

اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية وعلاقتها بالمصداقية المدركة (دراسة مسحية)

م.م. احمد ناظم فارس الرميض
الإدارة والاعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الأديان والمذاهب، إيران

المخلص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وقياس مستوى المصداقية المدركة لهذه الأخبار، فضلاً عن تحديد مستوى المعرفة بالتطبيقات الذكية ومتطلبات الشفافية والإشراف البشري والمخاوف المرتبطة بها. وانطلقت الدراسة من تساؤل رئيس مفاده: ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وما علاقتها بالمصداقية المدركة لديه؟ واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، مستخدمة الاستبانة أداة لجمع البيانات، وطُبقت على عينة غير احتمالية متاحة قوامها (100) مبحوث من الجمهور العراقي المتابع للأخبار التلفزيونية. وأظهرت النتائج وجود اتجاه إيجابي نحو توظيف الذكاء الاصطناعي بمتوسط بلغ (3.66)، ومستوى مرتفع نسبياً من المصداقية المدركة بمتوسط (3.45)، فيما سجل محور الشفافية والإشراف البشري أعلى متوسط بلغ (4.14)، وبلغ متوسط المخاوف المهنية والأخلاقية (3.99). كما كشفت النتائج عن علاقة موجبة دالة إحصائياً بين الاتجاه نحو توظيف الذكاء الاصطناعي والمصداقية المدركة، وعلاقة موجبة بين معرفة الجمهور بهذه التقنيات واتجاهه نحو استخدامها. وخلصت الدراسة إلى أن تقبل الجمهور للذكاء الاصطناعي يمثل قبولاً مشروطاً بالشفافية والمراجعة البشرية واستمرار المسؤولية التحريرية للمؤسسة الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الجمهور العراقي، الأخبار التلفزيونية، الاتجاهات، المصداقية المدركة.

Iraqi Audiences' Attitudes Toward the Use of Artificial Intelligence Technologies in Television News Production and Their Relationship to Perceived Credibility (A Survey Study)

Ahmed Nazim Faris Al-Rumaidh

Management and Media, Faculty of Social Sciences, University of Religions and Denominations, Iran

ABSTRACT

This study aimed to explore Iraqi audiences' attitudes toward the use of artificial intelligence technologies in television news production and to measure the perceived credibility of such news. It also sought to identify the audience's level of knowledge about AI applications, the requirements of transparency and human oversight, and the associated concerns. The study addressed the following main question: What are Iraqi audiences' attitudes toward the use of artificial intelligence technologies in television news production, and how are these attitudes related to their perceived credibility? The study employed the survey method and used a questionnaire to collect data from a non-probability convenience sample of 100 Iraqi television news viewers. The experimental results revealed positive attitudes toward the use of artificial intelligence, with a mean score of 3.66, and a relatively high level of perceived credibility, with a mean score of 3.45. Transparency and human oversight recorded the highest mean score of 4.14, while professional and ethical concerns recorded a mean score of 3.99. The findings also showed a statistically significant positive relationship between attitudes toward AI use and perceived credibility, as well as a positive relationship between audiences' knowledge of AI technologies and their attitudes toward their use. The study concluded that public acceptance of artificial intelligence is conditional upon transparency, human review, and the continued editorial responsibility of media organizations.

Keywords: artificial intelligence, Iraqi audiences, television news, attitudes, perceived credibility.

المقدمة

أصبح الذكاء الاصطناعي من التقنيات المؤثرة في صناعة الأخبار، إذ دخل في جمع المعلومات وتحليل البيانات وكتابة النصوص وترجمتها والتحقق منها، فضلاً عن إنتاج الصور والأصوات واستخدام المذيعين الافتراضيين. وقد أسهم هذا التطور في تسريع العمل الإخباري وتحسين كفاءته، لكنه أثار تساؤلات مهنية وأخلاقية تتعلق بالدقة والشفافية والمسؤولية التحريرية ومستقبل الدور البشري في غرف الأخبار (Dörr, 2016). وترداد أهمية هذه التساؤلات في الأخبار التلفزيونية؛ لأنها تجمع بين الصورة والصوت والنص، وتمتلك قدرة كبيرة على التأثير في إدراك الجمهور للأحداث. كما أن استخدام المحتوى المولد أو المعدل بالذكاء الاصطناعي قد ينعكس على ثقة الجمهور بالخبر، ولا سيما مع تصاعد مخاطر التزييف العميق وصعوبة التمييز بين المحتوى الحقيقي والمصطنع.

