

***Journalists' attitudes towards using artificial intelligence in developing  
journalistic work and its impact on Credibility and professionalism***

**Abeer Abdul Amir Kareem Samir\***

**College of Media - University of Thi Qar-Iraq**

[kareem@utq.edu.iq](mailto:kareem@utq.edu.iq)

 <https://orcid.org/0009-0004-9035-6947>

**Hadi Flayyih Hasan**

**College of Media - University of Thi Qar-Iraq**

[hadialrefai70@gmail.com](mailto:hadialrefai70@gmail.com)

**Received: 28/09/2024, Accepted: 14/12/2024, Published: 21/03/2025**

**Abstract:** The research aims to identify the extent of journalists' awareness of the importance of artificial intelligence and its role in improving journalistic performance, knowing the impact of the application of artificial intelligence on credibility and professionalism in journalistic work, and knowing the challenges facing media institutions adopting this technology. The importance of the study comes from the fact that artificial intelligence journalism has created a new era in the media industry and the union of many journalistic institutions to benefit from these modern technologies in developing journalistic work. This research belongs to descriptive research and used the survey method that aims to record and analyze the interpretation of the phenomenon. A questionnaire form was used and then applied to a sample of journalists working in Iraqi journalistic institutions and then selected intentionally - amounting to (80) respondents. The research reached the valid answer: Fig. 7603% of the study is that Iraqi journalists, even without using artificial intelligence in journalistic work, by 7%9. The results indicated that % of Iraqi journalists confirm the contribution of artificial intelligence to improving the quality of journalistic work.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Credibility, Professionalism, Journalis.

\*Corresponding author

## اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية

عبير عبد الامير كريم \*

كلية الاعلام، جامعة ذي قار - العراق

[kareem@utq.edu.iq](mailto:kareem@utq.edu.iq)

 <https://orcid.org/0009-0004-9035-6947>

هادي فليح حسن

كلية الاعلام، جامعة ذي قار - العراق

[hadialrefai70@gmail.com](mailto:hadialrefai70@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2024/09/28 - تاريخ القبول: 2024/12/14 - تاريخ النشر: 2025/03/21

**ملخص:** يهدف البحث إلى التعرف على مدى وعي الصحفيين بأهمية الذكاء الاصطناعي ودوره في تحسين الأداء الصحفي ومعرفة انعكاس تطبيق الذكاء الاصطناعي على المصداقية والمهنية في العمل الصحفي ومعرفة التحديات التي تواجه تبنى المؤسسات الإعلامية لهذه التقنية وتأتي أهمية الدراسة من كون صحافة الذكاء الاصطناعي خلقت عصر جديد في صناعة الإعلام والتحاق العديد من المؤسسات الصحفية للاستفادة من هذه التقنيات الحديثة في تطوير العمل الصحفي وينتمي هذه البحث إلى البحوث الوصفية واستخدم المنهج المسحي الذي يستهدف تسجيل وتحليل تفسير الظاهرة وتم استخدام استمارة استبيان ثم تطبيقها على عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العراقية تم اختيارهم بطريقة عمدية- وباللغة (80) مجووث وتوصل البحث الى ابرز النتائج : تبين نتائج الدراسة على ان الصحفيين العراقيين يؤيدون استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 70%. وأشارت النتائج ان نسبة 76.3% من الصحفيين العراقيين يؤكدون مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الصحفي وحصلت فئة التقارير على المرتبة الأولى من الأشكال الفنية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي بنسبة 53.8%.

**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي، المصداقية، المهنية، العمل الصحفي

\* المؤلف المرسل

## مقدمة:

شهدت صناعة الإعلام، وخاصة في مجال الصحافة، تطورات ملحوظة في السنوات الأخيرة، مستفيدة من التقدم التكنولوجي الكبير في مجالات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. اتجهت العديد من المؤسسات الصحفية والإعلامية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما أدى إلى ظهور ما يُعرف بصحافة الذكاء الاصطناعي.

تعتمد صحافة الذكاء الاصطناعي على استخدام تقنيات مثل البرمجيات والخوارزميات لإنشاء قصص إخبارية بشكل تلقائي، دون الحاجة إلى تدخل بشري، باستثناء المبرمجين الذين قاموا بتطوير هذه الخوارزميات. كما تُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجوانب المهنية والإدارية والتخطيط المرتبطة بالعمل.

تعد صناعة الإعلام حقبة جديدة نتيجة للتطورات السريعة في التكنولوجيا وزيادة الاعتماد على صحافة الذكاء الاصطناعي، وهو ما أطلق عليه البعض اسم الثورة الصناعية الرابعة ومن أبرز مظاهره في مجال العمل الإعلامي زيادة القدرات الآلية في معالجة البيانات وتوفير النشرات الإخبارية والبرامج التلفزيونية، فضلا عن توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي لوسائل الاعلام أدوات أكثر تطوراً وأسرع لنقل الأخبار إلى المتلقي من خلال استخدام الخوارزميات لتطوير المحتوى الإعلامي وكتابة القصص والبيانات الصحفية والتحقق من صحة الأخبار المزيفة. وقد أدى ذلك إلى تغييرات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير على الجمهور ومخاطبته بسرعة. الأمر الذي سيؤدي إلى زيادة التنافسية بين وسائل الإعلام وتقليل تكلفة المنتج الإعلامي، الأمر الذي يتطلب من العاملين في المؤسسات الإعلامية الاستعداد لهذه التقنيات الحديثة والوعي بأهميتها. تعتبر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مدخلاً مهماً في تطور المؤسسات الإعلامية خلال السنوات القليلة الماضية، حيث تساهم في العديد من المهام في المجال الإعلامي، مثل استخراج البيانات، وتحسين أساليب البحث، واختيار المواضيع، وتخصيص تجربة المستخدم، وفهم ردود أفعال الإنسان. وتعليقات الجمهور وكتابة النصوص الإخبارية ومكافحة الأخبار الكاذبة.

