



P-ISSN : 2074-9554 | E-ISSN: 2663-811

Journal of Al-Farahidi's Arts

available online at: fia.tu.edu.iq/index.php/fia



Tasnim khalaf Mohammed

E-Mail: Tasnim.kh.moh@tu.edu.iq

The use of A.I. applications by the media units' staff in the colleges of Tikrit university and its impact on work quality

Keywords:

Artificial Intelligence; University Media ;
Work Quality; Technological Development

Article history:

Received 25/8/2025
Received in revised form 26/9/2025
Accepted 19/10/2025
Available online 9/12/2025

E-mail Jaa@tu.edu.iq

ABSTRACT

In the era of the Artificial Intelligence revolution and amidst the competition to exploit its applications in various fields, the media sector seeks to benefit as much as possible from this technology, especially the media of official institutions, as it represents the main interface of these institutions and the mirror that reflects their image before the public. If the image is positive, the institution's reputation prospers; if the image is negative, the institution's reputation deteriorates.

This study sheds light on the reality of using Artificial Intelligence applications by employees of the Media and Government Communication Divisions in the colleges of Tikrit University, and highlights the extent to which such applications contribute to improving the quality of media work within the academic environment. The researcher adopted the survey method through a comprehensive enumeration approach, by distributing a questionnaire to one hundred (100) media employees working across 23 divisions — which is the number of colleges at Tikrit University — in order to determine their level of use of Artificial Intelligence applications such as media language processing tools, machine translation, digital content creation, data analysis, image editing and processing tools, among others.

©THIS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER
THE CCBY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



استخدام منتسبي شعب اعلام كليات جامعة تكريت لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاسه على جودة العمل

م.م. تسنيم خلف محمد /جامعة تكريت/ كلية الآداب/ قسم الاعلام

المستخلص:

في زمن ثورة الذكاء الاصطناعي وخضم التنافس على استغلال تطبيقاته في كافة المجالات؛ يسعى الاعلام الى الاستفادة قدر الإمكان من هذه التقنية ، وبالأخص اعلام المؤسسات الرسمية؛ كونه يمثل الواجهة الرئيسية لتلك المؤسسة، ومرآتها التي تعكس صورتها امام الجمهور. فان صلحت الصورة صلحت سمعة المؤسسة، وان فسدت الصورة فسدت سمعة المؤسسة.

لقد سلطت هذه الدراسة الضوء على واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل منتسبي شعب الاعلام والاتصال الحكومي في كليات جامعة تكريت، وبيان مدى تأثير هذا الاستخدام في تحسين جودة العمل الإعلامي داخل البيئة الجامعية.

لقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي بطريقة الحصر الشامل، حيث قامت بإرسال استمارة استبيان ل (23) فرداً ، هم مسؤولي شعب اعلام كليات جامعة تكريت _ وهو عدد كليات جامعة تكريت _ ، وذلك لمعرفة مدى استخدام منتسبي شعب الاعلام عندهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي كأدوات معالجة اللغة الإعلامية، والترجمة الآلية، وانشاء المحتوى الرقمي، وتحليل البيانات، أدوات تعديل ومعالجة الصور، وغيرها.

كما تستعرض الدراسة انعكاسات توظيف هذه الأدوات على جودة العمل من حيث الكفاءة والدقة والسرعة والقدرة على الابداع والابتكار في انجاز المهام الإعلامية.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي ، الاعلام الجامعي ، التطور التكنولوجي

المقدمة:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً غير مسبوق في تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI)، الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من مختلف جوانب الحياة. إذ تلعب تطبيقات الذكاء الاصطناعي دوراً متزايد الأهمية في القطاعات الصناعية، التعليمية، الصحية، والاقتصادية، الإعلامية.. مما يعكس الحاجة الماسة لفهم مدى تأثير هذه التطبيقات واستكشاف إمكانياتها وتحدياتها. ويمثل الذكاء الاصطناعي ثورة تكنولوجية غيرت من ملامح العالم المعاصر. إذ تتعدد تطبيقاته وتنوع آثاره، إلا أن نجاحه في خدمة البشرية يتطلب التعامل معه بحذر وتطوير أطر تنظيمية وأخلاقية تضمن الاستخدام العادل والمسؤول له. ومن الضروري مواصلة البحث والتطوير لضمان الاستفادة القصوى من إمكاناته المستقبلية.

