



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

Journal of Al-Farahidi's Arts

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



Assistant Lecturer Reham Habib Al-Shawi

Iraqi journalists' use of ChatGPT technology and its impact on content creation

E-Mail: reham.habeeb@tu.edu.iq

Keywords:

Iraqi Journalists, ChatGPT, Content Creation, Artificial Intelligence

Article history:

Received 28/9/2025

Received in revised form 7/10/2025

Accepted 19/10/2025

Available online 9/12/2025

E-mail Jaa@tu.edu.iq

ABSTRACT

The Iraqi media sector has undergone rapid transformations driven by the digital revolution, with ChatGPT emerging as an effective tool for improving and accelerating journalistic content production. This study aims to assess the extent to which Iraqi media institutions rely on ChatGPT in news and article production and to explore its impact on journalists' creativity and critical thinking. Using the descriptive-analytical method, the findings revealed that 80.3% of respondents were male, compared to 19.7% female. Additionally, 50% of journalists do not use ChatGPT, while 32% use it regularly and 18% to some extent, indicating its limited adoption in Iraqi journalism. The study recommends encouraging the use of ChatGPT to enhance storytelling techniques and produce in-depth reports, as these skills play a significant role in fostering audience engagement.

©THIS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CCBY LICENSE

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



استخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT وأثرها في صناعة المحتوى

م.م. رهام حبيب الشاوي / جامعة تكريت / كلية الآداب / قسم الاعلام

المستخلص:

شهدت وسائل الإعلام العراقية، كما هو الحال في العالم، تحولات متسارعة بفعل الثورة الرقمية، حيث استحوذت تطبيقات الذكاء الاصطناعي على اهتمام العاملين في هذا القطاع. من أبرز هذه التقنيات تطبيق ChatGPT، الذي ظهر كأداة فعالة في تسريع إنتاج المحتوى الصحفي وتحسينه، عبر إمكانياته المتقدمة في توليد النصوص وفهم سياقات المحتوى بسرعة، وتهد هذه الدراسة إلى دراسة مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية العراقية على ChatGPT في صناعة الأخبار والمقالات، الكشف عن أثر استخدام ChatGPT على الإبداع والتفكير النقدي لدى الصحفيين العراقيين، ومن أجل تحقيق هدف الدراسة أعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أظهرت نتائج التوزيع الديموغرافي أن نسبة الذكور بلغت 80.3% من إجمالي العينة، مما يشير إلى تفوق الذكور في استخدام أو التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في السياق الصحفي العراقي، مقارنة بنسبة 19.7% فقط للإناث، وأوضحت النتائج أن 50% من الصحفيين لا يستخدمون ChatGPT، بينما يستخدمه 32% فقط بانتظام، و18% يستخدمونه "إلى حد ما"، مما يدل على أن هذه التقنية لم تُدمج بعد على نطاق واسع في بيئة العمل الصحفي العراقي، كما توصي الدراسة ب تشجيع الصحفيين على استخدام ChatGPT في تطوير تقنيات السرد الصحفي (Storytelling) وصياغة تقارير معمقة، كما أظهرت النتائج أهمية هذه المهارات في زيادة التفاعل مع الجمهور.

الكلمات المفتاحية : جات جي بي تي، صناعة المحتوى، الذكاء الاصطناعي

المقدمة:

شهدت وسائل الإعلام عموماً، والصحافة خصوصاً، تاريخاً طويلاً مع التكنولوجيا وتطوراتها السريعة والهائلة، وتطبيقاتها في مجالات عديدة ومتنوعة لا حصر لها. وفي هذا السياق، يلعب توظيف التكنولوجيا في مجال الصحافة دوراً في إنتاج الأخبار والقصص الصحفية. ويُعد التطور التقني جوهر الصحافة، مساهماً في توسعها وانتشارها، مما ينعكس في زيادة تأثيرها. ومع مرور الزمن، وُصفت الصحافة بأنها قادرة على التكيف مع التكنولوجيا الحديثة منذ قرون، وهو ما تسعى جاهدة لتحقيقه الآن من خلال الذكاء الاصطناعي، رغم كل ما تتمتع به تقنية الذكاء الاصطناعي من خصائص تحويلية غير مسبقة. وقد سعت الصحافة إلى توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية، وتعزيز دورها الإخباري في منافسة مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت نسبة كبيرة من الجمهور تعتمد عليها للحصول على الأخبار. نتيجةً لذلك، تراجعت معدلات زيارة المواقع الصحفية خلال الفترة الأخيرة، مما دفع القائمين على العمل الصحفي إلى التفكير في توظيف التقنيات التكنولوجية الحديثة بجدية أكبر وبما يحقق الفائدة لجميع عناصر العملية الإخبارية، حيث وظفت الخوارزميات لإنتاج مقالات في مجالات إعلامية بحثية، وأصبحت التقارير الإخبارية تُبث مباشرةً وفورياً، بفضل ثورة الحاسوب والإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المختلفة، وقد بشرت الثورة الصناعية الرابعة بولادة تقنيات جديدة شملت جميع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والترفيهية، مُبشِّرةً بظهور أولى بواذر الذكاء الاصطناعي.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

تُعد صناعة الصحافة مجالاً حيويًا ومتطوراً باستمرار. ومع التقدم التكنولوجي السريع، أصبح للذكاء الاصطناعي دورٌ متزايد في تحرير وإنتاج المواد الصحفية وجودة المحتوى الصحفي، على الرغم من الفائدة المحتملة لهذه التطبيقات في تسهيل وتسريع عملية الإنتاج الصحفي. ومن بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي مجموعة تطبيقات مثل تطبيق ChatGPT وتأثيره على الممارسين الصحفيين. ورغم أهمية هذه التجربة، وحدائتها في البيئة

الصحفية المصرية، إلا أن هناك إشكالية تواجهها في كيفية تقييمها والحكم عليها. فبحسب مراجعة الباحث للتراث العلمي السابق، لا تزال المكتبة الإعلامية الأجنبية والعراقية تفتقر إلى الدراسات العلمية حول تأثير تطبيقات JPT على العمل الصحفي. ومع ذلك، هناك بعض الدراسات العلمية التي تناولتها في المجال الإعلامي وقليل منها في المجال الصحفي من جهة. وهناك فجوة رقمية في استخدام هذه التطبيقات من قبل بعض الصحفيين، وليس جميعهم من جهة أخرى. كما توجد فجوة رقمية في بعض المواقع لاستخدام ودعم هذه التطبيقات من جهة ثالثة، مما يؤكد وجود قصور كبير في هذا الصدد. وفي ضوء ذلك تتلخص مشكلة البحث فيما يلي، والتي يمكن صياغتها في السؤال التالي: إلى أي مدى تنعكس تطبيقات الذكاء الاصطناعي لـ ChatGPT في الإنتاج الصحفي وعلى الممارسين الصحفيين؟

ثانياً: تساؤلات البحث

السؤال الرئيسي: ما تأثير استخدام تقنية ChatGPT على صناعة المحتوى الإعلامي في العراق؟

وينتفرع منه التالي:

1. ما مدى انتشار استخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT في إعداد المحتوى الصحفي؟
2. كيف أثرت تقنية ChatGPT على جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي؟
3. هل يسهم استخدام ChatGPT في تحسين كفاءة العمل الصحفي وتقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى؟
4. ما مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية العراقية على ChatGPT في صناعة الأخبار والمقالات؟
5. كيف أثر استخدام ChatGPT على الإبداع والتفكير النقدي لدى الصحفيين العراقيين؟

ثالثاً: أهداف البحث

يتمثل هدف البحث في تحليل تأثير استخدام تقنية ChatGPT على صناعة المحتوى الإعلامي في العراق، وتحديد أثرها على جودة المحتوى الإعلامي، ومن أجل تحقيق هذا الهدف يتم التعرف على الآتي:

1. مدى انتشار استخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT في إعداد المحتوى الصحفي.

2. معرفة تأثير تقنية ChatGPT على جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي.
3. تحديد تأثير استخدام ChatGPT على كفاءة العمل الصحفي.
4. دراسة مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية العراقية على ChatGPT في صناعة الأخبار والمقالات.

