توسع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في معالجة الوسائط المتعددة وإنتاج محتوى بصري وسمعي متطور. أما فئة التحرير فقد جاءت في المرتبة الثالثة بواقع ٤١ تكراراً بنسبة ١٣.٦٢%، الأمر الذي يدل على دور الذكاء الاصطناعي في دعم الجودة التحريرية وتسهيل مهام الصياغة والمراجعة، وفي المرتبة الرابعة ظهرت فئة توليد النصوص بـ ٣٨ تكراراً ونسبة ١٢.٦٢%، مما يعكس ارتفاع استخدام النماذج اللغوية لتوليد محتوى أولي أو مساند للكاتب. تليها فئة توليد العناوين التي سجلت ٣١ تكراراً بنسبة ١٠.٣٠%، وهو ما يشير إلى اعتماد متزايد على الخوارزميات في اختيار عناوين دقيقة وجاذبة. كما جاءت فئة التلخيص في المرتبة السادسة بـ ٢٧ تكراراً ونسبة ٨.٩٧%، وهي نسبة تعكس حاجة غرف الأخبار إلى أدوات تختصر المحتوى بسرعة ودقة. أما فئة التحقق فقد بلغت ٢٦ تكراراً بنسبة ٨.٦٤%، وهو ما يؤكد حضور الذكاء الاصطناعي في دعم جهود التحقق من المعلومات وإن كانت بدرجة أقل مقارنة ببقية الفئات. وفي المرتبة الثامنة ظهرت فئة استخراج البيانات بـ ٢١ تكراراً ونسبة ٦.٩٨%، مما يبرز دور الأدوات البرمجية في استخراج المعطيات من مصادر كبيرة وغير منظمة. وأخيراً جاءت فئة تنظيم النشر كأدنى الفئات حضوراً بواقع ١٦ تكراراً بنسبة ٥.٣٢%، وتبعاً لهذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن غرف الأخبار تميل إلى توظيف الذكاء الاصطناعي بصورة أكبر في المهام المتعلقة بإنتاج المحتوى اللغوي والوسائط المتعددة، مثل الترجمة وتحرير النصوص وتوليد المحتوى الصوتي والمرئي، بينما تتراجع نسب استخدامه في المهام التنظيمية أو التحليلية مثل تنظيم النشر واستخراج البيانات. يعكس هذا التفاوت أن الأولوية الحالية للإعلام تركز على تعزيز سرعة إنتاج المحتوى وجودته، مع استمرار التوسع في دمج الذكاء الاصطناعي عبر مراحل العمل الصحفي المختلفة.

■ أسئلة المقياس.

■ مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري:

يمكن تحديد مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري باستخدام المتوسط الحسابي حيث تكون بداية ونهاية فئات المقياس الخماسي: موافق بشدة (خمسة درجات)، موافق (أربعة درجات)، محايد (ثلاثة درجات) معارض (درجتين) معارض بشدة (درجة واحدة)، تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (٥ - ١ = ٤)، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح (٤ / ٥ = ٠.٨) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي^(١)

(٢٧) إسماعيل العيد وآخرون، الكفايات اللازمة لأعضاء هيئة التدريس لمادة الرسم الهندسي، (بغداد: فينوس للحاسبات والطباعة والترجمة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧ م)، ص ١١٩.

جدول رقم (١١) يوضح التقدير اللفظي لمستويات الوسط المرجح.

إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١ إلى أقل من ١.٨	قليلة جداً
إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ١.٨ إلى أقل من ٢.٢٦٠	قليلة
إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٢.٦٠ إلى أقل من ٣.٤٠	متوسطة
إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٣.٤٠ إلى أقل من ٤.٢٠	كبيرة
إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من ٤.٢٠ إلى أقل من ٥.٠٠	كبيرة جداً

٩- ما التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري؟

جدول (٩) يبين التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري. ن= (٧٥)