أما في قطاع الإعلام فقد شهد هذا القطاع تحولات جذرية بفعل التقدم التكنولوجي المتسارع، وكان للذكاء الاصطناعي (AI) دوراً محورياً في هذه التحولات. من إنتاج المحتوى وتحليله، إلى التوصية المخصصة للجمهور، أصبح الذكاء الاصطناعي أداة حيوية في غرف الأخبار والمنصات الإعلامية. تهدف هذه الورقة إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام، واستعراض فوائده، وتحدياته، وتأثيره على المصداقية الإعلامية.

وقد جاءت هذه الدراسة لتستعرض أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالإضافة الى تحليل انعكاساتها على جودة العمل في المؤسسات الإعلامية، من حيث الدقة، السرعة، والموضوعية، مع التطرق إلى التحديات المرتبطة به.

المبحث الأول: الاطار المنهجي

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

في ظل الثورة الرقمية المتسارعة بات الذكاء الاصطناعي اليوم من ابرز الأدوات المؤثرة في تطوير وتحسين العمل الإعلامي في المؤسسات ومنها المؤسسات الأكاديمية ، وتعدُّ شعب الاعلام داخل كليات جامعة تكريت احدى اهم الركائز التي من الممكن ان تستفيد من التطبيقات الحديثة هذه لتطوير الأداء وزيادة جودة المخرجات ، ولذلك صار من الأهمية بمكان البحث في مدى استخدام مثل هذه المفاصل الإدارية والتنظيمية ضمن هكذا مؤسسات أكاديمية لها ثقلها وتأثيرها في المجتمعات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومدى انعكاس واثـر ذلك الاستخدام، ومن هذا المنطلق جاءت الدراسة الحالية " استخدام شعب اعلام كليات جامعة تكريت لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وانعكاسه على جودة العمل" .

وبما ان الدراسة تتطلق من الإحساس بالمشكلة، والتي يعرفها علماء المنهجية على انها موقف غامض أو مثير للتساؤل يحتاج الى تفسير ، او قضية علمية او عملية يحيط بها الغموض، ويسعى الباحث الى دراستها بصورة منهجية منظمة من أجل الوصول الى حلول او تفسيرات او تعميمات يمكن ان تسهم في اثراء المعرفة او حل المشكلات العلمية (عبد الحميد، 2000). ومن هنا يمكن تلخيص مشكلة دراستنا بالتساؤل التالي: ما مدى استخدام كوادـر شعب اعلام كليات جامعة تكريت لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وما مدى انعكاس ذلك الاستخدام على جودة العمل الإعلامي في المؤسسة؟.

ثانياً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة أن تحقق الأهداف التالية:

- التعرف على مدى استخدام منتسبي شعب اعلام كليات جامعة تكريت لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملهم.
- الكشف عن مقدار تأثير ذلك الاستخدام على جودة العمل الإعلامي في شعبة الاعلام .

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوعاً معاصراً يتمثل في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل شعب اعلام كليات جامعة تكريت وما لذلك من أثر مباشر في تحسين جودة العمل الإعلامي من حيث الدقة والسرعة ورفع كفاءة الأداء.

وتسهم الدراسة في تقديم تصور علمي يمكن ان يساعد إدارات الجامعة على تبني استراتيجيات حديثة لمواكبة التحول الرقمي، فضلاً عن كونه يفتح المجال أمام دراسات مستقبلية في مجال الاعلام الجامعي والتقنيات الحديثة، بما يعزز دور الاعلام الاكاديمي في خدمة المجتمع ونقل صورة حقيقية عن نشاطات الكليات وفعاليتها.

رابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر او مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج البحث.. ونظرا لضخامته وصعوبة الوصول اليه، يركز الباحث على المجتمع المتاح او الممكن الوصول اليه كجزء ممثل للمجتمع الأصلي، بحيث يلبي أهداف البحث ويختار منه عينة البحث المناسبة (المشهداني، 2024) والعينة هي مجموعة نسبية من مجتمع الدراسة الأصلي، يتم اختيارها بطريقة معينة، واجراء الدراسة عليها بالملاحظة والتحليل (طباجة، 2007) . ومن هذه العينات العينة القصدية او العينة غير الاحتمالية والتي يُلجأ إليها غالباً في البحوث النوعية او الدراسات الاستكشافية حيث تكون الأهداف البحثية مركزة وتحتاج الى جمع معلومات دقيقة من فئات محددة وليست بهدف تعميم النتائج (جراح، 2022). ومما سبق حددت الباحثة في دراستها ان تكون العينة متمثلة من مسؤولي شعب اعلام كليات جامعة تكريت والبالغ عددهم 23 فرداً موزعين على كليات الجامعة، تم استبعاد 3 منهم لاسباب تتعلق بوصول الاستبانة وملئها لتكون الحصيلة النهائية لمجتمع الدراسة 20 مفردة .