5. الكشف عن أثر استخدام ChatGPT على الإبداع والتفكير النقدي لدى الصحفيين العراقيين.

رابعاً: فرضيات البحث.

الفرضية الرئيسية: أن استخدام تقنية ChatGPT له تأثير كبير على صناعة المحتوى الإعلامي في العراق.

ويتمتع منها التالي:

1. يستخدم معظم الصحفيين العراقيين تقنية ChatGPT في إعداد المحتوى الصحفي.
2. يساهم استخدام تقنية ChatGPT في تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي.
3. يساهم استخدام تقنية ChatGPT في تقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى الصحفي وتحسين الإنتاجية.
4. تعتمد معظم المؤسسات الإعلامية العراقية على تقنية ChatGPT في صناعة الأخبار والمقالات.
5. يمكن أن يؤثر استخدام تقنية ChatGPT على الإبداع والتفكير النقدي لدى الصحفيين العراقيين، وقد يؤدي إلى تحسين أو تدهور هذه الجوانب.

خامساً: أهمية البحث.

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية موضوعه الحيوي، لا سيما في ضوء الدور الحيوي والمتنامي الذي يلعبه الذكاء الاصطناعي عمومًا، وتقنية ChatGPT خصوصًا، في الصحافة العراقية، ومدى استخدام الصحفيين العراقيين لهذه التقنية. وتكمن أهمية هذا البحث فيما يلي:

- تُعد الدراسات الاستكشافية من الدراسات الحديثة في مجالات الذكاء الاصطناعي والإنتاج الصحفي، وما توفره من حقائق وبيانات تتعلق بموضوع البحث الحالي، حيث تُقدم صورة معمقة عن الظاهرة قيد الدراسة، وما تطرحه من فرضيات وتساؤلات، مما يفتح الباب أمام دراسات مستقبلية.

- بلورة أهم النتائج والأدبيات التي توصلت إليها الدراسات السابقة والمتعلقة بمتغيرات البحث في الدراسة الحالية، ونتائج الباحثين في مجال توظيف تقنية ChatGPT في إنتاج وتحرير المادة الصحفية، وأثرها على ممارسات الصحفيين.

- تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم مساهمة علمية في مجال البحث الإعلامي، وتبسيط الضوء على تقنية ChatGPT في إنتاج وتحرير المادة الصحفية، وأهمية إخضاع الظاهرة للبحث العلمي، وتقييم هذه التجربة، مع تحديد إيجابياتها وسلبياتها التي يمكن الاستفادة منها مستقبلاً في مجال البحث الإعلامي.

سابعاً: منهج البحث.

يعتمد البحث على منهج المسح الذي يهدف للتعرف على تقنية ChatGPT وأثره في صناعة المحتوى، ويتمثل مجتمع العينة في الصحفيين العراقيين أما عينة البحث فيتسلم عينة عشوائية من مجتمع البحث.

رابعاً: دراسات سابقة

1. دراسة (الزهراني، 2024) والتي جاءت تحت عنوان استخدام تقنية ChatGPT في تطوير المحتوى الإعلامي بالتطبيق على العاملين في المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية مساهمة تقنية ChatGPT في تطوير المحتوى الإعلامي، وذلك من خلال تحديد مجالات العمل التي تُستخدم فيها هذه التطبيقات، وتحديد رؤية الإعلاميين حول توظيف واستخدام تقنية ChatGPT في تطوير وإنتاج المحتوى الإعلامي. اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المتقارب المختلط. وتضمنت أبرز نتائج الدراسة تنوع استخدامات التطبيقات المتعلقة بـ ChatGPT في مختلف الممارسات الإعلامية، مثل دقة المعلومات والتحقق منها، والتخصيص والابتكار في إنتاج المحتوى، ومراعاة الأخلاقيات والنزاهة والشفافية ووضوح التواصل. كما توصي الدراسة بالعمل على تحديد ومعالجة التحديات التقنية والعملية المرتبطة باستخدام ChatGPT والأدوات الذكية الأخرى.

2. دراسة (عبدالحسيب، 2025) والتي جاءت تحت عنوان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ChatGPT - Gemini Genesis في الإنتاج الصحفي وانعكاسها على الممارسين الصحفيين، "دراسة استكشافية"، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية استخدام

تطبيقات Chat JPT - Gemini في إنتاج وتحرير المواد الصحفية، وأثرها على ممارسات الصحفيين كأحد أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. وخلصت الدراسة إلى ضرورة وجود عوامل قانونية تُنظّم عملية استخدام هذه التطبيقات، مع وجود قواعد مهنية وأخلاقية تخضع للمساءلة القانونية، لأن هذا الجانب يُعدّ من أهم مخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي. كما تُوصي بوجود مواقع إلكترونية صحفية قادرة على التكيف مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الصحفي. من خلال الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث ومتغيراته تبين وجود اهتمام من الأكاديميين والباحثين بموضوع استخدام الصحفيين العراقيين لتقنية شات جي بي تي في صناعة المحتوى، ويرجع ذلك الاهتمام إلى أهمية استخدام شات جي بي تي على مستوى الفرد والمجتمع، ولذلك أوضحت الدراسات مدى وجود الحاجة إلى تكاتف والتعاون على مستوى الدولة بمؤسساته المختلفة، بزيادة الوعي باستخدام الصحفيين العراقيين لتقنية شات جي بي تي في صناعة المحتوى، لذا فهناك اهتمام على المستوى الإعلامي لما يملكه من أساليب ووسائل يستطيع من خلالها التأثير التعرف على شات جي بي تي والدور الذي يقوم به في صناعة المحتوى، إلا أن دراستنا الحالية تتميز عن الدراسات السابقة في أنه يستهدف الصحفيين العراقيين تحديداً، مما يوفر رؤية أكثر تخصصاً حول استخدامهم لشات جي بي تي.

المبحث الثاني: الإطار المعرفي

تواجه الصحافة، كغيرها من المهن، تطوراً متواصلاً بفضل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، التي تبدو على وشك تجاوز المهارات البشرية، لا سيما تلك المتعلقة بالإبداع والتعبير. لذا، من الطبيعي أن يشعر الإعلاميون عموماً، والصحافة خصوصاً، بالقلق. ورغم هذه المخاوف والتطورات، يُظهر استعراض التاريخ أن الثورات التكنولوجية تُتيح فرصاً أيضاً. قد تُقلل التطورات التكنولوجية من الحاجة إلى بعض الوظائف، لكنها لا تُلغيها بالضرورة. فالتكيف مفتاح البقاء. فلم تُلغ الطباعة الكتاب، ولم يُلغ الراديو الصحف. ولم يُوقف التلفزيون، على الرغم من عظمتها، الراديو، ولم تُلغ ثورة الإنترنت جميع وسائل الإعلام التقليدية. كل تطور جديد يتطلب التعلم والتكيف والتطور، وهذه الموجة التكنولوجية الجديدة لا

تختلف عن التطورات السابقة التي شغلت المجتمعات في العصور السابقة. وهذا يقودنا إلى الحديث عن أحدث هذه التطورات، وهو ChatGPT. وفي هذا السياق، يمكن القول إن النقاش حول ChatGPT وتقنيات الذكاء الاصطناعي الأخرى لا يزال محتدماً، ليس فقط فيما يتعلق بالقدرات المتفوقة لهذه التقنيات، بل وأيضاً حول تأثيرها على مستقبل الوظائف بشكل عام ومستقبل العمل الإعلامي بشكل خاص. (الزهراني، 2024، صفحة 323)

المطلب الأول: مفهوم ChatGPT ودوره في صناعة المحتوى

أولاً: مفهوم ChatGPT

ChatGPT هو نموذج لغة ذكاء اصطناعي طورته شركة OpenAI، وهو في الواقع تطبيق روبوت محادثة، أو برنامج محادثة، طورته شركة OpenAI الأمريكية، التي أعلنت عن إطلاقه في نوفمبر 2022. تعتمد الشركة، التي تُقدر قيمتها بنحو 29 مليار دولار أمريكي وفقاً لبعض المصادر، على الذكاء الاصطناعي للإجابة على أسئلة المستخدمين وكتابة المقالات والأبحاث عند الطلب (عبدالحسيب، 2025، صفحة 125). وتأتي GPT اختصاراً للجملة Generative pre-trained transformer ، والتي تعني على وجه التقريب: محوّل توليدي مدرب مسبقاً. (عبدالحسيب، 2025، صفحة 125)

