استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المهارات الإعلامية
دراسة مسحية

أ . د. بشرى حسين الحمداني
مركز البحوث والدراسات الاسلامية (مبدأ)
Dr.bushra_67@yahoo.com

المستخلص

تسعى الدراسة الى التعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتاثير ذلك على عملهم المهني ودوره في الحد من نشر الاخبار المضللة وذلك بالتطبيق على عينة عمدية من الصحفيين العراقيين قوامها (251) مفردة من القائمين بعملية الاتصال مقسمة على عينه قوامها (165) من المنتمين للوسائل الاعلامية العراقية المختلفة (صحافة، وكالات انباء، اذاعة وتلفزيون، حسابات مواقع تواصل اجتماعي) وذلك باستخدام النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات .

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها : -

1 – يتابع الصحفيين العراقيين الاخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بعد ان اصبح واقع حال نعيشه وسط جدل واسع من الانتقادات حول سلبيات استخدامه .

2 – يشير المبحوثين الى قدرة الذكاء الاصطناعي على محاكاة الواقع البشري من خلال القيام بالعديد من المهارات الاعلامية وتقديمها باكثر من شكل وصورة الامر الذي يسهل عمل الصحفي في سرعة وصول المعلومة .

3– جاءت اكثر المجالات استخداما من قبل المبحوثين (المجال الاعلامي) لاسيما في تحويل النصوص لبيانات مختلفة الاشكال من ثم جاء (المجال التسويقي) .

4 – تمثلت اكثر الموضوعات توظيفا لتقنيات الذكاء الاصطناعي لدى المبحوثين حول المواضيع الاقتصادية (اسعار النفط ، الكهرباء ، العقارات ، اسعار الدولار) .

5 – وحول اتجاه المؤسسات الاعلاميه اتجاه التقنيات الحديثة كانت الاغلبية (سيبقى الوضع على ماهو عليه دون السعي لاقتناء هذه التقنيات واستحدامها والاعتماد على الجهود الذاتية للصحفي).

6 – حول تصورات المبحوثين اتجاه استخدام هذه التقنية ايد الجميع استخدام هذه التقنيات في تطوير عملهم .

Abstract

The study seeks to identify the role of artificial intelligence techniques and its impact on their professional work and its role in reducing the spread of misleading news, by applying it to a deliberate sample of Iraqi journalists consisting of (251) individuals in charge of the communication process, divided among a sample of (165) members of the Iraqi media outlets. Various outlets (press, news agencies, radio and television, social media accounts) using the unified theory of acceptance and use of .information and communication technology

:The study reached several results, including

1 - Iraqi journalists follow news about artificial intelligence technologies after it has become a reality of the situation we live in amid widespread controversy and criticism .about the negatives of its use

2 - The respondents point out the ability of artificial intelligence to simulate human reality by performing many media skills and presenting them in more than one form and image, which facilitates the work of the journalist in terms of speedy access to .information

3 - The field most used by the respondents was (the media field), especially in .(converting texts to data of various formats, and then came (the marketing field)

4 -The topics most frequently used by respondents regarding artificial intelligence .(techniques were economic topics (oil prices, electricity, real estate, dollar prices)

5 - Regarding the direction of media institutions towards modern technologies, the majority was (the situation will remain as it is without seeking to acquire and use these technologies and relying on the journalist's own efforts).

6 - Regarding the respondents' perceptions regarding the use of this technology, everyone supported the use of these technologies in developing their work.

المقدمة

اصبح مصطلح الذكاء الاصطناعي اكثر المصطلحات استخداماً واكثر شمولية للتطبيقات الالكترونية التي افرزتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مثل التواصل مع الناس عبر الانترنت وتكوين علاقات افتراضية او خلق هوايات مشتركة مثل ممارسة لعبة الشطرنج مثلا

وغالبا ما يتم استخدام مصطلح الذكاء الاصطناعي بالتبادل مع مجالاته الفرعية والتي تشمل التعليم الألي والتعليم العميق .

رغم اختلافات في استخدام المصطلح الا انه استخدام ليشمل شرائح المجتمع كافة ومنهم الصحفيين صانعي الرسالة أو محتوى الرسالة الاعلامية ، وياتي البحث لتسليط الضوء حول استخدام الصحفيين العراقيين لهذه التقنية الحديثة في نقل الاخبار ومتابعتها ودوره في نشر الاخبار المضللة .