وفي ضوء ذلك، يسعى هذا البحث إلى التعرف على اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، والكشف عن علاقتها بالمصداقية المدركة، فضلاً عن بيان مستوى معرفة الجمهور بهذه التقنيات ومخاوفه المرتبطة باستخدامها، بما يسهم في تقديم مؤشرات تساعد المؤسسات التلفزيونية على توظيف الذكاء الاصطناعي ضمن ضوابط مهنية وأخلاقية تحافظ على ثقة الجمهور.

الاطار المنهجي

أولاً- مشكلة الدراسة

أدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية إلى تغير عدد من مراحل العمل الإخباري، بدءاً من جمع المعلومات وتحليل البيانات، مروراً بكتابة النصوص والترجمة والتدقيق، وصولاً إلى إنتاج الصور والأصوات واستخدام المذيعين الافتراضيين. وعلى الرغم من إسهام هذه التقنيات في زيادة سرعة الإنتاج وتطوير أساليب تقديم الأخبار، فإنها تثير إشكالات ترتبط بدقة المحتوى وموضوعيته، ووضوح مصادره، والإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن المسؤولية المهنية ومستوى الإشراف البشري على المواد المنتجة ألياً.

وتكتسب هذه الإشكالات أهمية خاصة في ضوء ارتباط فاعلية الأخبار التلفزيونية بثقة الجمهور بها وإدراكه لمصداقيتها، إذ قد يختلف تقويم الجمهور للخبر تبعاً لطبيعة استخدام الذكاء الاصطناعي ودرجة تدخل الصحفي في إنتاجه ومراجعته. كما أن محدودية البيانات الميدانية المتعلقة بمواقف الجمهور العراقي تجعل من الضروري التعرف على مستوى معرفته بهذه التقنيات واتجاهاته نحو استخدامها ومدى ثقته بالأخبار التي تدخل في إنتاجها. وعليه، تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وما علاقتها بالمصداقية المدركة لديه؟

ثانياً- تساؤلات الدراسة:

1. ما مستوى معرفة الجمهور بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية؟
2. ما اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف هذه التقنيات؟
3. ما مستوى المصداقية المدركة للأخبار التلفزيونية المدعومة بالذكاء الاصطناعي؟
4. ما مستوى إدراك الجمهور لمتطلبات الشفافية والإشراف البشري والمخاوف المرتبطة بهذا الاستخدام؟
5. ما طبيعة العلاقة والفروق بين متغيرات الدراسة؟

ثالثاً- أهمية البحث

تنبع أهمية الدراسة من تناولها موضوعاً حديثاً يجمع بين دراسات الجمهور والإنتاج الإخباري التلفزيوني وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وكشفها العلاقة بين اتجاهات الجمهور العراقي نحو استخدام هذه التقنيات وإدراكه

لمصادقية الأخبار. كما توفر مؤشرات تساعد القنوات التلفزيونية على التعرف إلى مواقف جمهورها ومخاوفه، وتحديد الاستخدامات المقبولة، ووضع سياسات واضحة للإفصاح والمراجعة البشرية والتحقق التحريري، بما يحقق الاستفادة من التقنيات الحديثة مع المحافظة على ثقة الجمهور.

رابعاً- أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

1. تحديد مستوى معرفة الجمهور بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية.
2. معرفة اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف هذه التقنيات.
3. تحديد مستوى المصادقية المدركة للأخبار التلفزيونية المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
4. معرفة مستوى إدراك الجمهور لمتطلبات الشفافية والإشراف البشري والمخاوف المرتبطة بهذا الاستخدام.
5. تحديد طبيعة العلاقة والفروق بين متغيرات الدراسة.

خامساً- فرضيات البحث

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية ومستوى المصادقية المدركة لديه.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى معرفة الجمهور بتقنيات الذكاء الاصطناعي واتجاهاته نحو استخدامها في إنتاج الأخبار التلفزيونية.
3. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لوجود الإشراف البشري على المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي ومستوى المصادقية المدركة.
4. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لشفافية القنوات في الإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى المصادقية المدركة.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية: الجنس، والعمر، والتحصيل الدراسي.
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المصادقية المدركة تبعاً لكثافة متابعة الأخبار التلفزيونية ومستوى معرفة الجمهور بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

سادساً- منهج البحث وإجراءاته

أ- نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظواهر الإعلامية وتفسير العلاقات القائمة بين متغيراتها. ويعتمد المنهج المسحي بوصفه المنهج الملائم لجمع بيانات كمية عن اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية ومستوى المصادقية المدركة لديه. ويتيح المنهج المسحي قياس المعرفة والاتجاهات ومستويات القبول والثقة، فضلاً عن اختبار العلاقات بين المتغيرات والكشف عن الفروق بين فئات الجمهور وفق خصائصها الديموغرافية وأنماط تعرضها للأخبار التلفزيونية.