ويهدف ChatGPT إلى إنشاء محادثات تُشبه محادثات البشر بسهولة باستخدام الذكاء الاصطناعي. كما يتميز بقدرته على جمع المعلومات من مصادر متنوعة، بالإضافة إلى التدريب المُقدّم من قِبل البشر. وقد وصل التطبيق بالفعل إلى أكثر من مليون مستخدم في أقل من أسبوع منذ إطلاقه. في تغريدة، لمّح سام ألتمان، الرئيس التنفيذي لشركة OpenAI، إلى مستقبل روبوتات الدردشة: "قريباً، سيتمكن الناس من إيجاد مساعدين مفيدتين يتحدثون معهم، ويجيبون على أسئلتهم، ويقدمون لهم النصائح. في المستقبل، سترون تطوراً هائلاً واكتشافاً لمعارف جديدة". أعرب العديد من الشخصيات البارزة في عالم التكنولوجيا عن دهشتهم من ChatGPT، مثل آرون ليفي، الرئيس التنفيذي لشركة Box Marketing، الذي غرّد عن البرنامج قائلاً: "سيكون كل شيء مختلفاً في المستقبل" (المطرفي، 2024، صفحة 123).

ثانياً: استخدامات ChatGPT

لتطبيق ChatGPT العديد من الاستخدامات منها ما يلي: (محمد، 2023، صفحة 9)

1. المساعدة في كتابة أو إنشاء سيرة ذاتية. ما على المستخدمين سوى طلب المساعدة. كما يمكن طلب تعديل سيرة ذاتية من ChatGPT.
2. إنشاء صور إبداعية من النصوص. تعمل Open AI على تطوير نموذج ذكاء اصطناعي متقدم قادر على تحويل النصوص إلى صور (DALI-2).
3. بخلاف ترجمة جوجل، يتيح نموذج الذكاء الاصطناعي في ChatGPT إنشاء محتوى بلغات متعددة في آن واحد، مما يسمح لمنشئي المحتوى والمسوقين بكتابة محتوى يستهدف بشكل أفضل متحدثي اللغات المختلفة
4. المساعدة في التحضير لمقابلات العمل أو مقابلات التوظيف.
5. كتابة مقالات ثرية حول أي موضوع تقريبًا.
6. إنشاء المحتوى، بما في ذلك الكتابة الإبداعية للنصوص، وتأليف الأغاني، وكتابة نصوص الفيديو، وغيرها. يتيح هذا أيضًا لمنتجي المحتوى تحسين أسلوب نصوصهم أو ممارسة كتابة النصوص والمحتوى الإبداعي (سيد، 2022)

ثالثًا: مميزات تطبيق ChatGPT عن بقية روبوتات المحادثة.

في عام ٢٠١٨، بدأ باحثون في جوجل ومختبرات مثل OpenAI بتصميم شبكات عصبية تُحلل كميات هائلة من النصوص الرقمية، بما في ذلك الكتب ومقالات ويكيبيديا والأخبار وسجلات الدردشة عبر الإنترنت - المعروفة باسم نماذج اللغة الكبيرة. من خلال تحديد مليارات الأنماط المميزة في طريقة ربط الناس للكلمات والأرقام والرموز، تتعلم هذه الأنظمة توليد النصوص وتوليد الاستجابات تلقائيًا. (الداني، بن عمر، و درار، 2024، صفحة 61)

هناك أيضًا فوائد عديدة لتطبيق ChatGPT في الحياة اليومية، منها:

- الاستشارات والدعم الفني: يُمكن استخدام ChatGPT كمصدر للمعلومات، وتقديم المشورة والدعم في مجالات مثل تكنولوجيا المعلومات والبرمجة والهندسة وغيرها من المجالات التقنية المتنوعة.

- التعلم والتعليم: يُمكن أن يكون ChatGPT مساعدًا مثاليًا للطلاب والمعلمين في فهم مواضيع محددة، والإجابة على الأسئلة، وحل التحديات المتعلقة بمختلف القضايا الدراسية.

(هندي، 2022، صفحة 77)

- تخطيط الوقت وإدارة المهام: يُساعد ChatGPT في تنظيم الجداول اليومية، وتتبع المهام، وتحديد الأولويات، مما يُعزز الإنتاجية على المستويين الشخصي والمهني.
- الترجمة: يُمكن لـ ChatGPT تسهيل التواصل من خلال ترجمة النصوص بدقة بين مختلف اللغات.

- التسويق والإعلان: يُمكن تطبيق ChatGPT على: يُمكن لمحترفي التسويق والإعلان تطوير نصوص إعلانية ومحتوى تسويقي جذاب يُؤثر على المستهلكين والمستخدمين.

المطلب الثاني: توظيف ChatGPT لخدمة وسائل الإعلام

أصبحت نماذج اللغة الكبيرة، مثل ChatGPT، التي طورتها Open AI، موضوعاً عالمياً ذا أهمية كواحدة من منصات الوسائط التي أشعلت ما يسمى بمجال البيئة الزائفة والخطاب. يمكن لـ ChatGPT تشكيل التقارير الإعلامية ذات الآثار العميقة على الحكومات والصناعة والجمهور من خلال استكشاف القضايا الرئيسية والنقاشات الرئيسية في وسائل الإعلام. من الممكن رسم خريطة فعالة لمواقف وسائل الإعلام وتصورات الصناعة ومشاعر الجمهور العام من خلال تحليل النصوص. تجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية لديها موقف إيجابي بشكل عام تجاه ChatGPT، معتبرة إياه خدمة جديدة ومبتكرة ومفيدة، مع توقعات بمزيد من التطوير. (Kacena, Plotkin , & Fehrenbacher, 2024) لقد حجب التغيير في بيئة وسائل الإعلام لامركزية الحق في المعرفة والوصول إلى المعلومات، مما دفع وسائل الإعلام إلى التخلي عن السيطرة على صحة المحتوى الإعلامي، تاركاً بيئة وسائل الإعلام الحالية مليئة بالمعلومات المضللة. هناك اتجاهات مفادها أن العالم أصبح مملوكاً من أجل المنفعة، وأن وسائل الإعلام أصبحت صوتاً لرأس المال والإعلان، وأن البيئة الإعلامية التي يسيطر عليها رأس المال ترى أنه من العدل أن تدخل شركة ChatGPT مجال الإعلام (هندي، 2022، صفحة 76).

أولاً: الدور الإيجابي لدخول ChatGPT في عمليات إنتاج المحتوى الصحفي في العراق:

شهدت عملية نقل المعلومات تطوراً غير مسبوق في عصر المعلومات. ومع تطور التكنولوجيا الجديدة، أصبحت المعلومات عبر الوسائط عبارة عن إشارات وخطوط كهرومغناطيسية مشفرة، مما زاد من كفاءة إنتاج الوسائط. ومع ظهور ChatGPT، تغير النمط التقليدي لنقل المعلومات وجذب الانتباه، مؤكداً على اتجاه "السماح للذكاء الاصطناعي

بإنتاج الأخبار تلقائياً وكاملاً، ومن خلال ملاحظات المستخدمين، يتم تحديد المشكلات ومعالجتها". شهدت دقة التواصل عبر ChatGPT تغييراً كبيراً، حيث ينقل الآن صوراً إخبارية تصل إلى المستخدمين بطريقة أوضح وأكثر صدقاً، من خلال نقل معلومات أكثر شمولاً واتساعاً، مما يُحسن جودة المحتوى. (البحيري، 2024، صفحة 141)

على الصعيد الاجتماعي، لصناعة الإعلام تأثير اجتماعي كبير. يتميز ChatGPT بمزايا فريدة من نوعها تتمثل في جمع كميات كبيرة من المعلومات بسرعة وكفاءة، وكذلك من خلال المحادثات مع المستخدمين. ومع ذلك، فإنه يتطلب كمية كبيرة من المعلومات بكفاءة ودقة (هندي، 2022، صفحة 77)

لقد تأثرت البيئة الإعلامية بقدرة ChatGPT على تحليل المعلومات بطريقة تتفوق على العقل البشري، مما يؤدي إلى ترويجها. الكذب واضح ومعروف. تطور شكل التواصل الشبكي من عصر القبول السلبي إلى عصر المعلومات في اتجاهين.