ت	العبارات	استجابات المبحوثين					المرجح الوسط	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	الترتيب	المستوى
		موافق بشدة	اتفق	محايد	معارض	معارض بشدة					
١	نقص التدريب يعيق الاستخدام	ك	29	35	10	1	٤.٢٣	٠.٨٤	٨٤.٦	كبيرة جداً	١
		%	٣٨.٦٧	٤٦.٦٧	١٣.٣٣	١.٣٣	-				
٢	ضعف البنية التحتية يمثل عائقاً.	ك	14	44	15	1	٣.٩٢	٠.٧٨	٧٨.٤	كبيرة	٦
		%	١٨.٦٧	٥٨.٦٧	٢٠	١.٣٣	١.٣٣				
٣	قضايا أخلاقية (تزوير/انتحال) تحد من الاستخدام.	ك	30	22	21	2	٤.٠٤	٠.٨٠	٨٠.٨	كبيرة	٣
		%	٤٠	٢٩.٣٣	٢٨	٢.٦٧	-				
٤	غياب سياسات داخل المؤسسات.	ك	18	38	15	4	٣.٩٣	٠.٧٩	٧٨.٦	كبيرة	٥
		%	٢٤	٥٠.٦٧	٢٠	٥.٣٣	-				
٥	تكلفة الأدوات عائق.	ك	10	41	17	3	٣.٦٧	٠.٧٨	٧٣.٤	كبيرة	٧
		%	١٣.٣٣	٥٤.٦٧	٢٢.٦٧	٤	٥.٣٣				
٦	القلق من فقدان السيطرة على المحتوى.	ك	19	43	8	3	٣.٩٩	٠.٧٧	٧٩.٨	كبيرة	٤
		%	٢٥.٣٣	٥٧.٣٣	١٠.٦٧	٤	٢.٦٧				
٧	قد يساعد استخدامه على نشر أخبار مضللة	ك	22	38	12	3	٤.٠٥	٠.٧٦	٨١	كبيرة	٢
		%	٢٩.٣٣	٥٠.٦٧	١٦	٤	-				
-	المجموع					٣.٩٨	٠.٧٨	٧٩.٦	كبيرة	-	

ينضح من الجدول السابق أن التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري تمثل بما يلي: أظهرت نتائج الاستجابات أن غالبية المبحوثين اتفقوا أو وافقوا بشدة على أن (نقص التدريب يعيق الاستخدام) ويمثل كبيراً في استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الاخباري حيث بلغ الوسط المرجح (٤.٢٣) والوزن المنوي (٨٤.٦%)، وهو أعلى ترتيب بين الفقرات ويدل على