ب- مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث في الجمهور العراقي البالغ من العمر 18 سنة فأكثر، ممن يتابعون الأخبار عبر القنوات التلفزيونية العراقية أو العربية، ولديهم معرفة أولية بمفهوم الذكاء الاصطناعي أو سبق لهم التعرض لمحتوى إعلامي تدخلت تقنياته في إنتاجه.

سابعا- عينة البحث

نظراً إلى اتساع مجتمع الجمهور العراقي وتعذر إعداد إطار شامل بجميع مفرداته، اعتمد البحث عينة غير احتمالية متاحة من الجمهور العراقي المتابع للأخبار التلفزيونية، بلغ قوامها 100 مبحوث، جرى الوصول إليهم وتوزيع الاستبانة عليهم خلال مدة إجراء الدراسة.

ثامنا- أداة البحث

يعتمد البحث على الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات، لملاءمتها لطبيعة الدراسة المسحية وإمكان استخدامها في قياس الاتجاهات والمصادقية المدركة.

تاسعا- حدود البحث

1. الحدود الموضوعية

يقتصر البحث على اتجاهات الجمهور نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وعلاقة تلك الاتجاهات بالمصادقية المدركة، ولا يتناول استخدام الذكاء الاصطناعي في البرامج الدرامية أو الترفيهية أو الإعلانية إلا بالقدر الذي يساعد في توضيح المفهوم.

2. الحدود المكانية

محافظات جمهورية العراق،

3. الحدود الزمنية

تحدد بمدة إجراء الدراسة الميدانية وتوزيع الاستبانة وجمع بياناتها، وثبتت تواريخها بدقة بعد تنفيذ التطبيق.

عاشرا- تحديد المفاهيم

1. الاتجاهات

تُعرّف الاتجاهات بأنها استعداد نفسي مكتسب يتجسد في تقييم الفرد لموضوع معين بصورة إيجابية أو سلبية، ويتكون من جوانب معرفية ووجدانية وسلوكية تؤثر في استجابته وموقفه من ذلك الموضوع (Ajzen, 2005) وتُعرّف إجرائياً في هذا البحث بأنها:

الدرجة الكلية التي يحصل عليها المبحوث من إجاباته عن فقرات مقياس الاتجاه نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، بما تتضمنه من مكونات معرفية ووجدانية وسلوكية.

2. تقنيات الذكاء الاصطناعي

يشير نظام الذكاء الاصطناعي إلى نظام قائم على الآلة يستنتج، انطلاقاً من المدخلات التي يتلقاها، كيفية إنتاج مخرجات مثل التنبؤات أو المحتوى أو التوصيات أو القرارات التي يمكن أن تؤثر في بيئات مادية أو افتراضية، مع تفاوت هذه الأنظمة في مستويات الاستقلالية والقدرة على التكيف بعد التشغيل (Development, 2024) وتُعرّف تقنيات الذكاء الاصطناعي إجرائياً بأنها التطبيقات المستخدمة في جمع الأخبار التلفزيونية وتحليل بياناتها، وكتابة نصوصها وتحريرها وترجمتها والتحقق منها، فضلاً عن توليد الصور والأصوات والرسوم واستخدام المذيعين الافتراضيين.

3. الأخبار التلفزيونية

تُعرّف الأخبار التلفزيونية بأنها خطاب إعلامي سمعي بصري يُنتج وفق قواعد مهنية وتحريرية، ويجمع بين اللغة المنطوقة والصورة والصوت والمواد المصورة لتقديم معلومات عن الأحداث الجارية إلى الجمهور عبر النشرات والبرامج الإخبارية (Montgomery, 2007)

ويُقصد بها إجرائياً بأنها الأخبار التي تدخل تقنيات الذكاء الاصطناعي في مرحلة أو أكثر من مراحل إنتاجها، سواء في جمع المعلومات أو تحليلها أو التحرير أو الترجمة أو التحقق أو إنتاج العناصر المرئية والصوتية أو التقديم.

4. المصادقية المدركة

تُعرف المصادقية المدركة بأنها الحكم الذي يكونه المتلقي بشأن مدى دقة الرسالة الإعلامية وموثوقيتها وقابليتها للتصديق. وتمثل الدقة والموثوقية وقابلية التصديق الأبعاد الأساسية لقياس مصادقية الرسالة الإعلامية كما يدرکها الجمهور (Appelman & Sundar, 2016). وتُعرف إجرائياً بأنها الدرجة التي يمنحها المبحوث للأخبار التلفزيونية التي تدخل تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاجها، وفق مؤشرات الدقة والموثوقية والموضوعية والتوازن وقابلية التصديق ووضوح المصدر والشفافية.