ثانياً: الدور السلبي ل ChatGPT في عملية إنتاج المحتوى الصحفي في العراق.

هناك بعض نقاط الضعف، منها نقص الابتكار في المحتوى، مما يؤدي إلى ظهور التجانس وغياب آليات التحكم في الرأي العام ومواجهته في عملية الاتصال. كما يفتقر إلى اللمسة الإنسانية، مما يُضعف دقة المعلومات ومصداقيتها. علاوة على ذلك، يؤثر على سوق العمل، مسبباً خوفاً اجتماعياً. ومن هنا تأتي أهمية دراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإمكاناتها في تعزيز الابتكار التكنولوجي والاستخدام العام.

على الرغم من قدرة ChatGPT على إنجاز المهام، إلا أنه يفتقر إلى القدرة على الابتكار؛ فهو يُحاكي البشر ويتعلم منهم لأداء مهامه. كما تنخفض قيمة المعلومات بسبب تحولها من كلمات إلى إشارات إلكترونية، ويصعب الاعتماد عليها إلا في حالات الخبرة، نظراً لفقدانها اللمسة الإنسانية واتخاذها قرارات مبنية على تعظيم المصالح (هندي، 2022، صفحة 77)

لقد وفر ظهور ChatGPT تكاليف العمالة في صناعة الأخبار، إلا أنه يقلل من فرص العمل ويؤثر محترفي الإعلام الجديد عن مجال جمع الأخبار. إنه يُدمر الحياة الطبيعية بمرور الوقت.

ثالثاً: معايير الصحافة المهنية للمحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة نموذج اللغة Chat JPT .

- **الموضوعية :** من المهم تحقيق الفورية في نشر الأخبار مع الالتزام بالموضوعية في الوقت نفسه. قد يكون تغطية الأحداث دون الالتزام بالمعايير الصحفية الأخرى نتيجةً للديناميكية والتحديث المستمر المتأصل في طبيعة الأخبار، خاصةً عند نشرها عبر الوسائط الرقمية. تُعد سرعة نشر الأخبار عاملاً مهماً في مواكبة سباق النشر وجذب انتباه الجمهور. تجدر الإشارة إلى أن قدرات ChatGPT في تحقيق الفورية في نشر الأحداث محدودة نظراً لتدريبه مسبقاً على معلومات محددة بعد عام 2021. لذلك، يصعب استخدامه في تغطية الأحداث الجارية، حيث يُعد توليد الاستجابات السريعة أحد الأهداف الرئيسية التي يسعى إليها الذكاء الاصطناعي (البحيري، 2024، صفحة 123)

- **المصادقية:** يُعد انتشار الأخبار الكاذبة، والانتشار السريع للمعلومات المضللة في البيئة الرقمية، ومعضلة ضمان مصداقية المعلومات، من الأمور بالغة الأهمية. يسعى الباحثون إلى حل هذه المشكلة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال التحقق من المعلومات. يُعالج ChatGPT 570 جيجابايت من المعلومات النصية على الإنترنت بجميع أشكالها، بما في ذلك الكتب والمقالات والمواقع الإلكترونية ومصادر الأخبار الأخرى. من أبرز عيوب ChatGPT عدم قدرته على استخلاص النتائج من المعلومات المتضاربة وعدم التحقق من مصادرها. كما أن له تأثيراً سلبياً يتمثل في الشك في مصادر المعلومات، مما دفع البعض إلى وصفه بـ"الهلوسة المصطنعة". فهو يُقدم نصاً مُقنعاً، لكن معلوماته قد تكون غير دقيقة أحياناً. تتبع هذه المشكلة من عدم قدرة الذكاء الاصطناعي على تحديد مصادر المعلومات الموثوقة. وبالتالي، يصعب على الصحفيين استخدامه لإنتاج محتوى إخباري موثوق، إذ تتطلب إجاباته تدقيقاً إضافياً من قبل صحفي بشري (الزهراني، 2024، صفحة 36)

- **الحيادية:** من أهم سمات برنامج ChatGPT إمكانية تقديم إجابات متحيزة، مما يتعارض مع المعايير المهنية المتوازنة في الصحافة. يُساعد عرض آراء مختلفة الجمهور على فهم القضية المطروحة بشكل أوسع، ومن ثم تكوين أحكامهم الخاصة. وقد أظهر البرنامج ضرورة الحفاظ على توازن الآراء بنسبة 60% إذا كان السؤال محايداً أو سلبياً، واستخدام علامات الترقيم لتحقيق هذا الغرض، مثل "الآراء المنقسمة". أما إذا كان السؤال

إيجابيًا، فإن 25% من الإجابات محايدة. تُحذف الحقائق السلبية، وتُعرض المعلومات الآن من وجهة نظر واحدة. ينبغي على القراء الحذر من إجابات Chat JPT ، وخاصةً تلك المتعلقة بالسياسة والأرقام والمواضيع الدينية، أكثر من المواضيع الاجتماعية. (Floridi & Chiriatti , 2020)

- **فصل الحقائق عن الآراء.** أساس المعايير الصحفية هو فصل الآراء والمعتقدات والمشاعر الشخصية عن الحقائق للحفاظ على مصداقيتها لدى الجمهور. ويُعدّ الالتزام بالشفافية في عرض المصادر للحصول على الردود عائقًا رئيسيًا، إذ لا توجد اقتباسات أو مراجع يستند إليها في رده. ومع ذلك، إذا طُلب منه ذلك في العناوين الرئيسية، يُمكن تحقيقه. إن عدم القدرة على تحديد مصادر المعلومات المستخدمة في إنشاء المحتوى لا يسمح له بالالتزام بمعيار فصل الحقائق عن الآراء، وهو محور اهتمام مطوري أداة الذكاء الاصطناعي (المطرفي، 2024، صفحة 125)

- **وضوح المعلومات ودقتها:** يرتبط هذا العامل بالثقة في الأخبار، ويلعب دورًا حاسمًا في تحديد جودتها. تجدر الإشارة إلى أن ChatGPT يواجه صعوبات في دقة المعلومات. تُشكك معضلة الهلوسة في دقة المحتوى وصحته، إذ تُزيّف الحقائق.

- **اكتمال المعلومات:** يرتبط هذا العامل بالثقة في الأخبار، ويلعب دورًا حاسمًا في تحديد جودتها. تجدر الإشارة إلى أن ChatGPT يواجه صعوبات فيما يتعلق بدقة المعلومات. تُشكك معضلة الهلوسة في دقة المحتوى وصحته لأنها تُخلق الحقائق. في معايير اكتمال المعلومات، يلزم تقديم معلومات شاملة حول الأحداث والقضايا. الصحفي مسؤول عن نقل خلفية الموضوع وسياقه والعواقب المحتملة. لا يلتزم ChatGPT بمعايير اكتمال المعلومات. الصحفي البشري هو من يطرح أسئلة دقيقة للتوضيح، ومن الممكن الحصول على معلومات شاملة من خلال توفير قاعدة مصادر واسعة. (البحيري، 2024، صفحة 125)

المطلب الثالث: مخاوف استخدام ChatGPT في الصحافة

يثير استخدام ChatGPT في الصحافة عددًا من المخاوف الأخلاقية. من أهمها الشفافية والمساءلة لمصدر الأخبار. بما أن الأخبار تُنتج فقط بواسطة نموذج ذكاء اصطناعي، فقد لا يكون من الواضح من المسؤول عن المحتوى الناتج، مما يُصعّب على القراء الثقة بالأخبار

ومحاسبة المصدر. إضافةً إلى ذلك، يثير استخدام ChatGPT تساؤلات حول دور الصحفيين البشريين في عملية إنتاج الأخبار واحتمالية فقدانهم للوظائف (البحيري، 2024، صفحة 141) يُعتبر ChatGPT مصدر قلق، ولا يحظى بثقة كاملة، نظراً لاحتمالية وجود تحيز في الأخبار التي يُنتجها. نماذج الذكاء الاصطناعي ليست بنفس تحيز البيانات التي تُدرَّب عليها، وإذا كانت البيانات المُستخدمة لتدريب ChatGPT متحيزة، فقد تكون الأخبار التي يُنتجها النموذج متحيزة أيضاً.