يؤهل الذكاء الاصطناعي للقيام بأدوار فعالة في تطوير محتوى المؤسسات الإعلامية، ويساهم في تحسين القدرات الإعلامية في التنبؤ بالآزمات، وتسريع وتيرة التعامل معها، والحد من العوامل المؤدية إليها وتمثل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية هي أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تستخدم للمساعدة في أداء المهام الصحفية، وتساعد في تسهيل وتسريع عملية إعداد التقارير من خلال جمع البيانات وإيجادها من مصادر مختلفة، بدلاً من قضاء أوقات طويلة في جمع المعلومات نفسها.

### مشكلة البحث:

الذكاء الاصطناعي أصبح لغة العصر الحالي وأصبح يستخدم على نطاق واسع في مختلف أنحاء العالم لأن هذه التقنيات أتاحت إنتاج محتويات مختلفة. وفي ظل التطورات التقنية السريعة في هذا المجال، فإن الذكاء الاصطناعي سيدخل كافة مجالات العمل الإعلامي، وسيكون لا غنى عنه في أي وقت وتكمن مشكلة البحث في التساؤل الرئيس (ما اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية) وتتبع عن التساؤل الرئيس الاسئلة الفرعية:

- 1- ما اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي؟
- 2- ما الوظائف التي طورها الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي لدى عينة الدراسة؟
- 3- ما ابرز الاشكال الفنية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
- 4- ما مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؟
- 5- ما ايجابيات وسلبيات استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي من وجهة نظر عينة الدراسة؟

### اهمية البحث:

تأتي أهمية الدراسة في لقاء الضوء على واقع استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية العراقية، من خلال تحديد المجالات الأكثر استخداما للذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقية. وتتعرف هذه الدراسة على متطلبات العمل الصحفي الجديدة في ظل توظيف هذه التقنيات، وكذلك الفوائد المترتبة عليها ومدى تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على بيئة العمل الصحفي وكذلك تقييم تأثير هذه التطبيقات على المهنة الصحفية ومصداقية المحتوى.

اما الأهمية التطبيقية للدراسة بعد توظيف الذكاء الاصطناعي كتقنية حديثة في إنتاج المحتوى الصحفي. ولذلك فإن السوق الإعلامي العملي بحاجة إلى استكماله بدراسات توضح انعكاسات هذه التقنيات على إنتاج المحتوى الصحفي. ولذلك فإن نتائج البحث تفيد القائمين على إنتاج المحتوى الصحفي من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي باعتباره أفضل وسيلة لتحقيق الاستفادة منه. وايضا معرفة مدى اهتمام المؤسسات الصحفية بتوظيف هذه التقنية في صناعة إدارة المحتوى الصحفي وفق رؤية ممارسي العمل الصحفي في العراق.

#### اهداف البحث:

- 1- التعرف على اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي.
- 2- تحديد الوظائف التي طورها الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي لدى عينة الدراسة.
- 3- الكشف عن ابرز الاشكال الفنية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- 4- التعرف على مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.
- 5- استكشاف الجوانب الايجابية والسلبية تجاه استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر والاحداث وجمع الحقائق عنها بهدف تحديد الظاهرة تحديدا دقيقا واستخدام المنهج المسحي الذي يعرف على انه " احد الاشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الافراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم " (الحميد، 2000، ص 158).

### مجتمع الدراسة وعينته:

والمقصود به "جميع مفردات او وحدات الظاهرة تحت البحث " (العال و خليفة، 2015، ص 77) وتمثل مجتمع البحث بالصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية الرسمية والخاصة وتم تطبيقها على عينة عمدية من (80) مبحثا من العاملين في الهيئات الصحفية العراقية الرسمية والخاصة.

### مجالات البحث:

1- **المجال الزمني:** يتمثل المجال الزمني للبحث في المدة الزمنية للبحث وهي المدة 1 2024/12/ الى 2025./1/1

2- **المجال المكاني:** ويقصد بها المنطقة الجغرافية أو المكان الذي يجري فيه البحث, وقد تم تطبيق البحث في المؤسسات الصحفية العراقية.

3- **المجال البشري:** تضمن المجال البشري الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العاملين في العراقي.

### اداة البحث:

اعتمد البحث في جمع البيانات الخاصة بالظاهرة على اداة رئيسة تتمثل بالاستبانة الالكترونية والقياس فالاستبيان يمثل مجموعة من الخطوات التي تبدأ بتحديد البيانات المطلوبة وتنتهي باستقبال استمارات الاستبانة من المبحوثين ومن ثم تفريغ بياناتها ومعالجتها حسابيا واحصائيا للوصول الى نتائج يمكن تعميمها وهو ما عمل عليه الباحثان لمعرفة اتجاهات

الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية والمهنية اما القياس فقد اعد مقياسا خماسي الاتجاه .

### تحديد المصطلحات:

**الاتجاه:** يعرف على انه" تعبير محدد عن قيمة أو معتقد، ولهذا يشتمل على نوع من التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعروفة مسبقاً" (حجاب، 2003، ص 18)

**الذكاء الاصطناعي:** يعد الذكاء الاصطناعي أحد أقسام علم الحواسيب، وأحد المرتكزات المهمة التي تعتمد عليها صناعة التكنولوجيا في عصرنا الحالي، فيمكن التعرف على الذكاء الاصطناعي من خلال قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على تنفيذ مهام محددة، من حيث مبدأ عملها تحاكي الإنسان الذي يمتلك ميزة التفكير أو امكانية التعلم من تجارب فارطة أو غيرها من الآليات المختلفة التي تستوجب عمليات ذهنية.

**المهنية:** يقصد بها ان تتم ممارسة العمل او النشاط وفق قواعد وضوابط واضحة ومتعارف عليها ومن امثلة ذلك الاعلامي المهني هو الذي يتبع ويلتزم بالضوابط المهنية من موضوعية وحيادية.

**المصداقية:** ويعني وعي الجمهور بفعالية المحتوى الذي يقدمه المحرر البشري أو الذكاء الاصطناعي، وتقييمه له، سواء على مقياس جودة الرسالة الإعلامية وتمتعها بالعدالة والموضوعية والدقة، أو على مقياس الخصائص المتصورة للمصدر وتمتعها بالكفاءة المهنية والخبرة والجدارة بالثقة والصدق بين الجمهور.