خامساً: منهج وأداة الدراسة:

اعتمدت الباحثة المنهج المسحي كونه المنهج الأنسب لهذه الدراسة فهو يعني بمسح عينة الدراسة للحصول على النتائج ، وقد استخدمت الباحثة أداة الاستبيان (الاستبانة) والتي تم تصميمها عبر برنامج google form ثم ارسالها الكترونياً لكل مسؤول شعبة اعلام ومن ثم جمع الإجابات وتحليلها.

سادساً: تحديد المصطلحات:

شُعبَة: الشعبة في السياق الجامعي او الإداري هي وحدة تنظيمية إدارية داخل مؤسسة - كالكلية مثلاً - تكون أقل من "قسم" وأعلى من "وحدة". واستخدمت الباحثة هنا " شعب اعلام كليات جامعة تكريت" للدلالة على شعبة الاعلام والاتصال الحكومي في كل كلية ، والتي تتألف من مسؤول الشعبة والموظفين الاخرين، وترتبط تلك الشعبة ادارياً بعميد الكلية مباشرة

الذكاء الاصطناعي AI: هو قدرة الأنظمة الحاسوبية أو الروبوتات الرقمية على أداء مهام ترتبط عادةً بالذكاء البشري مثل التعلم، والتفكير، وحل المشكلات، والادراك، واتخاذ القرار، وفهم اللغة) ويكيبيديا، 2024).

سابعاً: صدق الأداة

يعرف صدق أداة البحث على أنه: "مدى قياس أداة البحث لما وضعت لقياسه فعلاً، وهذا معناه ان الفقرات أو الأسئلة يجب أن تكون مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالمتغيرات أو الظاهرة موضوع الدراسة" (جراح، اسس البحث العلمي، 2014) وقد لجئت الباحثة الى اختبار مدى صدق الاستبانة في قياسها ما وضعت لقياسه من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء المحكمين من الاكاديمين في جامعة تكريت والمعروفين بخبرته ومسيرتهم الطويلة في البحث العلمي ، وهم كل من (الأستاذ الدكتور سعد سلمان المشهداني، الأستاذ الدكتور فريد صالح فياض، الأستاذ المساعد الدكتور جمعة محمد عبد الله) وقد اكدوا على صدق الأداة مع بعض الملاحظات البسيطة في الاستبانة والتي اخذتها الباحثة بنظر الاعتبار .

المبحث الثاني: الاطار النظري

مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره

يتألف مفهوم الذكاء الاصطناعي من كلمتين : الأولى الذكاء intelligence وتعني القدرة على الفهم او التفكير . والثانية الاصطناعي artificial وتشير الى شيء مصنوع او غير طبيعي (حبيب و عبدالله، 2019). وهو فرع من فروع علوم الحاسوب يهدف إلى تطوير أنظمة قادرة على أداء مهام تتطلب ذكاءً بشرياً، مثل التعلم، الفهم، التفاعل، واتخاذ القرار (Russell, 2021). وقد تطور الذكاء الاصطناعي منذ منتصف القرن العشرين ليشمل تقنيات حديثة مثل تعلم الآلة (Machine Learning)، والتعلم العميق (Deep Learning)، ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP).

التحديات الأخلاقية والتقنية

رغم الفوائد العديدة، يواجه الذكاء الاصطناعي تحديات تتعلق بالخصوصية والامان، وتقلص فرص العمل في بعض القطاعات (B. & Taddeo M., 2016). كما تثير قضايا الملكية الفكرية والمسؤولية القانونية أسئلة جوهرية بشأن مستقبل هذه التكنولوجيا. بالإضافة الى العديد من التحديات كاستخدام بعض الحكومات -كالصين مثلاً- لبرامج الذكاء الاصطناعي في

مراقبة المدنيين عن طريق برامج مزودة بكاميرات مراقبة بإمكانها مراقبة تحركات المواطنين والتعرف على أفعالهم، فضلاً عن استخدام الذكاء الاصطناعي في الأسلحة ذاتية التشغيل وغيرها (الاسد، 2022).