الاطار المنهجي

مشكلة الدراسة :

تسعى الدراسة الى الكشف عن اتجاهات الصحفيين نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتاثير ذلك على ممارستهم عملهم الصحفي واستقاء المعلومات من مصادرها وبثها الى الجممور وذلك من خلال توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات.

اهمية الدراسة :

- تاتي اهمية الدراسة من اهمية مفهوم و مصطلح الذكاء الاصطناعي الذي شاع استخدامه كاحدث التقنيات العلمية والتي القت بظلالها على مجمل مجالات الحياة ومنها الاعلام .
- اهتمام المؤسات الاعلامية عامة والعراقية خاصة بدراسة افضل السبل الممكنة للافادة من التقتنيات الرقمية الجديدة ودورها في صناعة المحتوى مع تازم الامر مع الصحافة المطبوعة وتوجه الكثيرين لانشاء غرف اخبار رقمية
- تاتي الاهمية استجابة لحاجة المكتبات الاعلامية الى دراسات وبحوث في هذا المجال لمواكبة التطورات التقنية .

اهداف الدراسة :

1 – تحديد درجة استخدام الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصادر متابعتهم لها .

2 – التعرف على مدى قدرة الذكاء الاصطناعي على خدمة العمل الصحفي وتطويره .

3 – تحديد الموضوعات الاكثر توظيفا واستخداما لتقنيات الذكاء الاصطناعي .

4 – رصد التأثيرات السلبية والايجابية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي .

5 – التعرف على اهم مقترحات الصحفيين العراقيين في توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي .

6 – الكشف عن العوامل الاكثر في تبني واستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي العراقي

7 – تقييم الوضع الحالي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة العراقي واستشراف التطورات المستقبلية لتوظيفها على الاعلام .

تساؤلات الدراسة :

1 –ما درجة استخدام الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومصادر متابعتهم لها .

2 – هل تمكنت التقنيات الحديثة من مجاراة العمل الصحفي ؟

3 – ما الموضوعات الاكثر استخداما من قبل الصحفيين العراقيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي .

4 – كيف يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي على تطوير العمل الصحفي في العراقي .

5 – ما هي اكثر التقنيات المستخدمة في مجال الاعلام وتوظيفها في العمل الصحفي .

6 – ما التطورات المستقبلية المتوقعة لتاثير استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي .

نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية التي لا تتوقف عن جمع البيانات بل تمتد الى تصنيفها و تحليلها وتوصيفها كما تسعى لدراسة العوامل التي تؤثر في الظاهرة محل الدراسة ، ثم تفسير النتائج في ضوء اهداف الدراسة وتساؤلاتها .

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج المسحي الذي يعد من ابرز المناهج المستخدمة في الإعلام بالاعتماتد على اسلوب المسح بالعينة .

أدوات الدراسة :

- تم الاعتماد على الاستبانة التي تضمنت الاسئلة المغلقة والمفتوحة
- المقابلة مع عدد من الإعلاميين العراقيين العامليين في المؤسات الإعلامية العراقية للحصول على رؤية أعمق لنتائج البحث .

مجتمع وعينة الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على الصحفيين العراقيين العاملين في المؤسسات الإعلامية كافة (صحافة ، اذاعة وتلفزين ، مواقع الكترونية) وقد تم تطبيق الدراسى على عينة عمدية قومها (165) من المنتمين للوسائل الإعلامية العراقية المختلفة (صحافة ، وكالات انباء ، اذاعة وتلفزيون ، حسابات مواقع تواصل اجتماعي) ممن يعملون في مجال الإعلام الرقمي وعملهم يستوجب التعامل مع التقنيات الاكترونية الجديدة ، وخلال الفترة من 1/ 1 /2023 – 1/1 / 2023 .

الدراسات السابقة :

1 – دراسة (محمد جمال ، 2021) [1]

اكدت على اهمية استخدام الربوت في العمل الإعلامي وتطويره في المواقع الصحفية المصرية لقدرتها على تقديم محتوى إعلامي باشكال وبيانات مختلفة اكثر تميزا ومصداقية من الاستخدام البشري ، وان موقع القاهرة 24 الاخباري حقق اهدافه في تطبيق صحافة الروبوت.

2 – دراسة (عمر عبد الحميد ، 20 20) [2]

اكدت الدراسة الى تاثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية لا زال محدودا واختلفت اراء المبحوثين حول صياغة المحتوى الإعلامي عبى الذكاء الاصطناعي فبعضهم يراه يتسم بلملل والاخر بالسطحية أو الاسلوب الوصفي التقليدي .