مستوى عالٍ جداً من الأهمية، وجاءت فئة (قد يساعد استخدامه على نشر أخبار مضللة) في الترتيب الثاني من حيث الأهمية، حيث بينت النتائج أن هناك قلقاً كبيراً لدى المبحوثين بشأن إمكانية استخدام الذكاء الاصطناعي لنشر أخبار مضللة، وبلغ الوسط المرجح لهذه الفقرة (٤.٠٥) مع وزن مئوي (٨١%)، ويشير إلى مستوى كبيرة من التأثير على المحتوى الإخباري، بينما أظهرت النتائج أن فئة (قضايا أخلاقية (تزوير/انتحال) تحد من الاستخدام) حلت في الترتيب الثالث وبلغ الوسط المرجح (٤.٠٤) والوزن المئوي (٨٠.٨%)، وهذا يؤشر أن هناك إدراكاً واضحاً من المبحوثين لأهمية الجوانب الأخلاقية في الحد من استخدام الذكاء الاصطناعي، تلتها فئة (القلق من فقدان السيطرة على المحتوى) في الترتيب الرابع حيث بلغ الوسط المرجح (٣.٩٩) والوزن المئوي (٧٩.٨%)، وتشير النتائج إلى أن المبحوثين يرون أن فقدان السيطرة على المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي يمثل تحدياً بارزاً، في حين جاءت فئة (غياب سياسات داخل المؤسسات) في الترتيب الخامس إذ بلغ الوسط المرجح (٣.٩٣) والوزن المئوي (٧٨.٦%)، وهذا يشير أن غياب السياسات والإجراءات التنظيمية داخل المؤسسات يمثل عقبة معتدلة، لتأتي فئة (ضعف البنية التحتية يمثل عائقاً) في الترتيب السادس حيث بلغ الوسط المرجح (٣.٩٢) والوزن المئوي (٧٨.٤%)، وهذا يشير أن ضعف البنية التحتية يمثل عائقاً ملموساً، وأخيراً جاءت فئة (تكلفة الأدوات عائق) في المرتبة الأخيرة حيث بلغ الوسط المرجح (٣.٦٧) والوزن المئوي (٧٣.٤%)، وهذا يدل أن تكلفة الأدوات المستخدمة في الذكاء الاصطناعي تشكل أقل الفقرات تأثيراً نسبياً، ويعكس مستوى تأثير كبير ولكن أقل مقارنة بالفقرات الأخرى، وتبين لنا نتائج الجدول السابق أن نتائج تشير إلى أن المتوسط العام التحديات والمعوقات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري بلغ (٣.٩٨)، وبنسبة مئوية قدرها (٧٩.٦%) وهو ما يعكس مستوى كبير من الأهمية والتأثير لهذه التحديات، يتضح من النتائج أن أبرز التحديات والمعوقات في استخدام الذكاء الاصطناعي لبناء المحتوى الإخباري يتمثل في نقص التدريب، القضايا الأخلاقية، والقلق من نشر أخبار مضللة وفقدان السيطرة على المحتوى، بينما تشكل تكلفة الأدوات وضعف البنية التحتية عقبات أقل نسبياً.

ما المقترحات الخاصة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري؟

جدول (١٠) يبين المقترحات لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري. ن= (٧٥)

ت	العبارات	استجابات المبحوثين					الانحراف المعياري	الوزن المنوي	الترتيب	المستوى
		موافق بشدة	اتفق	محايد	معارض	معارض بشدة				
١	يجب الإعلان إن كان المحتوى مولداً بالذكاء الاصطناعي	ك	43	26	5	1	-	٨٩.٦	كبيرة جداً	٢
		%	٥٧.٣٣	٣٤.٦٧	٦.٦٧	١.٣٣	-			
٢	ضرورة إقرار قوانين وطنية تنظم الاستخدام.	ك	45	21	8	1	-	٨٩.٤	كبيرة جداً	٣
		%	٦٠	٢٨	١٠.٦٧	١.٣٣	-			
٣	حقوق الملكية الفكرية غير واضحة وتحتاج تشريع.	ك	40	25	7	3	-	٨٧.٢	كبيرة جداً	٥
		%	٥٣.٣٣	٣٣.٣٣	٩.٣٣	٤	-			
٤	أخشى من استغلال الذكاء الاصطناعي في التضليل السياسي	ك	40	25	9	1	-	٨٧.٩	كبيرة جداً	٤
		%	٥٣.٣٣	٣٣.٣٣	١٢	١.٣٣	-			
٥	ضرورة وجود دليل أخلاقي وإجرائي.	ك	47	18	10	-	-	٨٩.٨	كبيرة جداً	١
		%	٦٢.٦٧	٢٤	١٣.٣٣	-	-			
المجموع							٨٨.٦	كبيرة جداً	-	

في ضوء النتائج الواردة في الجدول الخاص بالمقترحات والمواقف تجاه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري، والتي سيتم توضيحها فيما يأتي: جاءت فئة (ضرورة وجود دليل أخلاقي وإجرائي) في المرتبة الأولى بوسط مرجح (٤.٤٩) ووزن منوي (٨٩.٨%) وهو ما يشير إلى أن المبحوثين يعطون أولوية قصوى لوجود قواعد مهنية وأخلاقية تضبط إنتاج المحتوى الإخباري واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، تلتها فئة (يجب الإعلان إن كان المحتوى مولداً بالذكاء الاصطناعي) التي احتلت المرتبة الثانية بوسط مرجح (٤.٤٨) ووزن منوي (٨٩.٦%) مما يعكس وعياً عالياً بأهمية الشفافية الإعلامية وتعريف المتلقي بمصدر وطريقة إنتاج المحتوى، أما فئة (ضرورة إقرار قوانين وطنية تنظم الاستخدام) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بوسط (٤.٤٧) ووزن (٨٩.٤%) مبينة تفضيل المبحوثين لوجود إطار تشريعي رسمي يحكم هذا النوع من التقنيات، بما يحد من استخدامها العشوائي أو المسيء، ثم جاءت فئة