مفهوم الذكاء الاصطناعي في الإعلام

مع تحول المجتمع المعاصر الى مجتمع اتصال ، صارت وسائل الاعلام من الركائز الأساسية التي تبنى عليها حياة المواطنين اليومية ، اذ أصبحت مضامينها تخضع للتطور التكنولوجي، فصار الحدث يصنع، ويتم تصميم المضمون وفق متطلبات واحتياجات الجمهور المستهدف. حيث سمحت التأثيرات التكنولوجية بظهور نوع جديد من الاعلام يتجه الى الانتماء على حساب الانسنة ان صح التعبير (الوهاب، 2023).

ويقصد باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام تطبيق تقنيات مثل معالجة الصور، تعلم الآلة، وتحليل البيانات، ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، إنتاج الأخبار، وتخصيص المحتوى للمستخدمين (Diakopoulos, 2019). وقد أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً رئيسياً في صناعة الأخبار الرقمية. ولعل ابرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام هي :

- توليد المحتوى الآلي (Automated Journalism)

- التحقق من الأخبار ومكافحة الأخبار الكاذبة:

- التوصيات الذكية للمستخدمين

- التعرف على الصور والفيديو

الذكاء الاصطناعي وجودة العمل الاعلامي جودة العمل الإعلامي (بدري و روابحية، 2023)

وقد طرح الخبراء بعض الأمور التي من شأنها ان ترفع وتحسن من جودة العمل الإعلامي كما وتقلل من المخاطر المهنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ، ومنها مراقبة الخوارزميات وتدقيق نتائجها دورياً، ودمج الذكاء الاصطناعي كمساعد لا بديل عن الصحفي البشري قدر الإمكان ، بالإضافة الى وضع معايير أخلاقية واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، واخيراً تدريب الصحفيين على التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي بكفاءة وحرفية.

المبحث الثالث: إجراءات الدراسة التحليلية

تضم جامعة تكريت ثلاث وعشرون كلية (23) ، وكل كلية تحوي هيكلتها على وحدة إدارية تنظيمية تدعى شعبة الاعلام والاتصال الحكومي يديرها موظف مسؤول ، وزعت الباحثة استمارة استبيان على مسؤولي شعب الإعلام الثلاث والعشرون كافة، وقد جمعت منها عشرين إجابة صالحة للدراسة ، في حين ان ثلاث إجابات اهملت اما لأخطاء تتعلق بطريقة ملئ الاستبانة ، او بسبب عدم ملئها اصلاً؛ وعليه تم احتساب مجموع التكرارات والنسب المئوية لهذه العشرين إجابة فقط.

الكليات المشاركة في الاستبيان والتي تم تحليل إجابات مسؤولو شعب الاعلام فيها للحصول على النتائج موضوع الدراسة هي : كلية علوم الأغذية/ الشرفاء، كلية العلوم الإسلامية، كلية التربية للبنات، كلية الآداب، كلية الهندسة / الشرفاء، كلية الهندسة، كلية هندسة العمليات النفطية، كلية التربية للعلوم الصرفة، كلية القانون، كلية الطب، كلية الإدارة والاقتصاد، كلية الزراعة، كلية الطب البيطري، كلية التمريض، كلية الصيدلة، كلية العلوم، كلية علوم الحاسوب والرياضيات، كلية التربية للعلوم الإنسانية، كلية التربية / الطوز.

النتائج والاستنتاجات

جدول (1) عدد الأفراد العاملين في شعبة الاعلام في كل كلية من كليات جامعة تكريت

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
1	شخص واحد	1	5
2	شخصان	2	10
3	ثلاثة اشخاص	5	25
4	أربعة اشخاص	4	20
5	خمسة اشخاص	2	10
6	سنة اشخاص	1	5
7	سبعة اشخاص	3	15
8	ثمانية اشخاص	2	10
9	المجموع	20	100

يظهر من الجدول رقم 1 ان هناك تباين وتفاوت في اعداد العاملين في شعب الاعلام في الجامعة ، حيث ان ارتفاع او تدني الجودة في الشعبة لا يعني بالضرورة ارتفاع او تدني عدد

الأفراد العاملين في المجال الإعلامي، بل على العكس فالتطور التكنولوجي وثورة الذكاء الاصطناعي جاءت لتقلل من اليد العاملة وتحل محل أكبر عدد من العناصر البشري قدر الإمكان .