الدراسات السابقة

## 1- دراسة (اسماعيل، 2022)

سعت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية". وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على المنهج المسح الاعلامي واستخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تشير نتائج الدراسة إلى أن 60% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعد في تطوير المحتوى بالصحف والمواقع الإلكترونية، وايضا ان نسبة 22% من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحف والمواقع الإلكترونية أثر سلبياً وأدى إلى انخفاض عدد الصحفيين العاملين بالمؤسسة الصحفية وكذلك تشير نتائج الدراسة إلى أن 24% 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.

## 2- دراسة (موسى و عبد الفتاح، 2020)

هدفت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في الرصد الكمي والتفسير الكيفي لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، ، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية نشر الأفكار المستحدثة، ونموذج قبول التكنولوجيا، كما تم توظيف منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداتي الاستبيان، والمقابلة المتعمقة، على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين بغرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، بجانب إجراء المقابلات الإلكترونية لعينة من القيادات الصحفية، والأكاديميين، وخبراء الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة منها أن نسبة 88% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم وأظهرت نتائج الدراسة أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة

للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق.

### 3- دراسة (الحميد، 2020)

هدفت إلى رصد توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصادقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثون لنموذجين للتغطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة المصرية، أحدهما تمت كتابته عن طريق روبوت بموقع القاهرة (24)، والآخر تمت كتابته عن طريق صحفي بشري بموقع اليوم السابع. أشارت النتائج إلى أن أبرز المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي الدردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي 4.03. أوضحت النتائج أن ترتيب عناصر مصادقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي وردت بموقع (القاهرة) (24) كانت كالتالي: فئة (الدقة) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 3.83 ويليهما في فئة الموضوعية بمتوسط حسابي 3.65، ثم فصل الحقيقة عن الرأي بمتوسط حسابي .

### 4- دراسة (الشمري، 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على توظيف أساليب الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة وانعكاسه على الممارسة الاحترافية للصحفيين العراقيين، وقد أعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي لمجتمع البحث الذي يمثله المماسيين للعمل الصحفي في الهيئات الصحفية العراقية من رؤساء الأقسام ومديري التحرير ورؤساء التحرير ونوابهم وسكرتارية التحرير والصحفيين أصحاب الخبرة، وفي ضوء ذلك صمم الباحث استمارة الاستبانة باستطلاع آراء عينة عمدية قوامها (120)، وظهرت نتائج الدراسة أن توظيف الذكاء الصناعي في الميدان الصحفي له أهمية كبيرة، وأن تقنية ادراة المضمون الصحفي من أبرز الميادين التي يمكن لتقنيات الذكاء الصناعي توظيفها في الصحافة.

## أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

1- ساهمت الدراسات السابقة بعد مراجعتها من قبل الباحثان في تكوين رؤية واضحة لمشكلة البحث من حيث تحديدها وصياغها.

2-تحديد الأهداف التي يسعى الباحثان إلى تحقيقها.

3- ساعدت الدراسات السابقة الباحثان في تحديد مجتمع البحث وعينته ومفاهيم الدراسة.

4- وساهمت الدراسات السابقة في بناء استمارة الاستبيان من خلال تحديد الأسئلة المناسبة للبحث.

5-ساعدت الدراسات السابقة الباحثان على جمع المادة العلمية للدراسة من خلال الاطلاع على المراجع المختلفة التي تقيّد موضوع الدراسة.

### المبحث الثاني: مفهوم الذكاء الاصطناعي:

كما يعرف قاموس روبرير الصغير الذكاء الاصطناعي على انه: " جزء من علوم الحاسوب الآلي، الذي يهدف لمحاكاة قدرة معرفية لاستبدال الإنسان في أداء وظائف مناسبة، في سياق معين 1 تتطلب ذكاء ".

يعرفه عادل عبد النور عبد النور: على انه علم هدفه الأول جعل الحاسوب وغيره من الآلات تكتسب صفة الذكاء ويكون لها القدرة على القيام بأشياء مازالت على عهد قريب حصرا على الإنسان كالتفكير والتعلم والإبداع والتخاطب . (هاجر و نفيسة، 2023، ص 28)

### استخدامات الذكاء الاصطناعي في الاعلام الصحفي

يمكن ملاحظة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي في المجالات

التالية: (نور الدين ، 2022، ص 373)

1- المساعدة في البحث وإنتاج المحتوى. ومن هذا المنطلق تعتبر هذه الأدوات وسائل ذكية يمكنها مساعدة الصحفيين في عملية إنتاج المحتوى الإعلامي من خلال البحث عن البيانات الضخمة ومعالجتها باستخدام الخوارزميات في مجال الصحافة، مما يساعد الصحفيين على ربط البيانات معًا في مواضيع مختلفة.

2- إنتاج المحتوى من خلال الأتمتة الكاملة لعملية إنتاج الأخبار وإنشائها آليًا دون تدخل الصحفيين، حيث يشار إلى ذلك غالبًا بالأخبار التي يتم إنشاؤها بواسطة برامج الصحافة الآلية أو صحافة الروبرت عن طريق جمع المعلومات تلقائيًا وإفراجها في مستودعات مسبقة. القوالب المحددة ويرى محللو هذه الظاهرة أن الكتابة الآلية هي الأكثر فعالية بالنسبة لوسائل الإعلام التي تركز على التقارير الواقعية، والتي تعتبر السرعة والحجم مؤشرين مهمين لها، كما هو الحال بالنسبة لوكالات الأنباء.

3- المساعدة في تحديد أهمية المواضيع والأحداث المتعلقة بالنشر ومتابعة جدارتها بمساعدة الخوارزميات التي توفر إمكانيات عالية في تحليل البيانات وربطها ومقارنتها مع الاهتمامات الحالية للجمهور لتحديد أهمية القضايا المختلفة للنشر في وقت واحد وبسرعة.