الإطار النظري

أولاً: الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية

بدأ توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من خلال تنفيذ مهام محدودة ومتكررة، مثل معالجة البيانات العددية وإنتاج الأخبار الاقتصادية والرياضية والطقسية، ثم اتسع نطاقه ليشمل اقتراح الموضوعات والعناوين، وتلخيص النصوص، والترجمة، وتفرغ المقالات، والتحقق من المواد المنشورة، وتخصيص الأخبار وفق اهتمامات الجمهور. ومع ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، أصبحت الأنظمة قادرة على إنشاء نصوص وصور وأصوات ومقاطع مرئية تحاكي المحتوى المنتج بشرياً، الأمر الذي وسّع مجالات استخدامها ورفع في الوقت نفسه مستوى التحديات المهنية والأخلاقية المصاحبة لها. ولا يعني استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الاستغناء الكامل عن الصحفي؛ إذ تتدرج مستويات التوظيف من استخدام التقنية بوصفها أداة مساعدة، إلى المشاركة بين الإنسان والنظام الذكي، وصولاً إلى الإنتاج الآلي بدرجة كبيرة. ويُعد هذا التمييز ضرورياً لأن اتجاه الجمهور نحو المحتوى يختلف بحسب مستوى تدخل التقنية وجود الإشراف البشري. فقد أظهر تقرير معهد رويترز أن تقبل الجمهور يرتفع عندما يقود الصحفي عملية الإنتاج ويستخدم الذكاء الاصطناعي للمساعدة، وينخفض عندما يُنتج الخبر بالكامل بواسطة النظام الآلي (Simon et al., 2025).

1. تطور توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار

ارتبطت المراحل الأولى من أتمتة الأخبار باستخدام خوارزميات تحول البيانات المنظمة إلى نصوص إخبارية قصيرة، ولا سيما في المجالات التي تعتمد على الأرقام والنتائج المتكررة. وأطلق على هذا النمط عدد من المصطلحات، مثل الصحافة المؤتمتة وصحافة الروبوت والصحافة الخوارزمية. وقد أسهمت هذه التطبيقات في إنتاج أعداد كبيرة من الأخبار خلال وقت قصير، وتقليل الأخطاء المرتبطة بنقل الأرقام، وإتاحة الفرصة للصحفيين للاهتمام بالمهام التي تحتاج إلى تفسير وتحليل.

2. مجالات توظيفه في إنتاج الأخبار التلفزيونية

أ. جمع المعلومات وتحليلها والتحقق منها

تساعد الأنظمة الذكية في متابعة مصادر متعددة، وفرز كميات كبيرة من البيانات، واكتشاف الموضوعات والاتجاهات المتداولة، وتنبيه غرف الأخبار إلى الأحداث المستجدة. كما يمكن استخدامها في تنظيم الوثائق والبحث داخل الأرشفة وتصنيف المواد وفق موضوعاتها. وتوفر هذه التطبيقات سرعة في الوصول إلى المعلومات، لكنها لا تلغي ضرورة التحقق من المصدر والسياق؛ لأن النظام قد يجمع معلومات غير دقيقة أو يعيد إنتاج محتوى مضلل موجود أصلاً على الإنترنت.

ب. كتابة الأخبار وتحريرها وترجمتها

يمكن لتطبيقات معالجة اللغة الطبيعية والذكاء الاصطناعي التوليدي إعداد مسودات الأخبار، وإعادة صياغة النصوص، واقتراح العناوين، واختصار التقارير، وتصحيح الأخطاء اللغوية. وتكون هذه التطبيقات أكثر فاعلية

في الأخبار المبنية على بيانات واضحة، بينما تظل الأخبار السياسية والأمنية والقضايا الحساسة بحاجة أكبر إلى التحقق والتحرير البشري.

د. إنتاج الصور والاصوات والتقديم الافتراضي

يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء رسوم توضيحية وخرائط ومواد بصرية ومحاكاة مشاهد يصعب تصويرها. وقد تكون هذه الإمكانيات مفيدة في تفسير البيانات أو إعادة بناء الأحداث، لكنها تثير إشكالات عندما ينتج النظام صوراً واقعية لم تقع في الحقيقة أو عندما لا توضع علامة واضحة تبيّن طبيعتها الاصطناعية. وتزداد خطورة ذلك في الأخبار التلفزيونية بسبب قوة الصورة في التأثير والإقناع؛ إذ قد يتعامل المشاهد مع المادة المرئية بوصفها دليلاً واقعياً، حتى عندما تكون مولدة أو معدلة تقنياً (Simon et al., 2025)