الجدول (2) يبين تكرارات والنسب المئوية لشعب اعلام كليات جامعة تكريت التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها الإعلامي

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
1	نستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي	18	90
2	لا نستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي	2	10
3	المجموع	20	100

ان نسبة عدد شعب اعلام الكليات التي تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي هي نسبة مرتفعة كما يظهر في الجدول رقم (2) ، وترى الباحثة ان هذا مؤشر على ميل تلك الشعب لمواكبة التطورات التكنولوجية في العالم التي من شأنها ان ترفع جودة العمل الإعلامي. وتسعى الجامعة لرفع تلك النسبة من خلال حث القائمين على شعب الاعلام على استخدام من كل ما هو جديد ومفيد في المجال الإعلامي ؛ وذلك من خلال متابعتها المستمرة لمواقع كلياتها الالكترونية ومراقبة المنصات الرقمية، وعمل تقييم دوري لتلك المواقع والمنصات.

الجدول (3) أكثر التطبيقات استخداما في العمل الإعلامي ضمن شعب اعلام كليات جامعة تكريت

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
1	Chat GPT	10	50
2	Runway	0	0
3	Descript /Cupcat	2	10
4	تطبيقات الترجمة الفورية	2	10
5	canva	2	10
6	مجموعة Adobe creative	3	15
7	اخرى	1	5
3	المجموع	20	100

من الجدول رقم 3 يتبين ان النسبة الأعلى من المبحوثين % 50 يعتمدون بشكل كبير على تطبيق chat GPT في عملهم الإعلامي كونه البرنامج الأكثر شمولاً في الخيارات التي يتطلبها العمل الإعلامي من تحرير نصوص خبرية وترتيب القصص والتقارير وكذلك الإجابة على بعض تساؤلات المستخدمين بسرعة وسهولة.

كذلك يعتمد موظفو شعب الاعلام بشكل كبير على سلسلة برامج Adobe creative التي تستخدم في تصميم البروشورات للحملات الإعلامية ولتعديل الصور وغيرها من الأمور المهمة ، وهذا يعكس حاجة شعب الاعلام الى دورات تدريبية مستمرة في مجال التصوير والتصميم.

الجدول (4) سبب استخدام شعب اعلام كليات جامعة تكريت لبعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي دون غيرها من التطبيقات الأخرى.

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	سهولة الاستخدام	9	45
2	مجانية الاشتراك	1	5
3	حدود امكانياتنا المعرفية	1	5
4	تؤدي الغرض المطلوب	9	45
5	فقط ما يسمح به مسؤولي	0	0
6	أسباب اخرى	0	0
7	المجموع	20	100

يظهر من الجدول رقم 4 ان اعلى نسبة تكرارات كانت للخيار " سهولة الاستخدام" وتفسر الباحثة ذلك بان معظم العاملين في شعب الاعلام يميلون الى التعامل مع التطبيقات التي لا تتطلب مجهودا او تفرض تعقيداً في الحصول على النتائج؛ وذلك لان عمل الاعلام يعتمد على السرعة في النشر بالدرجة الأولى، والسهولة تؤدي للسرعة.

كما جاء الخيار " تؤدي الغرض المطلوب" بنسبة مماثلة ، اذ يؤكد المبحوثين على ان التطبيقات المستخدمة في العمل تلبي الحاجة من معالجة وتعديل وتحرير وغيرها، وبالتالي هم مكتفون بها.

وتظهر النتائج أيضا ان المبحوثين لم يهتموا كثيراً لمجانية الاشتراك او عدمها؛ حيث حصل هذا الخيار على نسبة متدنية من بين الخيارات المطروحة في الاستبانة. وتفسر الباحثة ذلك بان الكليات والجامعة عموماً توفر للعاملين في الاعلام الاحتياجات اللازمة بما فيها المادية كرسوم اشتراك - اذا تطلب الامر - .

ويظهر من خلال النتائج في الجدول أيضا ان المسؤول المباشر او المسؤول الأعلى لا يتدخل في مجريات العمل ، او يفرض استخدام تطبيقات معينة.