يثير استخدام ChatGPT مخاوف تتعلق بالخصوصية. يتم تدريب النموذج على كميات كبيرة من البيانات النصية، والتي قد تتضمن معلومات شخصية ومعلومات أخرى شديدة الحساسية. إذا لم تُحمَ هذه البيانات بشكل صحيح، فقد تكون عرضة للاختراق وسوء الاستخدام. من المهم أن تأخذ غرف الأخبار هذه المخاوف في الاعتبار وأن تتخذ خطوات جادة للتخفيف منها لضمان نزاهة الأخبار وحماية حقوق القراء (Floridi L. et al., 2020)

من بين هذه المخاوف استخدام ChatGPT والذكاء الاصطناعي لتوليد القصص الإخبارية، مما قد يؤدي إلى زيادة المعلومات المضللة والدعاية، وقد يحل محل الوظائف البشرية في غرف الأخبار. لذلك، يمكن القول إن ChatGPT له تأثير إيجابي على دقة ومصداقية الأخبار من خلال المساعدة في التحقق من الحقائق والبحث (البحيري، 2024، صفحة 141)

أولاً: تأثير ChatGPT على الصحافة.

يمكن لتقنيات ChatGPT والذكاء الاصطناعي مساعدة الصحفيين والمحررين بشكل كبير في عملهم من خلال أتمتة مهام معينة، مثل تلخيص كميات كبيرة من البيانات النصية وكتابة القصص الإخبارية. يمكن أن يساعد هذا في زيادة الإنتاجية والكفاءة، ويمكنه أيضاً تمكين غرف الأخبار من إنتاج المزيد من المحتوى بمرور أقل (البحيري، 2024، صفحة 142) كما إن قدرة هذه التقنيات على أتمتة مهام معينة لديها القدرة على استبدال الوظائف البشرية، وخاصة في مجالات مثل التحقق من الحقائق وإنشاء المحتوى. قد يؤدي هذا إلى انخفاض عدد الصحفيين والمحررين، وقد يغير أيضاً طبيعة عملهم.

يُستخدم ChatGPT على النحو الأمثل لتعزيز القدرات البشرية، بدلاً من استبدالها. يمكن للصحفيين والمحررين والمصورين البشريين الاستمرار في لعب دور حيوي في عملية إنتاج الأخبار. يمكنهم استخدام معارفهم وخبراتهم ومهارات التفكير النقدي للتحقق من المعلومات

التي تنتجها أنظمة الذكاء الاصطناعي ووضعها في سياقها، بالإضافة إلى إضافة قيمة إلى القصص الإخبارية التي تنتجها هذه الأنظمة (المطرفي، 2024، صفحة 125)

ثانياً: تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الصحافة والإعلام

هناك مجالات معينة في الصحافة يمكن أن يكون للذكاء الاصطناعي فيها تأثير كبير، وفقاً لجيريمي جيلبرت، أستاذ استراتيجيات الإعلام الرقمي في جامعة نورث وسترن.

- البيانات: يعتمد الصحفيون اليوم على البيانات بشكل أكبر من أي وقت مضى، وخاصةً فيما يتعلق بالمشاريع الاستقصائية. وهنا، يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي المساعدة في فرز كميات هائلة من الوثائق وفتح آفاق جديدة لاكتشاف مواضيع جديدة. كما يمكن للصحفيين تدريب الأنظمة على اكتشاف أحدث التوجهات وإنشاء إشعارات آنية عنها. (الزهراني، 2024، صفحة 327)

- تكييف تجربة الأخبار: لا شك أن المؤسسات الإخبارية التي لم تتبنَّ بعد التحول الرقمي بشكل كامل ستواجه وضعاً غير مواتٍ في المستقبل، حيث لن تتمكن من مواكبة توقعات الجمهور المتغيرة. لقد جعلت الرقمنة التغذية الراجعة أكثر فعالية، ومكنت المؤسسات من معرفة المزيد عن جمهورها. الذكاء الاصطناعي ليس قادراً فقط على تحديد ما يعرفه المتابع حول موضوع معين بناءً على سلوكه الرقمي السابق، ولكنه قادر أيضاً على استخدام البيانات لتوفير تحديثات حول الموضوع للمتابع وفقاً لاحتياجاته (الزهراني، 2024، صفحة 327)

إعادة تصور هيكل ومحتوى القصص: قد لا يكون العثور على المعلومات وطرح الأسئلة وكتابة القصة وإنتاجها ثم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي كافياً في المستقبل. يحتاج الصحفيون إلى التفكير في كيفية صياغة إصدارات مختلفة من تلك القصة. يقدم جيلبرت مثلاً على سؤال أليكسا، المساعد الافتراضي الذكي من أمازون، متوقعاً إجابة محددة وموجزة، وليس قصة من 1000 كلمة تحتوي على إجابة مدمجة في مكان ما. لذلك، يجب أن تصبح القصص نفسها إجابات على الأسئلة التي يطرحها مستهلكو الأخبار، ومصممة خصيصاً للسائل. لا شك أن الشخص البالغ من العمر 35 عاماً يبحث عن إجابة مختلفة عن طفل يبلغ من العمر 9 سنوات. هذا النموذج المختلف لسرد القصص هو نموذج لا يمكن تحقيقه إلا باستخدام الذكاء الاصطناعي، وتجربة ChatGPT هي مثال رئيسي على الفرص المتاحة

لإنشاء أنواع جديدة من المحتوى شبه الآلي مع إمكانية ضمان نتائج فعالة (الدناني، بن عمر، و درار، 2024، صفحة 121) .

المبحث الثاني: الإطار التطبيقي

سيدرر هذا المبحث استخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT وأثرها في صناعة المحتوى.

• نوع الدراسة

تتنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية حيث تعتمد بالدرجة الأولى على المنهج الوصفي التحليلي لتوافقه وطبيعة هذه الدراسة وأهدافها، حيث تسعى الى جمع المعلومات الدقيقة والشاملة عن الظاهرة حتى يتم تحليلها، فقد اكتفت الباحثة بالجدول التكرارية والنسب المئوية لوصف الظاهرة كما هي ثم سيتم تحليل البيانات. واستكمالاً لمنهج الدراسة سيتم استخدام أدوات بحثية لجمع وتحليل البيانات متمثلة في الملاحظة واستمارة الاستبيان.

• مجتمع الدراسة وعينتها:

يعرف مجتمع الدراسة على انه جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة فهو جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي الى الظاهرة قيد البحث، وفي هذه الدراسة يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب.

أما عينة الدراسة تم اتباع نظام العينة العشوائية من الصحفيين بعينة قوامها 315 مفردة تم توزيعها بشكل عشوائي وعند استرجاع الاستمارات بعد تعبئتها من قبل المبحوثين كان العدد مكتملاً ولم يتم استبعاد أي استمارة.

قامت الباحثة بتوزيع (315) استبانة وبهدف تمثيل مجتمع الدراسة بشكل أكثر شمولية من ناحية أخرى، حيث تم استرجاع (280) استبانة من أصل هذا العدد، وتم استبعاد (5) استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي لنقص البيانات، ليصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (275) استبانة والتي تعتبر عينة مناسبة للتحليل الإحصائي ونسبة تعادل 87.5% من أجمالي عدد الاستبانات الموزعة.

أداة الدراسة:

تم العمل على الاستبانة للتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت ثلاثة أقسام من الأسئلة وعلى النحو التالي:

– الجزء الأول: ويتضمن الخصائص الديموغرافية المعبرة عن عينة الدراسة طبقاً لمتغيرات النوع الاجتماعي.

– الجزء الثاني: ويتضمن هذا القسم الفقرات التي تقيس أبعاد المتغير المستقل تقنية شات جي بي تي تم قياسه ضمن مقياس ليكرت (Likert) للخيارات المتعددة.