4- توزيع المحتوى: يمكن استخدام الأدوات القائمة على الذكاء الاصطناعي لتغيير الطريقة التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية بتوزيع محتوى الاعلامي بدلاً من تقديم نفس القصص الإعلامية لجميع الأفراد، تقدم وسائل الإعلام قصصًا يتم تكيفها خصيصًا لكل مستخدم على حدة.

أنواع الذكاء الاصطناعي:

توجد ثلاثة أنواع من الذكاء الاصطناعي وهي (الذناي، درار، و عمر، 2024، ص 10)

أولاً: الذكاء الاصطناعي الضيق: يؤدي هذا النوع من الذكاء الاصطناعي مهام يمكن أن تقومها خوارزميات وشبكات عصبية معقدة للغاية. وهي مهام موجهة نحو الهدف، مثل التعرف على

الوجه، والبحث عن معلومات محددة، والتحكم في السيارات ذاتية القيادة، وهو النوع الأكثر شيوعًا الآن.

ثانياً: **الذكاء العام الاصطناعي**: لديه القدرة على أداء أي مهمة فكرية بنجاح، مثل استيعاب التجارب السابقة والتعلم منها، والقدرة على التنبؤ واستقراء المعرفة من خلال مجموعة واسعة من المهام والمواقف التي لا تعالجها البيانات المدخلة مسبقاً، ولا الخوارزميات الموجودة، ولديه القدرة على إجراء عمليات حسابية معقدة في ثوانٍ، وهو ما يتطلب قدرات حسابية لا توجد حالياً إلا على مستوى الكمبيوتر الفائق.

ثالثاً: **الذكاء الاصطناعي الفائق**: هذه أجهزة أكثر تعقيداً من مجرد محاكاة السلوك البشري أو فهمه. وهي مدعومة بقوة معالجة وتحليل تفوق القدرات البشرية، ومن غير المرجح أن يرى أي شخص يعيش اليوم مثل هذا العالم، حيث يكاد يكون هذا النوع من الذكاء الاصطناعي خارج نطاق القياس، وكما قال ستيفن. هوكينج: من المهم دراسة كيفية الحصول على الفوائد الذكاء الاصطناعي المتفوق مع تجنب المخاطر المحتملة.

### تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي

ومن ابرز هذه التطبيقات (مجموعة من الباحثين، 2024، ص 196)

1. الأتمتة تعني التشغيل الذاتي أو التشغيل الآلي للآلات دون تدخل بشري بهدف تقليل حجم العمل وزيادة السرعة والإنتاجية.

2. الخوارزميات: يعتمد الذكاء الاصطناعي على علم الخوارزميات (التعليمات البرمجية) لأتمتة المهام، من خلال الوصول إلى البيانات ذات الصلة، فهي وصفا تحدد التسلسل الدقيق للخطوات المطلوبة لحل المشكلة، بمعنى أن الخوارزمية هي مجموعة من الإجراءات التي يتم ترتيبها وتنفيذها للحصول على هدف أو نتيجة محددة سلفاً.

3. المحاكاة في الإعلام: وتتمثل في برامج حاسوبية ديناميكية ومتفاعلة مع مستخدميها. ويتم تصميمها كنموذج لأصل المعلومة، ثم يتم صياغة التجارب وإضافة الصوت والصورة لتمثيل أحداث قريبة من الواقع.

4. الواقع المعزز هو تقنية تعمل على توسيع العالم المادي الحقيقي وإضافة عناصر رقمية إليه، مثل الصور أو مقاطع الفيديو أو النماذج ثلاثية الأبعاد. وهو على النقيض من الواقع الافتراضي الذي يبني بيئة رقمية كاملة. بل يعتمد في المقام الأول على البيئة الحقيقية. وفي بعض أدواته، يتم استخدام كاميرا الهاتف المحمول لإضافة عناصر إلى الصورة. يندمج الواقع المحيط مع العالم الحقيقي.

5. التصوير الآلي: تم تطوير الروبوتات القادرة على التفاعل مع الأحداث وتصويرها وإرسال التقارير التي تصف الأحداث من عدة جوانب بطريقة احترافية ومحايدة، مما يزيد من كفاءة وجودة التغطية الإعلامية.

6. الشبكات الاجتماعية تستخدم المنصات الاجتماعية التقنيات لاقتراح المحتوى المناسب والتوصية بالإعلانات لتحسين تفاعل المستخدم والتعرف على الوجه والترجمة الآلية.

7. توليد وكتابة النص وهو عبارة عن إنتاج مواد آلية ومكتوبة من خلال معالجة اللغة الطبيعية والتي تنشرها المؤسسات الصحفية بجودة عالية تضاهي الكتابة البشرية.

### مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

هناك مجموعة من المزايا للذكاء الاصطناعي نذكر منها ما يلي (الدناني، درار، عمر، وعوض، 2024، ص 470):

1. تحليل البيانات والتنبؤات الإعلامية بفضل تقنيات التحليل العميق للبيانات، أصبحت المؤسسات الصحفية قادرة على فهم ردود أفعال الجمهور تجاه محتواها وتحديد اهتماماتهم واحتياجاتهم بدقة عالية. وبالتالي، من الممكن التنبؤ بمستقبل المحتوى الإعلامي وتعديل الاستراتيجيات التحريرية بشكل فعال.

2. توسيع التغطية في بعض المناطق التي لا يستطيع الصحفيون الوصول إليها: مثل مناطق الحرب، وكذلك تحسين جودة التغطية.

3. العمل على تزويد الجمهور بالمحتوى حسب اهتماماته وتفضيلاته.

4. إمكانية استبدال مقدمي الأخبار بالروبوتات الذكية التي تقدم نشرات الأخبار والدرشة مثل روبوت اليكسا.

5. قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على دعم الكوادر البشرية التحريرية والإدارية في المؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى اختبار قدراتهم وتقييم أدائهم من حيث الإنتاجية والعمل.

6. إنشاء بث مباشر للإعلام دون الحاجة إلى عمليات التحرير أو استهلاك الوقت والجهد في الاستعدادات الأولية.