جدول (5) يبين الفترة الزمنية لاستخدام شعب اعلام كليات جامعة تكريت لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
1	أقل من 3 اشهر	7	35
2	3 اشهر - سنة	10	50
3	سنة - 3 سنوات	2	10
4	أكثر من 3 سنوات	1	5
5	المجموع	20	100

يتضح من الجدول رقم 5 ان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمل شعب الاعلام بكليات جامعة تكريت أمر حديث نسبياً؛ وتعزو الباحثة تأخر وصول الاهتمام بالذكاء الاصطناعي الى ان غالبية العاملين في شعب اعلام كليات الجامعة هم من الهواة ، واختصاصاتهم الاكاديمية بعيدة عن الاعلام والتكنولوجية وعلوم الحاسوب. فالأمر يعتمد على المهارات الفردية للعاملين، والمساعد الشخصية للحصول على المعلومات واكتساب المهارات بهذا المجال. وما يؤكد ذلك هو ان كلية علوم الحاسوب والرياضيات في جامعة تكريت استحدثت مؤخراً قسم الذكاء الاصطناعي للعام 2025 - 2026 .

الجدول (6) يوضح نوعية ردود أفعال الجمهور إزاء المخرجات الإعلامية المقدمة من قبل شعب اعلام كليات جامعة تكريت والتي استخدمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي فيها.

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
1	ايجابية	8	40
2	سلبية	1	5
3	لم نتلق أية ردود افعال	11	55
5	المجموع	20	100

يظهر من الجدول رقم 6 ان ردود الأفعال الإيجابية أعلى بكثير من السلبية، وهذا مؤشر على حب الجمهور وميولهم للمنتج الإعلامي الذي يواكب التطورات التكنولوجية ويحترم اهتماماتهم.

اما النسبة الأكبر فكانت للخيار (لم نتلقَ اية ردود أفعال) . وترجع الباحثة سبب ذلك لعدم امتلاك الجامعة مركز يختص بقياس رجع الصدى لدى الجمهور، او يتابع انطباعاتهم وتوجهاتهم إزاء ما يقدم عبر موقع ومنصات كليات الجامعة الالكترونية.

الجدول (7) يمثل نسبة اعداد المتابعين للمنصات الرقمية التابعة لكليات جامعة تكريت

ت	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
1	زاد عدد المتابعين	12	60
2	قل عدد المتابعين	1	5
3	لم يتأثر عدد المتابعين	7	35
5	المجموع	20	100

من خلال النظر للجدول رقم 7 ترى الباحثة عدد التكرارات والنسبة المئوية للخيار (قل)

مثير للتساؤلات، فلأي سبب يلغي الجمهور المتابعة والانضمام لحساب رسمي اكايمي؟

فلعل دراسة أخرى قادمة لهذا الموضوع تضع النقاط على الحروف وتكشف لنا سبب ذلك.

الجدول (8) يبين نسبة نوع التأثير الذي لمستته شعب اعلام كليات جامعة تكريت باستخدامه

لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملهم.

ت	العدد	التكرارات	النسبة المئوية %
1	سرعة في الانجاز	12	60
2	دقة وجمالية في انتاج الصور والفيديوهات	1	5
3	ارشفة وتنظيم بيانات	0	0
4	سهولة في الترجمة الى اللغات الأخرى	0	0
5	معالجة وتحرير النصوص الإخبارية وتخليصها من الأخطاء الاملائية	1	5
6	التعرف على الاخبار الزائفة	0	0
7	جميع ما سبق	6	30
8	ليس أيا مما سبق	0	0
9	المجموع	20	100

كما سبق ووضحت الباحثة في تفسير الجدول رقم 4 ؛ فالعمل الإعلامي -ومادته الأساسية الخبر- يعتمد بالدرجة الأولى على السرعة . فكما هو متعارف عليه عند خبراء الاعلام ان الخبر هو اسرع مادة معرضة للتلف. فبمجرد ان يمر وقت بسيط على الحدث يصبح مادة تالفة وغير نافعة لنشر، او انها ليست مدعاة للاهتمام.

كما ترى الباحثة ان المرتبة الأولى للخيار "سرعة في الإنجاز" تعكس حاجة شعب الإعلام إلى أدوات تسرّع العمل الإداري والإعلامي أكثر من حاجتهم إلى خصائص أخرى.