– القسم الثالث: يتضمن هذا القسم الفقرات التي تقيس أبعاد المتغير التابع (صناعة المحتوى) ويشتمل هذا القسم على (10) فقرة موزعه

صدق أداة الدراسة Validity

تم التحقق من صدق إدارة الدراسة الاستبانة وقدرتها على قياس ما وضعت لقياسه من خلال التحقق مما يلي:

❖ الثبات:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة تم حساب معامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's، لكل من المتغير المستقل بأبعاده الفرعية والمتغير التابع بأبعاده الفرعية، حيث تظهر قيمة معامل الثبات مقدار التوافق والاتساق والاستقرار والثبات في نتائج الاستبانة إذا جرى تطبيقها أكثر من مره ضمن نفس الظروف.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS – Statistical Package for Social Sciences كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية.

– التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة.

– النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للمبحوثين عينة الدراسة.

– المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات المبحوثين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.

– الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات المبحوثين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

– معامل الثبات كرونباخ ألفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.

– الانحدار المتعدد: لاختبار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.

– ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.

إجراءات الإحصاء الوصفي، متمثلة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري، والنسب المئوية والتكرارات لوصف عينة الدراسة وخصائصها.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات

وصف خصائص عينة الدراسة

يبين هذا الجزء الخصائص الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من (النوع الاجتماعي) ولتحديد خصائص عينة الدراسة تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، وجاءت النتائج على النحو التالي:

▪ النوع الاجتماعي:

جدول (2): توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	221	80.3%
أنثى	54	19.7%
المجموع	275	100%

يوضح الجدول (2) أن توزيع أفراد العينة بحسب النوع الاجتماعي يُظهر تفوقاً ملحوظاً للذكور، حيث بلغت نسبتهم 80.3% مقابل 19.7% للإناث. ويعكس هذا التفاوت في النسب طبيعة التوزيع الديموغرافي بين فئة الصحفيين في المجتمع العراقي، بما في ذلك معدلات المشاركة في الأنشطة البحثية والمجتمعية. ورغم الفجوة العددية، فإن نسبة مشاركة الإناث،

والتي بلغت نحو خمس العينة، تمثل مؤشراً إيجابياً على انخراط المرأة في مجالات العمل الصحفي، لاسيما تلك المتعلقة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. تمثل هذه المشاركة النسوية فرصة مهمة لإجراء مقارنات تحليلية بين الجنسين فيما يتعلق بدرجة الاعتماد تقنية شات جي بي تي كمصدر لصناعة المحتوى، وكذلك لقياس مدى الاعتماد على تقنية شات جي بي تي في صناعة المحتوى. ومن هذا المنطلق، يُوصى في الدراسات المستقبلية بالسعي نحو تحقيق توازن أكبر في تمثيل النوع الاجتماعي ضمن عينات البحث، بهدف ضمان شمولية النتائج ودقتها، بما يسهم في بناء تصور متكامل حول الأدوار التوعوية للإعلام الإلكتروني في المجتمع الجامعي العراقي.

جدول رقم (3)

هل تقوم باستخدام شات جي بي تي؟

ر.م	الرأي	العدد	%
1	نعم	64	32%
2	لا	100	50%
3	إلى حد ما	36	18%

من الجدول السابق يتضح أن ما نسبته 50% من أفراد العينة لا يستخدمون تقنية شات جي بي تي، أما من يقومون باستخدام تقنية شات جي بي تي كأداة من أدوات الذكاء الاصطناعي فكانت نسبتهم 32%، أما الرأي المحايد فكانت نسبته 18%.

➤ المتغير المستقل (تقنية chat JPT):

جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات تقنية chat JPT

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
1	أستخدم تقنية ChatGPT بشكل منتظم للحصول على أفكار أولية تساعدني في إعداد مواضيعي الصحفية.	3.66	0.728	2	متوسط
2	أجد أن ChatGPT يوفر وقتاً وجهداً كبيراً في جمع المعلومات المبدئية حول الأحداث الجارية.	3.24	0.814	5	متوسط
3	أعتقد أن ChatGPT يعزز من قدراتي التحليلية عند	3.64	0.850	3	متوسط

				التعامل مع الموضوعات المعقدة.	
متوسط	4	0.896	3.43	أستخدم ChatGPT كأداة مساعدة لصياغة مسودات المحتوى قبل تحريره النهائي.	4
متوسط	9	0.963	2.58	تساعدني تقنية ChatGPT في تجاوز حالات الركود الإبداعي عند بدء الكتابة الصحفية.	5
متوسط	8	0.894	3.20	أرى أن ChatGPT يُسهم في تطوير المهارات التقنية للصحفيين عبر تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.	6
مرتفع	1	0.498	3.92	أستخدم ChatGPT في التحقق من المعلومات وتدقيق بعض الحقائق الأساسية قبل النشر.	7
متوسط	7	0.880	3.46	ألاحظ أن ChatGPT يدعم التنوع في أساليب عرض الأفكار الصحفية من خلال اقتراح صيغ متعددة للمحتوى.	8
متوسط	6	0.856	2.61	أعتقد أن الاعتماد المتزايد على ChatGPT قد يؤثر سلباً على مهاراتي الكتابية الذاتية.	9
متوسط	10	0.954	2.70	أرى أن استخدام ChatGPT في العمل الصحفي يجب أن يكون مصحوباً بوعي نقدي وتحكيم مهني لتجنب الأخطاء والتحيزات.	10
متوسط		0.608	3.294	المقياس العام	

تشير بيانات الجدول (4) إلى أن المتوسط العام لتقييم فقرات محور "تقنية chat JPT" بلغ (3.294) بانحراف معياري قدره (0.608)، مما يدل على أن درجة استخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT وأثرها في صناعة المحتوى تقع ضمن المستوى المتوسط. وتُعد الفقرة التي تنص على "أستخدم ChatGPT في التحقق من المعلومات وتدقيق بعض الحقائق الأساسية قبل النشر" الأعلى من حيث التقدير، حيث حصلت على متوسط حسابي بلغ (3.66) وانحراف معياري (0.728). ويُعبر ذلك عن أن ChatGPT في التحقق من المعلومات وتدقيق بعض الحقائق الأساسية قبل النشر.

في المقابل، جاءت الفقرة المتعلقة بأن "أرى أن استخدام ChatGPT في العمل الصحفي يجب أن يكون مصحوباً بوعي نقدي وتحكيم مهني لتجنب الأخطاء والتحيزات" في المرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (2.70) وانحراف معياري (0.954). ويُحتمل أن يشير هذا التقدير

المنخفض إلى أن استخدام ChatGPT في العمل الصحفي يجب أن يكون مصحوباً بوعي نقدي وتحكيم مهني لتجنب الأخطاء والتحيزات.

ورغم أن التقديرات الكلية لبقية الفقرات تتدرج ضمن المستوى المتوسط، فإن التفاوت بين المتوسطات يعكس اختلافاً في أن استخدام ChatGPT في العمل الصحفي يجب أن يكون مصحوباً بوعي نقدي وتحكيم مهني لتجنب الأخطاء والتحيزات وعليه، تبرز الحاجة إلى مراجعة طبيعة الطرح الإعلامي في هذا المجال، وتحسين وتقديم أدوات تخدم الصحفيين في صياغة وصناعة محتوى قيم.