3. التحديات المهنية والأخلاقية

يثير توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية تحديات مهنية وأخلاقية، أبرزها احتمال إنتاج معلومات غير دقيقة أو مختلقة، وإمكان استخدامه في توليد صور وأصوات ومقاطع مزيفة يصعب على الجمهور اكتشافها. كما قد تعيد الأنظمة الذكية إنتاج التحيزات الموجودة في بيانات تدريبها، بما يؤثر في موضوعية المحتوى وتوازنه، فضلاً عن غموض المسؤولية المهنية عند وقوع الأخطاء وتعدد الأطراف المشاركة في إنتاج الخبر. لذلك يتطلب استخدام هذه التقنيات إخضاع مخرجاتها للتحقق والتحرير البشري، مع بقاء المؤسسة الإعلامية مسؤولة عن المحتوى الذي تنشره (UNESCO, 2021)

ثانياً: اتجاهات الجمهور نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الأخبار التلفزيونية

1. ابعاد اتجاهات الجمهور:

تتكون اتجاهات الجمهور نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية من ثلاثة أبعاد:

1. **البعد المعرفي:** ويتمثل في معرفة الجمهور بتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجالات استخدامها في إنتاج الأخبار.

2. **البعد الوجداني:** ويتعلق بمشاعر الثقة أو القلق والارتياح أو التخوف من هذه التطبيقات.

3. **البعد السلوكي:** ويشير إلى استعداد الجمهور لمشاهدة الأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي أو الاستمرار في متابعتها ومشاركتها.

ويساعد هذا التقسيم في بناء مقياس متكامل للاتجاهات، بدل الاختصار على سؤال الجمهور عما إذا كان يؤيد استخدام الذكاء الاصطناعي أو يعارضه.

2. العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور

تتأثر اتجاهات الجمهور نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الأخبار التلفزيونية بمستوى معرفته بهذه التقنية وبنوع التطبيق المستخدم. فكلما ازدادت معرفة الجمهور بوظائف الذكاء الاصطناعي وحدود قدراته، أصبح أكثر قدرة على تقييم استخدامه بعيداً عن التصورات المبالغ فيها. كما يختلف القبول بحسب طبيعة التطبيق؛ إذ قد يكون الجمهور أكثر تقبلاً للاستخدامات المساندة، مثل الترجمة والتدقيق وتحليل البيانات، وأقل تقبلاً للتطبيقات التي تحل ظاهرياً محل الصحفي، مثل المذيعين الافتراضيين وتوليد الصور الواقعية (Simon et al., 2025)

ويتأثر موقف الجمهور كذلك بوجود الإشراف البشري والثقة السابقة بالقناة التلفزيونية؛ فمعرفة المشاهد بأن صحفياً مختصاً راجع المادة وتحقق من معلوماتها قد تقلل مخاوفه من الأخطاء والتضليل. كما تمتد الثقة التي كوّنها الجمهور سابقاً بالقناة إلى تقويمه للتقنيات التي تستخدمها، لذلك لا تتحدد الاتجاهات بخصائص الذكاء الاصطناعي وحدها، بل بسمعة المؤسسة وشفافيتها وتحملها المسؤولية عن المحتوى المنشور.

ثالثاً: المصادقية المدركة للأخبار التلفزيونية

1. أبعاد المصادقية في الدراسة

تحدد المصادقية المدركة للأخبار التلفزيونية في مجموعة أبعاد مترابطة، تشمل دقة المعلومات وخلوها من الأخطاء، وموضوعية عرض الأحداث وتوازنها، وموثوقية الخبر ومصادره، وقابليته للتصديق من جانب الجمهور. وفي الأخبار التي تدخل تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاجها، تبرز كذلك أهمية الشفافية في الإفصاح عن استخدام هذه التقنيات، ووجود إشراف بشري يضمن مراجعة المحتوى وتحمل المؤسسة الإعلامية مسؤوليته. وتستند الدراسة في قياسها الأساسي للمصادقية إلى أبعاد الدقة والموثوقية وقابلية التصديق التي تضمنها مقياس Appelman and Sundar (2016)، مع إضافة الموضوعية والشفافية والإشراف البشري بما يتلاءم مع طبيعة موضوع البحث.

2. العلاقة بين الاتجاهات والمصادقية المدركة

يمكن توقع علاقة متبادلة بين اتجاهات الجمهور والمصادقية؛ فكلما أدرك الجمهور أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين الدقة والسرعة والتحقق، أصبحت اتجاهاته أكثر إيجابية. وفي المقابل، كلما ارتبطت التقنية لديه بالأخطاء والتزييف والغموض، انخفض تقديره لمصادقية الأخبار وأصبحت اتجاهاته أكثر سلبية. كما تتدخل في هذه العلاقة عوامل أخرى، من أبرزها:

- مستوى معرفة الجمهور بالذكاء الاصطناعي .
- نوع التطبيق المستخدم في إنتاج الخبر .
- وجود مراجعة بشرية .
- الإفصاح عن المحتوى المولد آلياً .
- طبيعة الموضوع الإخباري .
- الثقة السابقة بالقناة التلفزيونية .
- قدرة الجمهور على التمييز بين المحتوى الواقعي والمولد .