3 – دراسة (عيسى عبد الباقي واحمد عادل ، 2020) [3]

اشارت الدراسة الى ان 88% يؤكدون على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الاخبار الخاصة بهم الان انهم اشاروا الى عدم جاهزية هذه الغرف لتوظيف التقنية الحديثة بسبب تحديث الهياكل الادارية وعدم وجود انظمة جديدة لتحرير النصوص باللغة العربية.

الاطار النظري

تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

يعرف الذكاء الاصطناعي بانه نظام ناتج عن تطوير علوم الحاسوب و البرمجيات ، يهدف إلى انتاج تقنيات آلات قادرة على محاكاة الاداء البشري بعد تزويدها بالبيانات ، هذا النظام استفاد منه العلم ومجالاته بشكل كبير في عدة مجالات ، أهمها استخراج البيانات و تحسين طرق البحث ، اختيار الموضوعات ، انتاج المعلومات و تصحيح الأخطاء و حتى الكتابة.(4)

وعلى الرغم من التطور والتقدم الذي ينجز، لم يصبح الذكاء الاصطناعي مصدراً موثوقاً للمعلومات، ويعود ذلك الى وجود العديد من المغالطات، اذ يواجه مشكلات في كثير من دول العالم إن كان في أوروبا أو أميركا خصوصاً تلك التي تتعلق بحماية البيانات، إضافة الى أن المحتوى الذي يقدمه مبني على معلومات مخزنة من مصادر أو أشخاص أو كتب أو مواقع الكترونية مختلفة، وهذه المعلومات الموجودة قد تكون خاطئة أو كاذبة أو منحازة في محلات معينة، وليس بالضروري أن تكون عن قصد. (5)

على سبيل المثال إن سألنا 10 أشخاص في الطريق عن رأيهم بأحد الوزراء اللبنانيين فستكون اجاباتهم مختلفة، لأن كل واحد منهم لديه معلوماته ورأيه المختلف عن الآخر.

في الولايات المتحدة التي تعد موطن أكبر شركات التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، وأشهرها شركة "Open AI" المدعومة من "Microsoft" والتي أنشأت "Chat GPT"، وجهت وزارة التجارة الأميركية دعوة الى الجهات الفاعلة في قطاع التكنولوجيا لتقديم مساهمات لادارة الرئيس الأميركي جو بايدن من أجل إعداد تصور حول أنظمة خاصة بالذكاء الاصطناعي. وكانـــت الوزارة نفسها أشارت الى أنه كمـــا لا يتم توزيع الطعام والسيارات في الأسواق من دون ضمان مناسب للسلامة، كذلك يجب أن توفر أنظـــمة الذكاء الاصطناعي ضماناً للعامة والحكومة والشركات بأنها ملائمة. (6)

وفي الوقت الذي تفتقر فيه الولايات المتحدة الى القوانين والتشريعات اللازمة في هذا المجال، صرح الرئيس الأميركي بأنه ليس هناك حكم نهائي في ما إذا كان الذكاء الاصطناعي يشكل خطرًا على المجتمع، لكنه حض الكونغرس على تمرير قوانين تضع قيوداً صارمة على شركات التكنولوجيا الضخمة.(7)

وفي الاتحاد الأوروبي تتحرك بعض الدول لمواجهة تطور تقنية الذكاء الاصطناعي منها فرنسا واسبانيا وإيطاليا، وبدأت تتطور التحقيقات في ما يتعلق بانتهاك "Chat GPT" التشريعات المتعلقة بحماية البيانات في الاتحاد، خصوصاً بعد الإعلان عن إنشاء فريق عمل بهدف تعزيز تبادل المعلومات حول أي إجراءات يمكن اتخاذها تجاه "Chat GPT"، وعلى الرغم من تأييد الاتحاد للتقنيات المبتكرة مثل الذكاء الاصطناعي لكنه شدد على أنها يجب أن تكون دائماً "متوافقة مع حقوق الناس وحرياتهم". (8)

وفتحت العديد من هيئات حماية البيانات الشخصية في عدد من الدول المذكورة تحقيقات بشأن احتمال مخالفة التشريعات المتعلقة بحماية البيانات، كما فعلت الهيئة الإسبانية لحماية البيانات وفتحت تحقيقاً في شأن شركة "Open AI" الأميركية التي تملك "Chat GPT" لاحتمالها مخالفة التشريعات المتعلقة بحماية البيانات. وفي فرنسا قررت الهيئة الفرنسية لحماية البيانات الشخصية فتح "إجراء رقابة" مرتبط ببرنامج "Chat GPT". (9)