### تحديات الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي

التحديات المهنية: هناك مجموعة من التحديات للذكاء الاصطناعي ومنها ما يلي (الدبيسي، 2023، ص 87)

1. لا يستطيع الجمهور الإعلامي التحقق من كل الأحداث بمفرده، مما يجعل المصادقية سمة حيوية في العمل الصحفي. لقد ظهرت مشكلة أحكام المصادقية التي تنطبق على اختيار الجمهور للمحتوى الذي يتم إنشاؤه آلياً من وسائل الإعلام. ومن هنا ظهر مفهوم الصحافة المدمجة ليمثل تطوراً جديداً، حيث يتم استكمال المحتوى الآلي بالصحفيين البشر أجرى فولكر وباول دراسة تهدف إلى معرفة كيفية إدراك قراء الأخبار الأوروبيين لمصادقية الرسالة ومصدرها في الأشكال المختلفة لصحافة الذكاء الاصطناعي، وكيف يؤثر ذلك على سلوكهم. أظهرت النتائج أن تصورات المصادقية للمحتوى البشري والمحتوى الآلي والمحتوى المضمن تتساوى بالنسبة للمقالات الرياضية فقط.

2. صحافة الذكاء الاصطناعي عرضة للتحيز. أجرى يانفانج من كلية الاتصالات بجامعة ميامي بالولايات المتحدة اختبارًا تجريبيًا على القصص الإخبارية المكتوبة آليًا وأخرى كتبها البشر لمعرفة ما إذا كانت الكتابة الصحفية الآلية أقل تحيزًا؟ وكشفت نتائج الدراسة أن القصص الإخبارية المكتوبة آليًا تم تصنيفها على أنها أكثر موضوعية ومصداقية وأقل تحيزًا. في القصص الإخبارية المكتوبة آليًا؛ تم تصنيف الأخبار الرياضية على أنها أكثر موضوعية ومصداقية، في حين صنف الأخبار المالية على أنها أكثر تحيزًا.

3. هناك عائق مهني كبير يواجه خوارزميات صحافة الذكاء الاصطناعي في موضوع الحقيقة والشفافية: عدم وجود حوافز تجارية للإفصاح، حيث يتطلب الأمر تحديد العديد من فرص الإفصاح، من خلال أربع طبقات رئيسية من خطوط المدخلات والمخرجات للخوارزميات: البيانات، النموذج والاستدلال والواجهة ومع ذلك، فإن التحدي المستقبلي الأكبر لشفافية صحافة الذكاء الاصطناعي سيكون هو الفصل بين أدوار وقرارات البشر والخوارزميات في أنظمة خوارزمية محددة من أجل تسليط الضوء على الطبيعة الهجينة لهذه الأنظمة .

4. إن العلاقة بين السلطة المعرفية وصحافة الذكاء الاصطناعي يحكمها منظور الموضوعية الميكانيكية، التي تؤمن بأنظمة تكنولوجية قادرة على تقديم مخرجات محددة بشكل يتجاوز حدود الذاتية الإنسانية، من خلال التعامل مع الموضوعية الصحفية وليس كمرجعية ثابتة، ولكن كمرجع سياقي يمكن أن يخضع للتحويلات في الممارسات والتفاهات. مع مرور الوقت، وفقًا لوجهة نظر مات كارلسون، ستظهر تأثيرات تقنيات تسجيل المحتوى الإخباري وإنشائه وتوزيعه على كيفية فهم الموضوعية الصحفية

5. نقص البيانات أو فقدان البيانات، أو وجود عناصر مضطربة تحد من قيمة المعلومات، لذا فإن العناصر المفقودة يمكن أن تؤدي إلى التحيز أثناء إنشاء المحتوى، وقد لا تلبى شرط الموضوعية، ويصبح من المستحيل نقل القصة الخبرية بأكملها بدون بيانات متكاملة

6. إمكانية انتهاك الحقوق الشخصية أو الخصوصية عند جمع البيانات، حيث كان في السابق كل ما يتعلق بالتحقق من أصل البيانات وجودتها يقع على مستوى المسؤولية الفردية في الصحافة

التقليدية. وفي صحافة الذكاء الاصطناعي انتقلت هذه المسؤولية إلى مستوى إدارة المؤسسة الإعلامية، أو الطرف الثالث عندما تقرر ما هي البيانات المستخدمة لمنتجه.

**التحديات الأخلاقية (الدلو، ابو حشيش، و اسماعيل، 2022، ص 70)**

أظهرت نتائج دراسة أجريت عام 2020 أن أنظمة الكتابة بالذكاء الاصطناعي لا تزال بحاجة إلى البشر. خاصة فيما يتعلق بالمبادئ التوجيهية الأخلاقية المطلوبة في أي تفاعل، حيث يحتاج المحررون إلى فهم حدود التقنيات والمواقف التي تتطلب التدخل البشري لأي تجاوزات أخلاقية وقد يصل تدخلهم إلى حد منع النشر لبعض المواد، كما حدث مع وكالة رويترز عام 2016، حيث قام المطورون بإنشاء حوالي 300 تغريده تلقائياً. وبعد تقييمها من قبل الصحفيين، تبين أن 63 منها فقط تستحق النشر.

بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما يكون هناك ارتباك في الكتابة الآلية حول من يُنسب إليه تأليف المحتوى أو كتابته. وينسب بعض المختصين الكتابة إلى المبرمج، فيما ينسبها آخرون إلى المؤسسة الصحفية، مؤكدين على الطبيعة التعاونية للعمل. في المقابل، يؤكد كثيرون أنه لا توجد طريقة أمام القارئ للتحقق مما إذا كان المقال مكتوباً بواسطة روبوت أم إنسان، الأمر الذي يثير قضايا تتعلق بالشفافية ويمكن القول أن المشاكل والمخاوف بشأن مصداقية الأخبار المنتجة آلياً تشبه تلك المتعلقة بمصداقية الأخبار بشكل عام. لا تزال قضايا مثل العدالة والدقة والذاتية والخطأ ومحاولات التأثير أو الدعاية حاضرة في المواد التي كتبها البشر على مدى مئات السنين من الكتابة، وبالتالي يشكك العديد من النقاد والمختصين فيما إذا كانت الخوارزميات عادلة ودقيقة وخالية من التلاعب. الذاتية أو الخطأ أو محاولات التأثير.

## المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية

## جدول (1) التوزيع وفق متغيرات الدراسة

ت	المتغير	الفئة	ك	%	المرتبة
1	النوع	ذكور	55	68.75	الاولى
		إناث	25	31.25	الثانية
		المجموع	80	100	
2	العمر	اقل من 25 عام	16	20	الثالثة
		من 25 الى اقل من 30 عام	17	21.2	الثانية
		من 30 الى اقل من 35	23	28.7	الاولى
		من 35 الى اقل من 40	11	13.7	الخامسة
		من 40 فأكثر	13	16.2	الرابعة
		المجموع	80	100	
		اعدادية	2	2.5	الخامسة
3	المستوى التعليمي	دبلوم	9	11.3	الرابعة
		بكالوريوس اعلام	31	38.8	الاولى
		بكالوريوس غير متخصص بالأعلام	15	18.8	الثالثة
		دراسات عليا	23	28.7	الثانية
		المجموع	80	100	
		حكومية	47	58.8	الاولى
4	نوع المؤسسة الاعلامية	خاصة	33	41.3	الثانية
		المجموع	80	100	
		عدد سنوات الخبرة	24	30	الثانية
-6	عدد سنوات الخبرة	من 5 الى اقل من 10 اعوام	29	36.3	الاولى
		من 10 اعوام الى اقل من 15 عام	15	18.8	الثالثة
		15 عام فأكثر	12	15	الرابعة
		المجموع	80	100	

يتبين من جدول (1) وجود تنوع في انتشار المبحوثين وفق معطيات الدراسة الديموغرافية مع تفوق فئات على سواها، فعلى صعيد النوع الاجتماعي تفوق الذكور على الاناث، وجاء الذين تتراوح اعمارهم بين 30-35 بالمرتبة الاولى ونال التحصيل الدراسي بكالوريوس اعلام على المرتبة الأولى بنسبة جاء 38.8%، وجاءت المؤسسة الاعلامية الحكومية على المرتبة الاولى بنسبة 58.8% وحصلت سنوات الخبرة الاعلامية من 5 اعوام الى اقل من 10 اعوام على المرتبة الاولى بنسبة 36.3%.

جدول (2) يبين اتجاه المبحوثين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي

المرتبة	%	التكرار	الاتجاه
الاولى	70	56	مؤيد
الثانية	25	20	محايد
الثالثة	5	4	معارض
	100	80	المجموع

يتبين من جدول (2) ان فئة (مؤيد) حصلت على المرتبة الاولى بنسبة (70%) بينما حصلت فئة (محايد) على المرتبة الثانية بنسبة (25%) ونالت فئة (معارض) على المرتبة الثالثة بنسبة (5%). وهذا يدل على استخدام العاملين بالمؤسسات الصحفية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

جدول (3) يبين مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الصحفي

المرتبة	%	التكرار	المساهمة
الاولى	76.3	61	نعم
الثانية	21.3	17	احيانا
الثالثة	2.5	2	لا
	100	80	المجموع

تبين من الجدول رقم (3) ان فئة (نعم) حصلت على المرتبة الاولى بنسبه (76.3) بينما نالت فئة (احيانا) على المرتبة الثانية بنسبه (21.3) وجاءت فئة (لا) بالمرتبة الثالثة بنسبه (2.5) وهذا يشير على مساهمة الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي في المؤسسات الصحفية العراقية.

جدول (4) يوضح الاشكال الفنية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي

المرتبة	%	التكرار	الاشكال الفنية
الثانية	43.8	35	الاخبار
الاولى	53.8	43	التقارير
الثالثة	33.8	27	المقالات
الخامسة	20	16	القصص
الرابعة	23.8	19	المقابلات
السادسة	12.5	10	الحديث
	100	150	المجموع

يتبين من الجدول (4) ان فئة (التقارير) حصلت على المرتبة الاولى بنسبة (53.8) بينما نالت فئة (الاخبار) على المرتبة الثانية بنسبه (43.8) وجاءت فئة المقالات بالمرتبة الثالثة بنسبة (33.8) وحصلت فئة (المقالات) على المرتبة الرابعة بنسبه (23.8) بينما نالت فئة (القصص) على المرتبة الخامسة بنسبة (20%) وجاءت فئة الحديث بالمرتبة السادسة بنسبة (12.5).

## جدول رقم (5) يوضح مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

المرتبة	%	التكرار	المجالات
الاولى	48.75	39	متابعة الاخبار العاجلة والتغطية السريعة
الثانية	38.8	31	تقنية ادارة المحتوى الصحفي
السادسة	23.8	19	الاعتماد على الروبوت الصحفي في تغطية مناطق الحظر
الخامسة	26.3	21	التصميم الجرافيكي
السابعة	22.5	18	البحث الالي الدقيق للحصول على الاخبار من مصادر متعددة
الرابعة	36.3	29	التصحيح التلقائي للأخطاء اللغوية او المهنية
الرابعة	36.3	29	الترجمة الالية
الثالثة	37.5	30	تحويل الصوت الى نص مكتوب او العكس
الثامنة	18.8	15	ادارة صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ومراقبة تعليقات القراء من خلال بوت الدردشة
	%100	231	المجموع

تبين من الجدول ان فئة (متابعه الاخبار العاجلة والتغطية الصحفية) جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة (48.75) بينما حصلت فئة (تقنيه اداره المحتوى الصحفي) على المرتبة الثانية بنسبه (38.8) وجاءت فئة (تحويل الصوت الى نص مكتوب او العكس) بالمرتبة الثالثة بنسبه (37.5) بينما حصلت فئة (التصحيح التلقائي الاخطاء اللغوية او المهنية) وفئة (الترجمة الاليه) على المرتبة الرابعة بنسبة (36.3) بينما نالت فئة (التصميم الجرافيكي) على المرتبة الخامسة بنسبه (26.3) وجاءت فئة (الاعتماد على الروبوت الصحفي في تغطيه مناطق الحظر) على المرتبة السادسة بنسبه (23.8) وجاءت فئة (البحث الالي الدقيق للحصول على الاخبار من مصادر متعددة) على المرتبة السابعة بنسبه (22.5) وحصلت (اداره صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ومراقبة تعليقات القراء من خلال بوت الدردشة) على المرتبة الثامنة بنسبه (18.8).