تليها نتيجة "جميع ما سبق" (30%)، وهذا يدل على أن هناك وعياً عند جزء من موظفي شعب الاعلام بأهمية الأثر الشمولي للذكاء الاصطناعي على مختلف جوانب جودة العمل.

في حين كانت التأثيرات الأقل وضوحاً في تحرير النصوص (5%) وإنتاج الصور والفيديو (5%)، بينما غابت تماماً الاستفادة من الأرشفة والبيانات، الترجمة، وكشف الأخبار الزائفة.

وعليه يمكن القول إن أهم انعكاس لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في شعب إعلام كليات جامعة تكريت هو تسريع إنجاز المهام، مع وجود نسبة معتبرة من الموظفين يرون أن الأثر شامل ويطل مجالات متعددة. بينما تبقى بعض المجالات مثل الأرشفة واللغة وكشف الأخبار الزائفة غير مستثمرة بعد، ما يفتح المجال لتطوير مهارات العاملين وزيادة تبني تلك التطبيقات مستقبلاً.

الخاتمة

يتضح من خلال هذا البحث أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شعب الإعلام بكليات جامعة تكريت يمثل خطوة مهمة نحو رفع كفاءة الأداء وتحسين جودة العمل. فالذكاء الاصطناعي لا يقتصر دوره على تسهيل الإجراءات الروتينية فحسب، بل يسهم أيضاً في تعزيز سرعة الإنجاز، ودقة المعلومات، وتطوير أساليب التواصل مع الطلبة والمجتمع الأكاديمي وفي النهاية تقترح الباحثة بعض الاقتراحات لتحسين جودة العمل الإعلامي ورفع كفاءته في المؤسسات ومنها الجامعات ، ومن هذه المقترحات :العمل على توفير بنية تحتية رقمية متكاملة لدعم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإقامة ورش تدريبية منتظمة لكوادر شعب الإعلام لتمكينهم من استثمار هذه التقنيات بشكل فعال، بالإضافة الى تعزيز التعاون بين الأقسام الأكاديمية ومراكز تكنولوجيا المعلومات لتطوير تطبيقات مخصصة تلبي احتياجات

الجامعة، وكذلك تشجيع البحوث والدراسات التي تقيم أثر الذكاء الاصطناعي على جودة العمل وتقديم حلول لتحدياته.

وبذلك يمكن القول إن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة فاعلة يمكن أن تساهم في إحداث نقلة نوعية في عمل شعب الإعلام، شريطة أن يُوظف بوعي وتخطيط مدروس يواكب أهداف الجامعة وتطلعاتها المستقبلية.

قائمة المصادر

1. B., M., & Taddeo M. (2016). *The Ethics of Algorithms: Mapping the Debate. Big Data & Society*. Florida.
2. Diakopoulos. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*.
3. Russell, S. &. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach*.
4. احمد بلال حبيب، و موسى عبدالله. (2019). *الذكاء الاصطناعي ثورة في تقنيات العصر. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر*.
5. الاسد صالح الاسد. (2022). *المخاوف الأخلاقية من الاستخدامات السلبية لتقنيات الذكاء الاصطناعي : تقنية التزييف العميق انموذجاً. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، صفحة 374*.
6. سعد سلمان المشهداني. (2024). *منهجية البحث الاعلامي. دولة الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي*.
7. غالم عبد الوهاب. (2023). *المضمون الاعلامي في ظل التحولات التكنولوجية وهيمنة الذكاء الاصطناعي . مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، صفحة 330*.
8. محمد عبد الحميد. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر*.
9. موسوعة ويكيبيديا. (2024). *wikipedia.org*. تم الاسترداد من موسوعة ويكيبيديا www.wikipedia.org :

10. ميريّه جراح. (2014). *اسس البحث العلمي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
11. ميريّه جراح. (15 9، 2022). *bahetheen.com*. تم الاسترداد من موقع باحثين.
12. نصيرة بدري، و حكيمة روابحية. (2 6، 2023). *التحديات المهنية والاخلاقية لصحافة الروبوت- دراسة مسحية لعينة من الصحفيين الجزائريين. "رقمنة" مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية*.
13. يوسف عبد الامير طباجة. (2007). *منهجية البحث- تقنيات ومناهج*. بيروت: دار الهادي للطباعة والنشر.