وأصبحت إيطاليا في نهاية آذار أول دولة تحظر "Chat GPT" موقتاً، وعللت سلطات روما قرارها بعدم احترام البرنامج التشريعات المتعلقة بالبيانات الشخصية، وبعدم وجود نظام للتحقق من عمر المستخدمين القصّر. (10)

وعلى مدار أكثر من 60 عاما صدرت قوانين دولية عديدة لحماية الصحفيين وتمكينهم من الدفاع عن حقوقهم في زمن السلم وحالات الحرب والنزاعات العسكرية، أبرزها المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي نصت على أن "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار، وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت، دون تقيد بالحدود الجغرافية ". الا أنه لا يوجد حتى اليوم أي قوانين او اتفاقيات دولية رسمية محددة تنظم عملية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتحمي الصحفيين من سرقة معلوماتهم وبياناتهم الخاصة. (11)

هناك بعض المنظمات والجمعيات التي تعمل على وضع مبادئ وقواعد ومعايير أخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة، مثل مجموعة خبراء الأمم المتحدة للذكاء الاصطناعي. كما أن بعض الدول والجهات الحكومية والمؤسسات الاعلامية والصحفية في مختلف أنحاء العالم قد قامت بوضع مبادئ توجيهية وأخلاقية للعمل، وبدأت بتطوير أنظمة

وقوانين وسياسات داخلية لتحديد كيفية استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في المحتوى الإعلامي، بما في ذلك المعايير الأخلاقية وحماية الخصوصية وحقوق النشر والملكية الفكرية.

الا أن العالم العربي متأخر في هذا المجال، فحتى يومنا هذا لم يتم إصدار قوانين للنشر الإلكتروني في معظم الدول العربية، بل لا نزال أمام مشاريع قوانين يتم حولها النقاش، وقد توقف عمل المشرعين عند سن وتطوير القوانين الخاصة بالصحافة الالكترونية في العديد من الدول العربية، وبالتالي الحديث عن قوانين تنظم وتحمي صحافة الذكاء الاصطناعي بات بعيدًا. (12)

ان الدول العربية تواجه صعوبة المواكبة التشريعية لتطور تكنولوجيا الإعلام التي تعرف تحولات سريعة، في حين أن المواكبة التشريعية لها ضعيفة جدًا بسبب بطء مسطرة صياغة القانون والمراحل التي يمر بها والقنوات التي يعبرها وما يعتري العملية التشريعية من تعثر.

تحديات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (13)

1. تهديد الوظائف: قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى تقليص الحاجة إلى العمالة البشرية، وذلك من خلال استبدال بعض الوظائف بتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى فقدان بعض الوظائف وتهديد مصادر الدخل للعاملين في هذا المجال.

2. التأثير على الحيادية الإعلامية: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يؤثر على حيادية الإعلام من خلال تحليل البيانات وتوجيه المحتوى وفقًا لتفضيلات الجمهور، مما يمكن أن يؤدي إلى تعزيز الآراء المتشابهة وتقليل التنوع الإعلامي.

3. خطورة تداول الأخبار الكاذبة: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يُستخدم في إنتاج وتداول الأخبار الكاذبة والتضليلية، مما يمكن أن يؤثر على مصداقية وثقة الجمهور بالإعلام والصحافة.

5. حقوق النشر والملكية الفكرية: يستند الذكاء الاصطناعي على شبكات عصبية اصطناعية وتلزمه مجموعات شاملة من البيانات كي يتدرب عليها. في الغالب، تضم تلك المجموعات صوراً أو مقاطع فيديو أو أصواتاً أو نصوصاً. وقد تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي قواعد البيانات المحمية بحقوق الطبع والنشر من دون إذن أصحابها. يشكو المسؤولون عن مصادر تلك المعلومات اليوم من استخدام أعمالهم من دون موافقتهم أو إرجاع الفضل إليهم، أو حصولهم على أي تعويض.

4. الخصوصية والأمان: قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة إلى تهديد الخصوصية والأمن الإلكتروني، حيث يمكن أن يتم جمع وتحليل البيانات الشخصية للمستخدمين دون علمهم أو موافقتهم، مما يشكل تهديدًا لخصوصيتهم وأمنهم الإلكتروني.