أخشى من استغلال الذكاء الاصطناعي في التضليل السياسي) في المرتبة الرابعة بوسط (٤.٣٩) ووزن (٨٧.٩%) وهو ما يعبر عن مخاوف حقيقية من التوظيف السلبي للذكاء الاصطناعي في تغيير قنوات الجمهور أو إنتاج محتوى مضلل. وأخيراً، حلت فئة (حقوق الملكية الفكرية غير واضحة وتحتاج تشريع) في المرتبة الخامسة بوسط (٤.٣٦) ووزن (٨٧.٢%) رغم أنها ما تزال ضمن مستوى "كبيرة جداً"، مما يشير إلى اتفاق عام على ضرورة معالجة الفجوات القانونية التي تتعلق بحقوق الملكية الفكرية للمحتوى المنتج آلياً، وعند النظر إلى المستوى العام للجدول الذي بلغ وسطاً مرجحاً (٤.٤٣) ووزناً مئويةً (٨٨.٦%) يتضح أن اتجاهات المبحوثين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري تتسم بوضوح شديد، وبزعة تؤكد أهمية تنظيم هذا الاستخدام وتشريعه وضبطه أخلاقياً ومهنيًا، ويمكن أن نستنتج أن المبحوثين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي كأداة مهمة يمكن أن تسهم في تحسين العمل الإخباري، لكنهم يربطون هذا القبول بوجود تشريعات واضحة وشفافية كاملة وتعامل جاد مع مخاطر التضليل وسوء الاستخدام، وهو ما يجعل موقفهم متوازناً ومدروساً تجاه هذه التقنيات الحديثة.

■ الاستنتاجات:

- ١- تظهر نتائج البحث أن الصحفيين يمتلكون معرفة جيدة بالذكاء الاصطناعي، مما يعكس استعدادهم المهني لمواكبة التحولات التقنية وتوظيف أدواته بفعالية في العمل الإعلامي.
- ٢- تدل النتائج على وجود فروق إحصائية بين مستويات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإخباري، ويبرز توجه واضح نحو الاعتماد المتوسط والمرتفع على هذه التطبيقات، مما يعكس انتشاراً متزايداً وملحوظاً لاستخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار.
- ٣- تشير نتائج البحث إلى أن الذكاء الاصطناعي يعزز كفاءة إنتاج الأخبار وتحريرها، مع بقاء الحاجة للتدقيق البشري، في حين يقر المشاركون بالمخاطر المحتملة مثل المعلومات المضللة وتقليص فرص العمل.
- ٤- تبرز النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار يتركز على إنتاج المحتوى اللغوي والوسائط المتعددة، مع تراجع دوره في المهام التنظيمية والتحليلية، مما يعكس تركيز الإعلام على جودة الإنتاج.
- ٥- تواجه استخدامات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإخباري تحديات رئيسية تشمل نقص التدريب، القضايا الأخلاقية، ومخاطر المعلومات المضللة وفقدان السيطرة على المحتوى، مع تأثير أقل لتكلفة الأدوات وضعف البنية التحتية، مما يستدعي تعزيز الأطر التدريبية والتنظيمية والأخلاقية لضمان استخدام آمن.
- ٦- تُظهر نتائج البحث أن الذكاء الاصطناعي يعزز كفاءة العمل الصحفي عبر إدارة البيانات وإنتاج الأخبار آلياً، ما يحسن جودة المخرجات ويقلل زمن المعالجة.
- ٧- يُظهر المبحوثين قبولاً مشروطاً للذكاء الاصطناعي كأداة لتعزيز العمل الإخباري، مع التأكيد على ضرورة وجود إطار تشريعي واضح، وشفافية كاملة، وإدارة جديّة لمخاطر التضليل وسوء الاستخدام.