الاطار الميداني للدراسة

أولاً- النتائج العامة لمحاوَر الدراسة

أ- عينة الدراسة

بلغ حجم العينة (100) مبحوث من الجمهور العراقي، وتوزعت وفق متغيرات الجنس والعمر والتحصيل الدراسي ومنطقة الإقامة كما يأتي:

جدول 1 توزيع أفراد العينة وفق المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	60	60%
	أنثى	40	40%
المجموع		100	100%
العمر	18-24 سنة	29	29%
	25-34 سنة	26	26%
	35-44 سنة	16	16%
	45-54 سنة	17	17%
	55 سنة فأكثر	12	12%

100%	100	المجموع
15%	15	التحصيل الدراسي
21%	21	إعدادية فما دون
45%	45	دبلوم
19%	19	بكالوريوس
		دراسات عليا
100%	100	المجموع
22%	22	منطقة الإقامة
24%	24	بغداد
31%	31	الفرات الأوسط
13%	13	المحافظات الجنوبية
10%	10	المحافظات الوسطى والشمالية
		إقليم كردستان
100%	100	المجموع

يبين الجدول أن الذكور شكلوا 60% من العينة مقابل 40% للإناث. كما جاءت الفئة العمرية من 18 إلى 24 سنة أولاً بنسبة 29% ، تلتها فئة 25-34 سنة بنسبة 26% وظهر حملة شهادة البكالوريوس بوصفهم الفئة الأكبر بنسبة 45% ، في حين حققت المحافظات الجنوبية أعلى تمثيل مكاني بنسبة 31% ويكشف هذا التوزيع عن تنوع مقبول في خصائص أفراد العينة، مع ارتفاع نسبي في تمثيل الشباب وحملة الشهادات الجامعية.

ب. نتائج متابعة الأخبار التلفزيونية

جدول 2 استجابات العينة عن متابعة الأخبار التلفزيونية

المتوسط	أبداً	نادرًا	أحياناً	غالبًا	دائمًا	الفقرة	ت
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
3.42	0	16	36	38	10	أتابع النشرات الإخبارية التي تبثها القنوات التلفزيونية	1
	(0%)	(16%)	(36%)	(38%)	(10%)		
3.41	1	14	40	33	12	أتابع البرامج الإخبارية والتحليلية التلفزيونية	2
	(1%)	(14%)	(40%)	(33%)	(12%)		
3.45	2	11	44	26	17	أتابع أخبار القنوات التلفزيونية عبر صفحاتها في مواقع التواصل الاجتماعي	3
	(2%)	(11%)	(44%)	(26%)	(17%)		
3.24	2	18	41	32	7	أتابع الأخبار العاجلة التي تنشرها القنوات التلفزيونية عبر منصاتها الرقمية	4
	(2%)	(18%)	(41%)	(32%)	(7%)		
3.38	المتوسط العام للمحور						

يتضح أن متابعة أخبار القنوات التلفزيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت أولاً بمتوسط 3.45، إذ بلغت نسبة من يتابعونها دائماً أو غالباً 43% وجاءت متابعة النشرات الإخبارية ثانياً بمتوسط 3.42، ثم البرامج الإخبارية والتحليلية بمتوسط 3.41. أما متابعة الأخبار العاجلة عبر المنصات الرقمية فجاءت أخيراً بمتوسط 3.24. ويشير المتوسط العام البالغ 3.38 إلى مستوى متابعة متوسط.

ت- نتائج معرفة الجمهور بتطبيقات الذكاء الاصطناعي
جدول 3 تكرارات ونسب استجابات العينة عن المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي

ت	التطبيق	كبيرة جداً (%)	كبيرة (%)	متوسطة (%)	قليلة (%)	قليلة جداً (%)	المتوسط
1	استخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة الأخبار وتلخيصها	5	33	37	23	2	3.16
		(5%)	(33%)	(37%)	(23%)	(2%)	
2	استخدامه في تدقيق النصوص الإخبارية وتصحيحها لغوياً	9	26	47	16	2	3.24
		(9%)	(26%)	(47%)	(16%)	(2%)	
3	استخدامه في ترجمة الأخبار والمقابلات التلفزيونية	6	30	48	13	3	3.23
		(6%)	(30%)	(48%)	(13%)	(3%)	
4	استخدامه في تحليل البيانات والمعلومات الإخبارية	7	30	37	23	3	3.15
		(7%)	(30%)	(37%)	(23%)	(3%)	
5	استخدامه في توليد الصور والأصوات والمقاطع المرئية	8	26	49	14	3	3.22
		(8%)	(26%)	(49%)	(14%)	(3%)	
6	استخدامه في تقديم الأخبار بواسطة مذيعين افتراضيين	8	26	42	21	3	3.15
		(8%)	(26%)	(42%)	(21%)	(3%)	
7	استخدامه في التحقق من الأخبار وكشف الصور والمقاطع المتلاعب بها	5	34	37	22	2	3.18
		(5%)	(34%)	(37%)	(22%)	(2%)	
المتوسط العام للمحور							3.19