5 – إمكانية تحيز البيانات التي تواجهها المستعينة أو المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، فقد يتسرب التحيز إلى هذه الخوارزميات من خلال إعداد البيانات وجمعها. كالتحيز من خلال التمييز بين الأشخاص على أساس العرق أو الجنس أو الإعاقة أو غيره. كما حدث في احدى التقارير لصحيفة "الجارديان" البريطانية حين قام النظام المعتمد على الذكاء الاصطناعي بالخلط بين مطربتين ذواتا بشرة سمراء، حيث لم يستطع التفرقة بينهما بسبب لون البشرة الداكنة.

6 – عدم وجود سند قانوني لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وهذا يعني أننا اليوم بحاجة الى تشريعات واتفاقيات دولية تنظم عملية استخدام أدوات وتقنيات الذكاء لاصطناعي .

7 – تزييف الصور التي تمنح برامج الذكاء الاصطناعي أي شخص القدرة على خلق أي صورة بسهولة وبسرعة كبيرة، ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي ، وهي من المخاوف الأخرى التي لها انعكاسات خطيرة على مستوى المعلومة المزيفة .

فيمكن أن تزيف صورة بن لادن مثلا وتقول إنه مازال حيا، وهو يمسك بجريدة اليوم، أو أن يتم تزييف صور الزعماء، أو الشخصيات المعروفة، ونجوم السينما والمشاهير، وقد شهدنا الكثير من الصور المزيفة التي أثارت بلبلة لنكتشف فيما بعد أنها مزيفة، وعمدت وكالات الأنباء والصحف الكبرى على رصد الصورة المزيفة من الحقيقية، فقد تم مؤخرا مثلا نشر صور للبابا فرنسيس وهو يرتدي معطفا كبيرا، أو صورة لاعتقال الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب، ويعمد البعض لنشر مثل هذه الصور لتحظى بعدد من المشاهدات الكبير تصل إلى عدة ملايين مشاهدة. فالمسألة بالطبع تسيء للضحية، وربما بقي الخبر في أذهان متلقيه لينقله إلى متلق آخر دون أن يتحقق إن كانت الصورة صحيحة أو مزيفة، وهذا ما يتطلب بالطبع قوانين تضبط استخدام الذكاء الاصطناعي، كي تجرم من يسيء استخدامها. (14)

ويبقى السؤال هل يمكن إيقاف التطور في أي مجال من مجال العلوم والتكنولوجيا؟ من الصعب جدا تحقيق ذلك فكل التحذيرات السابقة فيما يخص تطوير مجالات علمية عديدة لم تؤخذ بعين

الاعتبار، وسيظل الذكاء الاصطناعي كتكنولوجيا رفيعة بمقدرتها تشويه بعض الحقائق وتشوش الإعلام.

الدراسة التحليلية:

جدول (1) توصيف العينة

الترتيب	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	95	57.5
2	انثى	70	42.4
	المجموع	165	%100

يتضح من الجدول (1) ان الذكور من المبحوثين هم الاكثر استجابة وجاء بالمرتبة الاولى وبتكرار قدره (95) وبنسبة مئوية قدرها (57.5) فيما جاءت الاناث من المبحوثين بالمرتبة الثانية بتكرار (70) وبنسبة مئوية قدره (42.4) .

جدول (2) يبين التريب العمري للمبحوثين

الترتيب	العمر	التكرار	النسبة المئوية
2	25 – 20	60	36.3
1	35 – 30	70	42.4
3	45 – 40	40	24.2
	المجموع	165	%100

يبين الجدول رقم (2) يبين ان الفئات العمرية الاكثر من المبحوثين تراوحت اعمارهم ما بين (30 – 35) وبالمرتبة الاولى وبتكرار قدره (70) وبنسبة مئوية قدره (42.4) والمرتبة الثانية جاءت الاعمار ما بين (20 – 25) بتكرار (60) وبنسبة مئوية قدره (36.3) فيما جاءت الاعمار ما بين (40 – 45) بالمرتبة الثالثة والاخيرة .

جدول (3) المؤسسة الاعلامية للمبحوثين

الترتيب	المؤسسة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
1	الصحف	75	45.4
2	وكالات انباء	45	27.2
3	فضائيات	30	18.1
4	اذاعة وتلفزيون	15	9.0
	المجموع	165	%100

يوضح الجدول (3) ان المؤسسات الاعلامية مقر عمل المبحوثين جاء ت الصحف بالمرتبة الاولى وبتكرار قدره (75) وبنسبة مئوية قدرت ب (45.4) وجاءت وكالات الانباء بالمرتبة الثانية وبتكرار (45) وبنسبة مئوية قدرت ب (27.2) فيما جاءت الفضائيات بالمرتبة الثالثة بتكرار (30) وبنسبة مئوية (18.1) والمرتبة الاخيرة والثلثة جاءت للاذاعة والتلفزيون وبتكرار (15) ونسبة مئوية قدره (9.0) .