❖ المتغير التابع (صناعة المحتوى)

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات صناعة المحتوى

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
1	أعتقد أن استخدام ChatGPT ساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي الذي أقدمه.	3.95	0.721	1	مرتفع
2	مكننتي التقنية من صياغة عناوين أكثر جاذبية وسهولة في الانتشار عبر المنصات الرقمية.	3.68	0.805	3	متوسط
3	يساعدني ChatGPT في تخصيص محتوى أكثر ملائمة لفئات الجمهور المستهدفة.	3.41	0.843	5	متوسط
4	ألاحظ أن استخدام ChatGPT جعل عملية إنتاج المحتوى أسرع وأكثر مرونة.	3.27	0.876	7	متوسط
5	ساهمت التقنية في تمكيني من إدارة أكثر من قصة صحفية في وقت واحد بكفاءة.	3.83	0.692	2	مرتفع
6	أستخدم مخرجات ChatGPT كنقطة انطلاق لتطوير تقارير معمقة وأكثر مهنية.	3.15	0.910	9	متوسط
7	ساعدني استخدام التقنية على إدخال تقنيات السرد القصصي التفاعلي في تقاريري.	3.56	0.758	4	متوسط
8	أشعر بأن المحتوى المدعوم بـ ChatGPT يحظى بقبول أوسع لدى المتابعين على وسائل التواصل.	3.32	0.829	6	متوسط
9	أرى أن ChatGPT ساعد في توسيع نطاق تغطيتي الإعلامية لموضوعات لم أكن أتناولها	3.22	0.887	8	متوسط

سابقاً.					
10	أعتقد أن التقنية تدفع بصناعة المحتوى الإعلامي نحو مستقبل أكثر اعتماداً على أدوات الذكاء الاصطناعي دون الاستغناء عن الدور البشري.	3.05	0.945	10	متوسط
المقياس العام	—	3.444	0.526	—	متوسط

تُظهر نتائج الجدول (5) أن تقديرات عينة الدراسة لمحور "صناعة المحتوى" جاءت ضمن المستوى المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (3.444) بانحراف معياري قدره (0.526). وتشير هذه النتيجة إلى وجود تأثير ملموس لاستخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT في صناعة المحتوى لا سيما فيما يتعلق بصناعة المحتوى.

وقد حصلت الفقرة التي تنص على أن "أعتقد أن استخدام ChatGPT ساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي الذي أقدمه" على أعلى متوسط حسابي بين جميع الفقرات، إذ بلغت (3.95)، ما يعكس قناعة راسخة لدى المشاركين بأن استخدام ChatGPT ساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي الذي أقدمه. كما جاءت الفقرة التي تؤكد أن "أعتقد أن التقنية تدفع بصناعة المحتوى الإعلامي نحو مستقبل أكثر اعتماداً على أدوات الذكاء الاصطناعي دون الاستغناء عن الدور البشري" تُعد أكثر تأثيراً لدى فئة الصحفيين في مرتبة متقدمة بمتوسط بلغ (3.83). وتُبرز هذه النتيجة أهمية أن التقنية تدفع بصناعة المحتوى الإعلامي نحو مستقبل أكثر اعتماداً على أدوات الذكاء الاصطناعي دون الاستغناء عن الدور البشري، وتعكس الحاجة إلى أن التقنية تدفع بصناعة المحتوى الإعلامي نحو مستقبل أكثر اعتماداً على أدوات الذكاء الاصطناعي دون الاستغناء عن الدور البشري.

تؤكد هذه النتائج أن الصحفيين يتفاعل يقومون باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ومنها تقنية شات جي بي تي في صناعة المحتوى، ويدرك أهمية استخدام الصحفيين لأدوات الذكاء الاصطناعي ومنها تقنية شات جي بي تي في صناعة المحتوى.

اختبار فرضيات الدراسة:

ولاختبار الفرضية الرئيسية الأولى تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد حيث تم وضع المتغيرات بطريقة Enter، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (7): نتائج اختبار أثر تقنية ChatGPT في صناعة المحتوى

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β) قيمة المحسوبة	T	مستوى الدلالة Sig.
صناعة المحتوى	تقنية chat JPT	0.178	1.935	0.055
R = 0.595 $R^2 = 0.354$ F = 13.283 Sig. = 0.000				

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد الموضحة في الجدول (7) إلى أن تأثير تقنية ChatGPT تفسر نسبة معتدلة من التغير في صناعة المحتوى، حيث بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.354$)، مما يدل على أن 35.4% من التغيرات في صناعة المحتوى يمكن تفسيرها من خلال اختبار الفرضيات، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتم تضمينها في النموذج. كما أن قيمة ($F = 13.283$) ومستوى الدلالة ($\text{Sig.} = 0.000$) تؤكد معنوية النموذج ككل، مما يشير إلى وجود تأثير واضح لتقنية ChatGPT على صناعة المحتوى. وقد تم إخضاع الفرضيات المتفرعة من هذه الفرضية إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط وذلك على النحو التالي:

- H_{01-1} : يستخدم معظم الصحفيين العراقيين تقنية ChatGPT في إعداد المحتوى الصحفي.

جدول (8): نتائج اختبار أن هناك علاقة إيجابية بين الصحفيين العراقيين تقنية ChatGPT في إعداد المحتوى الصحفي

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار (β) قيمة المحسوبة	T	مستوى الدلالة Sig.
إعداد المحتوى الصحفي	تقنية Chat JPT	0.437	5.433	0.000
r = 0.437 $r^2 = 0.191$ F = 29.521 Sig. = 0.000				

تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (8) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتقنية ChatGPT على إعداد المحتوى الصحفي، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار ($\beta = 0.437$) مما يدل على وجود تأثير إيجابي معتدل. كما أن قيمة T المحسوبة (5.433) ومستوى الدلالة ($\text{Sig.} = 0.000$) تشير إلى أن التأثير معنوي عند مستوى دلالة (0.05)، مما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية (H_{01-1}) التي تنص على عدم وجود أثر دال

إحصائياً. إضافةً إلى ذلك، فإن معامل التحديد ($r^2 = 0.191$) يوضح أن تقنية ChatGPT يفسر حوالي (19.1%) من التغير في إعداد المحتوى الصحفي، بينما تشير قيمة ($F(29.521)$) إلى قوة النموذج الإحصائي المستخدم.

- H_{01-2} : يساهم استخدام تقنية ChatGPT في تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي.

جدول (9): نتائج اختبار أثر استخدام تقنية ChatGPT في تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار قيمة المحسوبة (β)	T مستوى الدلالة Sig.
تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي	تقنية Chat JPT.	0.382	4.628 0.000
Sig. = 0.000 F = $r^2 = 0.146$ r = 0.382			

تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (9) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتقنية ChatGPT على تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي، حيث بلغ معامل الانحدار ($\beta = 0.382$)، مما يدل على وجود تأثير إيجابي، وإن كان بدرجة أقل مقارنة بالتقنية Chat JPT. كما أن قيمة T المحسوبة (4.628) ومستوى الدلالة (Sig. = 0.000) تشير إلى أن التأثير معنوي عند مستوى دلالة (0.05)، مما يستدعي رفض الفرضية الصفرية التي تفترض عدم وجود أثر. إضافةً إلى ذلك، يوضح معامل التحديد ($r^2 = 0.146$) أن تقنية ChatGPT يفسر حوالي (14.6%) من التغير في تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي مما يعني أن هناك عوامل أخرى قد تؤثر بشكل أكبر على تحسين جودة ودقة المحتوى الصحفي العراقي.

- H_{01-3} : يساهم استخدام تقنية ChatGPT في تقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى الصحفي وتحسين الإنتاجية.

جدول (8): نتائج اختبار أن استخدام تقنية ChatGPT في تقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى الصحفي وتحسين الإنتاجية

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الانحدار قيمة (β)	T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig.
تقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى الصحفي وتحسين الإنتاجية	تقنية Chat JPT	0.437	5.433	0.000
Sig. = 0.000 F = 29.521 $r^2 = 0.191$ r = 0.437				

تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط الموضحة في الجدول (8) إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتقنية ChatGPT على تقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى الصحفي وتحسين الإنتاجية، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار ($\beta = 0.437$) مما يدل على وجود تأثير إيجابي معتدل. كما أن قيمة T المحسوبة (5.433) ومستوى الدلالة (Sig. = 0.000) تشير إلى أن التأثير معنوي عند مستوى دلالة (0.05)، مما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية ($H_0: 1-1$) التي تنص على عدم وجود أثر دال إحصائيًا. إضافةً إلى ذلك، فإن معامل التحديد ($r^2 = 0.191$) يوضح أن تقنية ChatGPT يفسر حوالي (19.1%) من التغير في تقليل الوقت اللازم لإعداد المحتوى الصحفي وتحسين الإنتاجية، بينما تشير قيمة F (29.521) إلى قوة النموذج الإحصائي المستخدم.