■ توصيات البحث

- ١- دعوة المؤسسات الإعلامية الى تطوير البيئة التحتية الإعلامية مزودة بالأدوات والبرامج والتطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي لدعم الصحفيين العراقيين في مجال انتاج وبناء المحتوى بشكل يواكب التطورات العالمية في هذا المجال.
- ٢- تعزيز الكفاءة المهنية للعاملين في المؤسسات الإعلامية المختلفة عبر وضع خطط وبرامج تدريبية لهم حول الاستخدام الأخلاقي والمسؤول لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتجنب الوقوع في نشر الاخبار الزائفة او المضللة.
- ٣- دعوة الجهات التشريعية والنقابات المهنية الى ضرورة صياغة إطار قانوني وتنظيمي شفاف ووضح خاص بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المختلفة للحد من مخاطر التضليل الإعلامي وسوء الاستخدام هذه التقنيات الحديث.

■ مصادر البحث

- ١- دحام على حسين العبيدي، دوافع استخدام الجمهور العراقي للقنوات التلفزيونية الفضائية وحدود الإشباع المتحققة، أطروحة دكتوراة غير منشورة، كلية الاعلام -جامعة بغداد، ٢٠١١م.
- ٢- سيف الدين حسين خلف، معالجة القنوات الفضائية لازمة الرسوم الكاريكاتيرية الفرنسية ودورها في استثارة مشاعر الكراهية لدى المسلمين لقيم العلمانية والمواطنة الغربية دراسة تحليلية -ميدانية أطروحة دكتوراة غير منشورة، كلية الاعلام -جامعة بغداد، ٢٠٢٢م.
- ٣- انجي عبد العزيز لطفي، مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية ودورها في تطوير المحتوى الإخباري "المجلة المصرية لبحوث الأعلام، المجلد ٧٧، (الجزء الثالث-المجلد الثاني)، ٢٠٢١م.
- ٤- أسماء فتحي ابراهيم اسماعيل، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية، دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم-مصر اوي -القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، المجلد ٢١، العدد ٤ الجزء الاول، اكتوبر ديسمبر ٢٠٢٢م.
- ٥- امل نبيل بدر، اتجاه المحررين في غرفة الاخبار التلفزيونية نحو اخلاقيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الخبري، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، جامعة القاهرة، المجلد ٨٦، العدد ٨٦، الجزء الثاني، مارس ٢٠٢٤م.
- ٦- حنان حيدر صاحب، استخدام الذكاء الاصطناعي في التحقق من المحتوى الإعلامي عبر الانترنت " دراسة مسحية للصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العراقية، مجلة اريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال، العدد ٨، المجلد ٨، تموز ٢٠٢٣م.
- ٧- فتحي إبراهيم إسماعيل، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، جامعة القاهرة -كلية الاعلام، المجلد ٢١، العدد ٤، ٢٠٢٢م.
- ٨- نهى مجدي السيد، "تأثير المحتوى الإخباري في المنصات الرقمية على صناعة المحتوى التلفزيوني الإخباري، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون العدد، ٢٨، ٢٠٢٤م.
- ٩- عيسى عبد الباقي موسى، احمد عادل عبد الفتاح، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو التوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية دراسة تطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، جامعة القاهرة، المجلد ١٩ العدد ١ ٢٠٢٠م.

- ١٠- اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: دار الفجر للنشر والطباعة، ١٩٩٨م).
- ١١- حسني محمد نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير في عصر المعلومات الخبر الصحفي، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٤م).
- ١٢- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
- ١٣- فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، القاهرة: عالم الكتب، الطبعة الثانية ١٩٨١م.
- ١٤- محمود ابراهيم خليل، شريف درويش اللبان، اتجاهات حديثة في الانتاج الصحفي، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع القاهرة، ٢٠٠٠م.