جدول (4) متابعة الاخبار عبر تقنية الذكاء الاصطناعي

الترتيب	درجة متابعة الاخبار عبر تقنية الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية
2	درجة ضعيفة	50	30.3
1	درجة متوسطة	75	45.4
3	درجة كبيرة	40	24.2
	المجموع	165	%100

جدول (4) يبين ان متابعة الاخبار من قبل المبحوثين جاء بدرجة متوسطة بالمرتبة الاولى وبتكرار (75) ونسبة مئوية قدره (45.4) والمرتبة الثانية كانت للمتابعة بدرجة ضعيفة بتكرار (50) ونسبة مئوية (30.3) ، اما المتابعة بدرجة كبيرة جاء المرتبة الثالثة والاخيرة بتكرار (40) ونسبة مئوية (24.2) .

جدول (5) مصادر متابعة الذكاء الاصطناعي

الترتيب	مصادر متابعة الاخبار عبر تقنية الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية
1	مواقع التواصل الاجتماعي	115	69.6
2	ورش ، مؤتمرات ، ندوات	30	18.1
3	بحوث ودراسات	11	6.6
	المجموع	156	%100

يبين الجدول (5) ان المبحوثين اعتمدوا على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على تقنية الذكاء الاصطناعي بالمركز الاول وبتكرار قدره (115) ونسبة مئوية (69.6) وجاء الانضمام الى الورش والندوات وحضور المؤتمرات بالمرتبة الثانية بتكرار (30) ونسبة مئوية قدرها (18.1) فيما احتلت البحوث والدراسات المرتبة الاخيرة والثالثة كاحد مصادر المبحوثين لمتابعة اخبار تقنية الذكاء الاصطناعي .

جدول (6) المجالات الاكثر استخداما في الذكاء الاصطناعي

الترتيب	مجالات توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية
1	كتابة لاخبار بشكل ألي	58	35.1
2	صحافة البيانات تحويل النصوص الى بيانات واشكال	40	24.2
3	محتوى اعلامي جديد	30	18.1
4	الاخبار المقروءة بصوت ألي	25	15.1
5	الرسائل النصية القصيرة المحرر تلقائيا	7	4.2
6	تحليل المعلومات والمصادر ومدى صحتها	5	3.0
	المجموع	156	%100

كشف الجدول (6) اكثر المجالات استخداما في تقنية الذكاء الاصطناعي وجاء مجال كتابة الاخبار بشكل الي بالمرتبة الاولى وبتكرار قدره (58) وبنسبة مئوية قدرت ب (35.1) فيما احتل المرتبة الثانية مجال صحافة البيانات تحويل النصوص الى بيانات واشكال بتكرار (40

) ونسبة مئوية (24.2) والمرتبة الثالثة جاءت لمجال محتوى اعلامي جديد بتكرار (30) ونسبة مئوية قدرها (18.1) والاخبار المقروءة بصوت الي جاءت بالمرتبة الرابعة بتكرار قدره (25) ونسبة مئوية تقدر ب (15.1) والمرتبة الخامسة كانت ل الرسائل النصية القصيرة المحرر تلقائيا (7) ونسبة مئوية قدرها (4.2) والمرتبة السادسة والاخيرة كانت ل تحليل المعلومات والمصادر ومدى صحتها وبتكرار (5) ونسبة مئوية قدرها (3.0)

جدول (7) المراحل الاعلامية الاكثر استخدام الذكاء الاصطناعي

الترتيب	المرحلة الاكثر توظيفا لتقنيات الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية
1	**ما قبل نشر المحتوى الاعلامي والانتهاء من تنفيذه**	95	57.5
2	ما بعد تنفيذ المحتوى	70	42.4
	المجموع	165	%100

الجدول (7) يبين المراحل الاكثر توظيفا لتقنية الذكاء الاصطناعي وكانت مرحلة ما قبل نشر المادة الاعلامية جاءت بالمرتبة الاولى وبتكرار قدره (95) ونسبة مئوية قدرها (57.5) ومرحلة ما بعد تنفيذ المحتوى جاء بالمرتبة الثانية بتكرار (70) ونسبة مئوية قدرها (42.4).