## جدول (6) يوضح الوظائف التي طورها الذكاء الاصطناعي

المرتبة	%	التكرار	الوظائف
الاولى	42.5	34	معالجة المعلومات
الثالثة	13.8	11	التحرير
الثانية	18.8	15	الاعلان
الخامسة	8.8	7	التوزيع
السادسة	6.3	5	التوثيق والارشفة
الرابعة	10	8	انشاء المؤثرات البصرية
	100	80	المجموع

تبين من الجدول أن (فئة معالجة المعلومات) حصلت على المرتبة الاولى بنسبة (42.5) بينما جاءت فئة (الاعلان) بالمرتبة الثانية بنسبة (18.8) وحازت فئة (التحرير) على المرتبة الثالثة بنسبة (13.8) وحصلت فئة (إنشاء المؤثرات البصرية) على المرتبة الرابعة بنسبة (10%) بينما حصلت فئة (التوزيع) على المرتبة الخامسة بنسبة (8.8) وجاءت فئة (التوثيق والأرشفة) المرتبة السادسة بنسبة (6.3).

## جدول (7) يوضح معوقات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي

المرتبة	%	التكرار	المعوقات
الاولى	37.5	30	ضعف المهارات التقنية
الثانية	22.5	18	ارتفاع التكاليف المالية
الثالثة	21.3	17	ندرة الادوات والتطبيقات باللغة العربية
الرابعة	18.8	15	الحرية الاعلامية
	100	80	المجموع

يتبين من الجدول ان فئة (ضعف المهارات التقنية) جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة (37.5) بينما حصلت فئة (ارتفاع التكاليف المالية) على المرتبة الثانية بنسبة (22.5) ونالت فئة (ندرة

الادوات والتطبيقات باللغة العربية) على المرتبة الثالثة بنسبة (21.3) بينما جاءت الحرية الإعلامية بالمرتبة الرابعة بنسبة (18.8).

جدول(8) يوضح درجة انعكاس الذكاء الاصطناعي على المهنة الاعلامية

المرتبة	%	التكرار	درجة الانعكاس
الاولى	55	44	بدرجة كبيرة
الثانية	28.75	23	بدرجة متوسطة
الثالثة	16.25	13	بدرجة منخفضة
	100	80	المجموع

يتبين من الجدول أن فئة (بدرجه كبيره) حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (55% ) بينما حصلت فئة (بدرجه متوسطة) على المرتبة الثانية بنسبة (28.75) وجاءت فئة (درجه منخفضه) على المرتبة الثالثة بنسبة (16.25).

جدول(9) يوضح درجة مصداقية البيانات التي تعتمد عليها خوارزميات الذكاء الاصطناعي

المرتبة	%	التكرار	درجة الانعكاس
الثانية	36.25	29	درجة كبيرة
الاولى	47.5	38	درجة متوسطة
الثالثة	16.25	13	درجة ضعيفة
	100	80	المجموع

يتبين من الجدول أن فئة (درجه متوسطة) حصلت على المرتبة الاولى بنسبة (47.5) وحصلت فئة (درجه كبيره) بنسبة على المرتبة الثانية بنسبة(36.25%) وجاءت فئة (درجة ضعيفة) على المرتبة الثالثة بنسبة (16.25%).

## جدول (10) يوضح ايجابيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي

المرتبة	%	التكرار	الايجابيات
الاولى	40	32	الابتعاد عن الانحياز في تغطية الاحداث
الثانية	22.5	18	تطوير مهارات الصحفيين
الرابعة	11.25	9	تحسين المحتوى الصحفي
الخامسة	10	8	تساعد في تحليل البيانات الضخمة
الثالثة	16.25	13	انجاز المهام الصحفية بأقل وقت وجهد
	100	80	المجموع

تبين من الجدول ان فئة (الابتعاد عن الانحياز في تغطية الأحداث) حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (40%) بينما جاءت فئة (تطوير مهارات الصحفيين) على المرتبة الثانية بنسبة (22.5%) ونالت فئة (إنجاز المهام الصحفية بأقل وقت وجهد) على المرتبة الثالثة بنسبة (16.25) بينما حصلت فئة (تحسين المحتوى الصحفي) على المرتبة الرابعة بنسبة (11.25%) ونالت فئة (تساعد في تحليل البيانات الضخمة) على المرتبة الخامسة بنسبة (10%).

## جدول (11) يوضح سلبيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي

المرتبة	%	التكرار	السلبيات
الاولى	36.25	29	الاستغناء عن الكفاءات الصحفية
الثانية	21.25	17	تقديم معلومات غير دقيقة
الثالثة	17.5	14	القضاء على الفنون الصحفية
الخامسة	10	8	غياب المساءلة القانونية عند حدوث الاخطاء في الذكاء الاصطناعي
الرابعة	15	12	تدني مستوى الثقة لدى المستخدمين نحو المحتوى المقدم
	100	80	المجموع

يتبين من الجدول ان فئة (الاستغناء عن الكفاءات الصحفية) جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (36.25 %) بينما حصلت فئة (تقديم معلومات غير دقيقة ) على المرتبة الثانية بنسبة(21.25%) ونالت فئة (القضاء على الفنون الصحفية) على المرتبة الثالثة بنسبة(17.5%) وحصلت فئة (تدني مستوى الثقة لدى المستخدمين نحو المحتوى المقدم) على المرتبة الرابعة بنسبة(15 %) ونالت فئة (غياب المسائلة القانونية عند حدوث الأخطاء في الذكاء الاصطناعي) على المرتبة الخامسة بنسبة (10%) .