جاءت المعرفة باستخدام الذكاء الاصطناعي في تدقيق النصوص وتصحيحها لغوياً في المرتبة الأولى بمتوسط 3.24، تلتها المعرفة باستخدامه في ترجمة الأخبار والمقابلات بمتوسط 3.23، ثم توليد الصور والأصوات

والمقاطع المرئية بمتوسط 3.22 وبلغ المتوسط العام للمحور 3.19 ، مما يدل على أن معرفة أفراد العينة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاءت بمستوى متوسط.

ث- اتجاهات الجمهور نحو توظيف الذكاء الاصطناعي
جدول 4 تكرارات ونسب استجابات العينة عن الاتجاه نحو توظيف الذكاء الاصطناعي

ت	الفقرة	أوافق بشدة (%)	أوافق (%)	محايد (%)	لا أوافق (%)	لا أوافق بشدة (%)	المتوسط
1	يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع إنتاج الأخبار التلفزيونية	11 (11%)	40 (40%)	39 (39%)	10 (10%)	0 (0%)	3.52
2	يساعد الذكاء الاصطناعي في تحديث الأخبار بصورة مستمرة	17 (17%)	40 (40%)	38 (38%)	5 (5%)	0 (0%)	3.69
3	يؤدي الاستخدام المنظم للذكاء الاصطناعي إلى تحسين جودة الأخبار	17 (17%)	49 (49%)	28 (28%)	6 (6%)	0 (0%)	3.77
4	يساعد الذكاء الاصطناعي الصحفيين في الوصول إلى المعلومات وتحليلها	16 (16%)	43 (43%)	33 (33%)	8 (8%)	0 (0%)	3.67
5	يسهم الذكاء الاصطناعي في تبسيط البيانات والمعلومات المعقدة	10 (10%)	46 (46%)	35 (35%)	9 (9%)	0 (0%)	3.57
6	أقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في التدقيق اللغوي والترجمة	24 (24%)	40 (40%)	32 (32%)	4 (4%)	0 (0%)	3.84
7	أقبل استخدامه في إعداد مسودة أولية للخبر بشرط مراجعتها من صحفي	15 (15%)	43 (43%)	34 (34%)	7 (7%)	1 (1%)	3.64
8	أقبل استخدامه في تحليل	19	30	46	5	0	3.63

						البيانات وإنتاج الرسوم الإخبارية	
		(0%)	(5%)	(46%)	(30%)	(19%)	
3.73	0	12	21	49	18	أقبل استخدام المذيع الافتراضي في تقديم بعض أنواع الأخبار	9
	(0%)	(12%)	(21%)	(49%)	(18%)		
3.53	0	13	28	52	7	أفضل أن يكون الذكاء الاصطناعي أداة مساعدة للصحفي وليس بديلاً كاملاً عنه	10
	(0%)	(13%)	(28%)	(52%)	(7%)		
3.66	المتوسط العام للمحور						

تشير النتائج إلى اتجاه إيجابي نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية. وجاء قبول استخدامه في التدقيق اللغوي والترجمة أولاً بمتوسط 3.84 ، وبلغ مجموع الموافقين والموافقين بشدة 64% وجاء الاعتقاد بأن الاستخدام المنظم للذكاء الاصطناعي يحسن جودة الأخبار ثانياً بمتوسط 3.77 وبنسبة اتفاق بلغت 66% وجاء قبول استخدام المذيع الافتراضي ثالثاً بمتوسط 3.73 ونسبة اتفاق بلغت 67% مع وجود 21% محايدين و 12% غير موافقين. وبلغ المتوسط العام للمحور 3.66 ، مما يدل على اتجاه مرتفع نحو التوظيف، لكنه اتجاه يرتبط بالشروط المهنية والمراجعة البشرية.