جدول (8) تقنيات الذكاء الاصطناعي الاكثر استخداما

الترتيب	تصنيفات تقنيات الذكاء الاصطناعي الاكثر استخداما	التكرار	النسبة المئوية
1	تقنيات تتبع الاخبار العاجلة	65	39.3
2	صحافة البيات وتحويل النصوص الى بيانات واشكال	35	21.2
3	تقنيات التصنيف الرقمي للمحتوى وتخصيصه للجمهور	27	16.3
4	تصوير الاحداث المختلفة	16	9.0
5	الدردشة الالية للرد	10	6.0
6	تقنيات كشف المحتوى الزائف	7	4.2
7	تقنيات الطباعة الثلاثية	5	3.0
	المجموع	156	%100

جدول (8) يبين تقنيات الذكاء الاصطناعي الالكثر استحداما وجاءت المرتبة الاولى تقنيات تتبع الاخبار العاجلة بتكرار 65 ونسبة مئوية قدرها (39.3).

والمرتبة الثانية جاءت صحافة البيانات وتحويل النصوص الى بيانات واشكال بتكرار 35 ونسبة مئوية قدرها (21.2) وبالمرتبة الثالثة جاءت تقنيات التصنيف الرقمي للمحتوى وتخصيصه للجمهوربتكرار 27 ونسبة مئوية قدرها (16.3) فيما احتلت تقنيات تصوير الاحداث المختلفة المرتبة الربعة ونسبة مئوية قدره (9.0) والمرتبة الخامسة جاءت لتقنية الدردشة الالية للرد بتكرار (10) ونسبة مئوية قدرها (6.0) والمرتبة السادسة تقنيات كشف المحتوى الزائف بنكرار (7) ونسبة مئوية قدره (4.2) فيما جاءت تقنية تقنيات الطباعة الثلاثية وبتكرار (5) ونسبة مئوية قدره (3.0) .

جدول (9) المواضيع الاكثر استخداماً

الترتيب	الموضوعات الاكثر توظيفا للذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية
1	المواضيع السياسية	80	48.4
2	المواضيع الاقتصادية	77	46.6
3	الاجتماعية	5	3.0
4	الفنية	2	1.0
5	الرياضية	1	0.6
	المجموع	156	%100

جدول (9) يبين اكثر المواضيع استخداما ضمن تقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت المواضيع السياسية بالمرتبة الاولى بتكرار (80) ونسبة مئوية (48.4) فيما احتلت المواضيع الاقتصادية المرتبة الثانية بتكرار (77) ونسبة مئوية (46.6) والمواضيع الاجتماعية جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (5) ونسبة مئوية قدرها (3.0) والمواضيع الفنية جاءت بالمرتبة الرابعة بتكرار (2) ونسبة مئوية (1.0) والمرتبة الاخيرة جاءت للمواضيع الرياضية بتكرار (1) ونسبة مئوية (0.6) .

جدول (10) موقف المؤسسات الاعلامية من استخدام الذكاء الاصطناعي

الترتيب	موقف المؤسسات الإعلامية من استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي	التكرار	النسبة المئوية
1	تنظيم دورات وورش علمية الكترونية للتعريف بالتقنية وطريقة استخامها	95	57.0
2	الاستمرار الحال على ما هو عليه في استهجان استخدام التقنية	40	24.2
3	اجراء تغيرات تنظيمية جذرية لتبني استغلال التقنية الجديدة	30	18.1
	المجموع	156	%100

جدول (10) يبين موقف المؤسسات الاعلامية من استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي، وقد جاء تنظيم دورات وورش علمية الكترونية للتعريف بالتقنية وطريقة استخامها بالمرتبة الاولى بتكرار قره (95) ونسبة مئوية (57.0) و الاستمرار الحال على ما هو عليه في استهجان استخدام التقنية بالمرتبة الثانية بتكرار (40) ونسبة مئوية (24.2) والمرتبة الثالثة والاخيرة جاءت ل اجراء تغيرات تنظيمية جذرية لتبني استغلال التقنية الجديدة بتكرار (30) ونسبة مئوية قدرها (18.1)

جدول (11) التطورات المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي

الترتيب	التطورات المستقبلية المتوقعة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي	التكرار	النسبة المئوية
1	امكانية استخدام الذكاء الاصطناعي مع الاعلام التقليدي بشكل تشاركي	76	46.0
2	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل اوسع	45	27.2
3	تعميم تدريسه في كليات الاعلام	44	26.6
	المجموع	156	%100

جدول (11) يبين التطورات المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المبحوثين جاءت امكانية استخدام الذكاء الاصطناعي مع الاعلام التقليدي بشكل تشاركي بالمرتبة الاولى وبتكرار (76) ونسبة مئوية قدرها (46.0) والمرتبة الثانية جاءت ل استخدام تطبيقات الذكاء

الاصطناعي بشكل اوسع بتكرار (45) ونسبة مئوية قدرها (27.2) والمرتبة الاخيرة والثالثة كانت ل تعميم تدريسه في كليات الاعلام بتكرار (44) ونسبة مئوية (26.6) .