### النتائج :

- 1- تبين نتائج الدراسة على ان الصحفيين العراقيين يؤيدون استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بنسبة 70%
- 2-ن نسبة 76.3 من الصحفيين العراقيين يؤكدون مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العمل الصحفي.
- 3- تبين من نتائج الدراسة أن فئة التقارير حصلت على المرتبة الأولى من الأشكال الفنية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي بنسبة 53.8%.
- 4- جاءت فئة متابعه الاخبار العاجلة التغطية السريعة من أبرز الميادين التي يمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي توظيفها في العمل في تطوير العمل الصحفي حسب رؤية الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العراقية .
- 5- كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر الوظائف التي طورها الذكاء الاصطناعي هي معالجة المعلومات بنسبة 42.5 .
- 6- كذلك كشفت نتائج الدراسة أن ضعف المهارات التقنية من أبرز معوقات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي بنسبة 37.5 .
- 7- تبين من نتائج الدراسة أن نسبة 55% من الصحفيين العراقيين ترى انعكاس الذكاء الاصطناعي على المهنية الإعلامية بدرجة كبيرة .
- 8- يرى الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية العراقية أن درجة مصداقية البيانات التي تعتمد عليها خوارزميات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 47.5%.

- 9- كما أشارت نتائج الدراسة الى أن أهم الآثار السلبية الناتجة من توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي هي الاستغناء عن الكفاءات الصحفية بنسبة 36.25% .
- 10- كشفت نتائج الدراسة الابتعاد عن الانحياز في تغطية الأحداث من اهم ايجابيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي بنسبه 40%.

#### التوصيات:

- 1- ضرورة توسيع الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، وعدم الاقتصار على تحرير المحتوى، ليشمل كشف المعلومات المضللة والأخبار المزيفة من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة لإثبات صحتها.
- 2- ضرورة التوسع في صناعة المحتوى من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بعد أن أصبح الإعلام الآلي حقيقة لا يمكن تجاهلها، رغم أنها لا تزال تتطور لتشمل أخبار الرياضة والطقس وحركة المرور والأخبار الاقتصادية.
- 3- ضرورة إرساء مبادئ أخلاقية، والاعتماد على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإعلام الجمهور بمصدر إنتاج هذا المحتوى من خلال بيان واضح يفيد بأن الروبوت قام بتحرير هذا النص في مقدمة المحتوى.
- 4- تدريب الصحفيين والمحرفين وكافة العاملين في وسائل الإعلام المختلفة على كيفية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتعامل معها للاستفادة منها في جمع وعرض وتحليل البيانات والأفكار.

#### References

- A Group of Researchers. (2024). Artificial Intelligence: Multidisciplinary Perspectives. Berlin, Germany: Arab Democratic Center for Strategic, Economic, and Political Studies.
- Abdul Karim Ali Al-Dubaisi (2023). Artificial Intelligence Journalism and Professional and Ethical Challenges. Gaza: Islamic University Journal of Humanities Research.
- Abdul Malik Al-Danani, Khaled Darar, and Omar Bin Omar (2024). Artificial Intelligence Technologies and Their Applications in the Media

Field in Arab Countries. Amman: Shahrazad Publishing and Distribution House.

Amr Muhammad Mahmoud Abdel Hamid. (2020). The Use of Artificial Intelligence Applications in the Production of Media Content and Its Relationship to its Credibility with the Egyptian Public. *Journal of Media Research*, Issue 55, Part 5.

Bassam Attia Muhammad Al-Makkawi (2021). Artificial Intelligence Applications and Their Role in Developing Work in Emirati Media Institutions. *Arab Journal of Media and Communication*, Volume 28.

Fathi Ibrahim Ismail. (2022). Journalists' Attitudes Towards the Use of Artificial Intelligence in Developing Journalistic Content in Egyptian Newspapers and Websites. *The Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Volume 21, Issue 4.

Ghatiawi Hajar, and Ben Ali Nafisa. (2023). The Use of Artificial Intelligence Technologies in Editing and Writing News in Electronic Journalism. Faculty of Humanities, Social Sciences, and Islamic Studies, Colonel Ahmed Draiah University, Adrar.

Ismat Thalji Haddad. (2023). The Use of Artificial Intelligence Technologies in Jordanian Press Institutions and Its Impact on Journalists' Professionalism. *Scientific Journal of Journalism Research*.

Issa Abdel Baqi Musa, and Adel Ahmed Abdel Fattah. (2020). Journalists' and Leaders' Attitudes Towards the Use of Artificial Intelligence Technologies in Newsrooms of Egyptian Press Institutions. *The Egyptian Journal of Public Opinion Research*, Volume 19, Issue 1, Cairo University, Faculty of Mass Communication.

Jawad Ragheb Al-Dalo, Yousef Yahya Abu Hashish, and Ahmed Abdullah Ismail (2022). Media Experts' Attitudes Towards the Use of Artificial Intelligence Technologies in Palestinian Journalism. *Al-Resalah Journal of Humanities Studies and Research*, Volume 7, Issue 3.

Muhammad Abd al-Aal and Jamal Khalifa. (2015). *Scientific Research Methods and Approaches*. Cairo: Al-Wareq Foundation for Publishing and Distribution.

Muhammad Abd al-Hamid. (2000). *Scientific Research in Media Studies*. Egypt: Alam al-Kutub.

Muhammad Munir Hijab. (2003). *Media Encyclopedia*. Egypt: Dar al-Fajr for Publishing and Distribution.

Murtada Hassan Ali al-Shammari. (2024). The Use of Artificial Intelligence Technologies in Journalism and Its Impact on the Professional Practice of Iraqi Journalists. *Wasit Journal of Humanities*, Volume 20, Issue 4.

Tawati Nour El-Din (2022). Media Credibility, Artificial Intelligence, and Journalism Legitimacy. *Journal of Social Sciences and Humanities*, Volume 12, Issue 1.