15- Simon, Felix M. "Artificial intelligence in the news." How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena. Columbia: Tow Center for Digital Journalism at Columbia University. Available online: https://towcenter.columbia.edu/sites/default/files/content/Tow%20Report_Felix-Simon-AI-in-the-News.pdf (accessed on 25 May 2024 .P10

16- Sharadga, Tahseen Mohammad Anis, Zuhair Tahat, and Amjad Omar Safori. "Journalists' perceptions towards employing artificial intelligence techniques in Jordan TV's newsrooms." *Studies in Media and Communication* 10.2 (2022): 239-248.

List of Sources and References (Part 2 - English Translation)

- 1- Daham Ali Hussein Al-Obaidi, Motives of the Iraqi Audience for Using Satellite TV Channels and the Limits of Achieved Gratifications, Unpublished PhD Thesis, College of Media - University of Baghdad, 2011.
- 2- Saif al-Din Hussein Khalaf, Satellite Channels' Treatment of the French Caricature Crisis and its Role in Arousing Muslim Hatred toward Secular Values and Western Citizenship: An Analytical-Field Study, Unpublished PhD Thesis, College of Media - University of Baghdad, 2022.
- 3- Engy Abdel Aziz Lotfy, The Future of Using Artificial Intelligence Applications in Media Institutions and Their Role in Developing News Content, *Egyptian Journal of Media Research*, Vol. 77, Part 3 - Vol. 2, 2021.
- 4- Asmaa Fathi Ibrahim Ismail, Journalists' Trends toward Using Artificial Intelligence in Developing Journalistic Content in Egyptian Newspapers and Websites: A Field Study of Al-Masry Al-Youm,

Masrawy, and Cairo Sites, *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Vol. 21, No. 4, Part 1, Oct-Dec 2022.

5- Amal Nabil Badr, Trends of Editors in Television Newsrooms toward the Ethics of Employing Artificial Intelligence Techniques in News Content Creation, *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Cairo University, Vol. 86, No. 86, Part 2, March 2024.

6- Hanan Haider Sahib, Using Artificial Intelligence to Verify Online Media Content: A Survey Study of Journalists Working in Iraqi Media Institutions, *ARID International Journal for Media Studies and Communication Sciences*, No. 8, Vol. 8, July 2023.

7- Fathi Ibrahim Ismail, Journalists' Trends toward Using Artificial Intelligence in Developing Journalistic Content in Egyptian Newspapers and Websites, *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Cairo University - College of Media, Vol. 21, No. 4, 2022.

8- Noha Magdy El-Sayed, The Impact of News Content on Digital Platforms on the Television News Content Industry, *Scientific Journal of Radio and Television Research*, No. 28, 2024.

9- Issa Abdel Baqi Moussa and Ahmed Adel Abdel Fattah, Trends of Journalists and Leaders toward Employing Artificial Intelligence Techniques in Newsrooms of Egyptian Journalistic Institutions: An Applied Study, *Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Cairo University, Vol. 19, No. 1, 2020.

10- Ismail Ibrahim, *The Art of Journalistic Editing between Theory and Practice*, (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Printing, 1998).

11- Hosni Mohammed Nasr and Sanaa Abdel Rahman, *Editing in the Information Age: The News Story*, (Al Ain: Dar Al-Kitab Al-Jamai, 2014).

12- Saad Salman Al-Mashhadani, *Media Research Methods*, (Al Ain: Dar Al-Kitab Al-Jamai, 2017).

13- Farouk Abu Zeid, *The Art of the News Story: A Comparative Study between Newspapers in Developed and Developing Societies*, (Cairo: Alam Al-Kutub, 2nd ed., 1981).

14- Mahmoud Ibrahim Khalil and Sherif Darwish Al-Labban, *Modern Trends in Journalistic Production*, (Cairo: Al-Arabi for Publishing and Distribution, 2000).