الاستنتاجات:

1 – لا زال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية لا زال يحبو .

2 – يعمد صحفيي العراق على تطوير مهاراتهم الاعلامية ذاتيا بالانخراط ضمن دورات وورش لتعلم مهارة الذكاء الاصطناعي .

3 – صحافة البيانت وتحويل النصوص الى بيانات واشكال من اكثر تقنيات الذكاء الاصطناعي استخداما .

المقترحات :

1 – الزام مسؤولي المؤسات الاعلامية بتدريب كوادرهم على احدث التقنيات التكنولوجية وتطبيقها.

2 – ادخال تدريس مادة الذكاء الاصطناعي في كليات الاعلام .

3 – سن قوانين وتشريعات لحماية مستخدمي التقنيات الحديثة .

4 – ضرورة تطوير السياسات الادارية والتسويقية في المؤسسات الاعلامية بشكل عام وتوظيف التقنيات الحديثة باختلاف انواعها.

المصادر

1 – محمد جمال بدوي، اليات تطبيق وانتاج صحافة الربورت في مصر في ضوء استخدام ادوات الذكاء الاصطناعي. دراسة حالة ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، كلية الاعلام جامعة القاهرة ، ع 75 سنة 2021 ، ص 47– 120 .

2 – عمر محمد محمود عبد العزيز،توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتا المحتوى الاعلامي وعلاقته بمصداقيته لى الجمهور المصري مجلة البحوث الاعلامية ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ع 55 ج 5 ، 2020 .

3 – عيسى عبد الباقي موسى، اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الاخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية ، دراسة تطبيقية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة . مج 19 ع1 2020 ، ص 1 – ص 66 .

4 – عبد الرزاق مختار محمود / تطبيقات الذكاء الاصطناعي مدخل لتطوير التعليم في ظل تحديات جائحة فايروس كرونا , المجلة الولية للبحوث الدولية ,المؤسة الدولية لافاق المستقبل مج 3 ,ع 4 ,2020 , ص 171 – 224 .

5 – https://www.skynewsarabia.com/video/1714644-

تقنيات الذكاء الاصطناعي تهدد الإعلام الرقمي17 مايو 2024 – 14:43 بتوقيت أبوظبي.

6 – الذكاء الاصطناعي: هل تهدّد هذه التكنولوجيا مستقبل وفرص الصحفيين؟ إبراهيم شمص. , بي بي سي – بيروت24 مايو/ أيار 2023

7 – عبد الوهاب برحايل، دور التطور التكنولوجى فى بروز علاقات القوة الناعمة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 1، 2021.

8– نصر الدين بوزيان، الأخبار الكاذبة، الذباب الإلكترونى وتزييف الوعى، مجلة أكاديميا، المجلد 6، العدد 5 ، 2021.

9– شادى عبد الوهاب منصور، حروب الجيل الخامس، العربى للنشر والتوزيع، 2019.

10 – هبة جمال الدين، الدولة وأمنها القومى، فى عالم الذكاء الاصطناعى وتشابكه، دار المعارف، الطبعة الأولى 2023.

11– هنرى كيسنجر، إريك شميت، دانييل هوتنلروشر، عصر الذكاء الاصطناعى ومستقبلنا البشرى، ترجمة أحمد حسن، التنوير للنشر، 2023.

12– على فرجانى، مخاطر تطبيق الدردشة Chat GPTعلى أمن المعلومات، موقع مجلة السياسة الدولية، 2023، متاح على: https://www.siyassa.org.eg

13– على مولود فاضل ، سيف عدنان عباس، التزييف العميق، لغة الذكاء الاصطناعى فى حروب السيبران الإعلامية، الأردن، 2023.

14– كريغ سيلفرمان، دليل التحقق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامى، ترجمة محمد زيدان، معهد الجزية للإعلام، الطبعة الأولى 2020.