الاستنتاجات

1. أظهرت نتائج التوزيع الديموغرافي أن نسبة الذكور بلغت 80.3% من إجمالي العينة، مما يشير إلى تفوق الذكور في استخدام أو التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في السياق الصحفي العراقي، مقارنة بنسبة 19.7% فقط للإناث.
2. أوضحت النتائج أن 50% من الصحفيين لا يستخدمون ChatGPT، بينما يستخدمه 32% فقط بانتظام، و18% يستخدمونه "إلى حد ما"، مما يدل على أن هذه التقنية لم تُدمج بعد على نطاق واسع في بيئة العمل الصحفي العراقي.
3. بلغ المتوسط الحسابي لاستخدام الصحفيين العراقيين لتقنية ChatGPT 3.294، مما يشير إلى وجود اعتماد متوسط على التقنية في الأنشطة الصحفية اليومية.

4. حصلت الفقرة التي تنص على "أستخدم ChatGPT في التحقق من المعلومات وتدقيق الحقائق" على أعلى متوسط حسابي بلغ 3.92، مما يدل على أن استخدام التقنية في التدقيق الصحفي والتحقق من الحقائق هو الاستخدام الأكثر شيوعاً بين الصحفيين.
5. سجلت الفقرة التي تنص على أهمية استخدام ChatGPT بوعي نقدي أدنى متوسط بلغ 2.70، وهو مؤشر على ضعف الوعي التحكيمي عند استخدام التقنية، مما يستدعي تعزيز التدريب الإعلامي الأخلاقي في هذا السياق.
6. أظهرت النتائج أن الفقرة المتعلقة بأن ChatGPT ساهم في تحسين جودة المحتوى الصحفي حصدت أعلى تقييم ضمن محور "صناعة المحتوى"، بمتوسط 3.95، مما يؤكد إدراك الصحفيين للفائدة النوعية لهذه التقنية.
7. حصلت الفقرة التي تفيد بأن ChatGPT ساهم في إدارة أكثر من قصة صحفية في وقت واحد على متوسط 3.83، مما يعكس تأثير التقنية في تعزيز الإنتاجية وإدارة الوقت.
8. كشف تحليل الانحدار الخطي أن هناك علاقة إيجابية معتدلة بين استخدام ChatGPT وجودة المحتوى، حيث بلغ معامل الانحدار $\beta = 0.382$ وقيمة $T = 4.628$ عند دلالة إحصائية قوية (Sig. = 0.000).
9. تشير نتائج الفرضية 3-1 Ho إلى أن ChatGPT يفسر حوالي 19.1% من التغير في تقليل الوقت وتحسين إنتاجية العمل الصحفي، مما يعزز أهمية التقنية في تسريع الدورة الإنتاجية للخبر.
10. أظهرت نتائج اختبار الانحدار المتعدد أن المتغير المستقل (استخدام ChatGPT) يفسر 35.4% من التغير في صناعة المحتوى، وهو ما يعكس وجود تأثير معنوي واضح للتقنية في تحسين الأداء الصحفي.

المقترحات

1. ضرورة تنفيذ برامج تدريبية موجهة للصحفيين العراقيين حول كيفية الاستخدام الأمثل لتقنية ChatGPT وغيرها من تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما يعزز كفاءتهم في توظيفها دون المساس بالمهنية الصحفية.

2. أوصت الدراسة بضرورة ترسيخ مفاهيم التفكير النقدي والتحكيم المهني عند استخدام ChatGPT، لتفادي نقل معلومات مغلوطة أو خاضعة للتحييزات البرمجية، كما أظهرت النتائج ضعف هذا الجانب.
3. تشجيع غرف الأخبار على اعتماد ChatGPT ضمن منظومة تحرير المحتوى، خاصة في مراحل البحث الأولى والتحقق من المعلومات، مع الاحتفاظ بالتحرير النهائي البشري.
4. تطوير دليل إرشادي أو ميثاق مهني خاص باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، لتحديد المعايير الأخلاقية وحدود الاستخدام المسموح به.
5. بالنظر إلى تفاوت الاستخدام بين الذكور والإناث، يُوصى بتشجيع الصحفيات على استكشاف وتوظيف الأدوات الرقمية في العمل الصحفي، لتحقيق توازن نوعي يعكس تنوع وجهات النظر.
6. التأكيد على أن ChatGPT يُعد أداة مساعدة لا بديلاً عن الخبرة الصحفية البشرية، ويجب استخدامه كمكمل يعزز الإنتاجية والجودة دون أن يضعف مهارات التحرير والبحث.
7. تطوير محتوى تعليمي رقمي ضمن كليات الإعلام والنقابات الصحفية يُركز على استخدام الذكاء الاصطناعي في الكتابة، وإدخال هذا المحور ضمن المناهج الدراسية.
8. تشجيع الصحفيين على استخدام ChatGPT في تطوير تقنيات السرد الصحفي (Storytelling) وصياغة تقارير معمقة، كما أظهرت النتائج أهمية هذه المهارات في زيادة التفاعل مع الجمهور.
9. تشجيع الصحفيين على استثمار مخرجات الذكاء الاصطناعي لتوليد محتوى قابل للتخصيص حسب اهتمامات فئات الجمهور المستهدف، بما يعزز الانتشار الرقمي عبر المنصات المختلفة.
10. دعوة الباحثين والمؤسسات الأكاديمية لإجراء دراسات أكثر تفصيلاً حول العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي والمحتوى الإخباري، مع التركيز على المتغيرات النوعية (مثل النوع الاجتماعي، التخصص، سنوات الخبرة).

مراجع

- Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its Nature, Scope, Limits, and Consequences. *Minds and Machines*, pp. 681–694.
- Kacena, M. A., Plotkin, L., & Fehrenbacher, J. (2024). The Use of Artificial Intelligence in Writing Scientific Review Articles.
- أحمد علي أحمد محمد الزهراني. (2024). استخدام تقنية ChatGPT في تطوير المحتوى الإعلامي بالتطبيق على العاملين في المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*.
- رندا علي عبد الحسيب. (2025). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي Chat GPT-Gemini Genesis في الإنتاج الصحفي وانعكاسها على الممارسين الصحفيين " دراسة استكشافية". *المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع*، 30، الصفحات 75-180.
- سوزان صلاح محمد. (2023). استخدام تشات جي بي تي ChatGPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم العملية التعليمية.
- شهد عبد الله صالح المطرفي. (2024). الآثار المترتبة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي على النشر العلمي: ChatGPT نموذجاً. *الدوحة: جمعية المكتبات المتخصصة، المؤتمر والمعرض السنوي السابع والعشرون لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي: توظيف التقنيات الذكية في بيئة المكتبات المتخصصة ومؤسسات المعلومات*.
- عبد الملك ردمان الدنانى، عمر بن عمر، و خالد عبدالله أحمد درار. (2024). أوجه استخدامات تطبيق شات جي بي تي في المجال الإعلامي: دراسة استكشافية. *مجلة بحوث العلاقات العامة*، الصفحات 47-77.
- محمد سيد. (23 ديسمبر، 2022). ما هو ChatGPT شات جي بي تي؟ كيف تستخدمه؟ كيف تستفيد منه؟ تم الاسترداد من صدى التقنية: <https://tech-echo.com/what-is-chatgpt-how-work-use-benefits>

هندي، أسامة (٢٠٢٢). فاعلية برنامج قائم على روبوتات الدردشة التفاعلية Chatpot لتنمية بعض مهارات الفهرسة المقروءة حاليا مارك ٢١ لدى طلاب المكتبات وتكنولوجيا التعليم جامعة الأزهر المجلة المصرية لعلوم المعلومات، مج ٩، ع ٢ أكتوبر ٢٠٢٢.

البحيري، شيرين عبدالحفيظ عبدالقادر. (2024). استخدامات القائمين بالاتصال لتطبيق Chat GPT وتأثيراته عليه، المجلة العلمية لبحوث الصحافة.

المطرفي، شهد عبد الله صالح. (2024). الآثار المترتبة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي على النشر العلمي ChatGPT: نموذجاً، المؤتمر والمعرض السنوي السابع والعشرون لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي : توظيف التقنيات الذكية في بيئة المكتبات المتخصصة.