ج- نتائج المصادقية المدركة

جدول 5 تكرارات ونسب استجابات العينة عن المصادقية المدركة

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
1	أرى أن الأخبار المنتجة بمساعدة الذكاء الاصطناعي يمكن أن تكون دقيقة	7	36	48	8	1	3.40
		(7%)	(36%)	(48%)	(8%)	(1%)	
2	أثق بالأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي عندما تخضع لمراجعة صحفية	6	35	45	14	0	3.33
		(6%)	(35%)	(45%)	(14%)	(0%)	
3	يمكن الاعتماد على هذه الأخبار عندما	8	45	36	10	1	3.49

	(1%)	(10%)	(36%)	(45%)	(8%)	تستند إلى مصادر معلنة	
3.41	0	9	46	40	5	يساعد الذكاء الاصطناعي في تقليل الأخطاء المرتبطة بنقل الأرقام والبيانات	4
	(0%)	(9%)	(46%)	(40%)	(5%)		
3.47	1	12	32	49	6	يمكن أن تحافظ الأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي على الموضوعية	5
	(1%)	(12%)	(32%)	(49%)	(6%)		
3.46	0	11	38	45	6	أصدق الخبر المدعوم بالذكاء الاصطناعي عندما تصدره قناة معروفة بالمهنية	6
	(0%)	(11%)	(38%)	(45%)	(6%)		
3.47	0	8	40	49	3	أرى أن الأخبار المنتجة بمساعدة الذكاء الاصطناعي يمكن أن تكون موثوقة	7
	(0%)	(8%)	(40%)	(49%)	(3%)		
3.56	0	6	41	44	9	أشعر بالثقة عندما تشرح القناة كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في الخبر	8
	(0%)	(6%)	(41%)	(44%)	(9%)		
3.45	المتوسط العام للمحور						

جاءت فقرة الشعور بالثقة عندما تشرح القناة كيفية استخدامها للذكاء الاصطناعي أولاً بمتوسط 3.56 ، وبلغت نسبة الموافقين والموافقين بشدة 53% وجاء الاعتماد على الأخبار عندما تستند إلى مصادر معلنة ثانياً بمتوسط 3.49 ونسبة اتفاق بلغت 53% أما الثقة بالأخبار عند خضوعها لمراجعة صحفية فجاءت أخيراً بمتوسط 3.33 ، إذ وافق عليها 41% ، واتخذ 45% موقفاً محايداً. ويشير ارتفاع الحياد إلى أن المراجعة الصحفية وحدها لا تكفي في نظر العينة، بل ينبغي أن تقترن بوضوح المصادر وسمة القناة وشفافية طريقة الإنتاج. وبلغ المتوسط العام للمصادقية المدركة 3.45 ، وهو مستوى مرتفع يقع قريباً من الحد الفاصل مع المستوى المتوسط، مما يدل على أن مصادقية الأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي ليست مطلقة، وإنما تتأثر بالشروط المهنية المحيطة بإنتاجها.

ح- نتائج الشفافية والإشراف البشري

جدول 6 تكرارات ونسب استجابات العينة عن الشفافية والإشراف البشري

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
1	ينبغي للقناة الإعلان عن استخدام الذكاء الاصطناعي	32	44	22	2	0	4.06

		(0%)	(2%)	(22%)	(44%)	(32%)	في إنتاج الخبر	
4.12	0	2	17	48	33		يجب وضع إشارة واضحة على الصور والمقاطع المولدة بالذكاء الاصطناعي	2
	(0%)	(2%)	(17%)	(48%)	(33%)			
4.18	0	1	15	49	35		ينبغي توضيح ما إذا كان مقدم الخبر مزيغاً حقيقياً أم افتراضياً	3
	(0%)	(1%)	(15%)	(49%)	(35%)			
4.11	0	3	17	46	34		يجب أن تخضع الأخبار المنتجة بالذكاء الاصطناعي للمراجعة البشرية قبل بثها	4
	(0%)	(3%)	(17%)	(46%)	(34%)			
4.10	0	1	16	55	28		تتحمل القناة المسؤولية المهنية عن الخبر حتى لو أنتج بواسطة نظام ذكي	5
	(0%)	(1%)	(16%)	(55%)	(28%)			
4.25	0	1	12	48	39		يزيد وجود صحفي مسؤول عن المراجعة من ثقتي بالخبر	6
	(0%)	(1%)	(12%)	(48%)	(39%)			
4.14	المتوسط العام للمحور							

جاءت فقرة زيادة الثقة عند وجود صحفي مسؤول عن المراجعة أولاً بمتوسط 4.25 ، وبلغت نسبة الاتفاق عليها 87% وجاءت ضرورة توضيح ما إذا كان مقدم الخبر حقيقياً أم افتراضياً ثانياً بمتوسط 4.18 ونسبة اتفاق بلغت 84% كما وافق 83% على استمرار المسؤولية المهنية للقناة عن الخبر حتى لو أنتجه نظام ذكي، ووافق 81% على ضرورة وضع إشارة واضحة على الصور والمقاطع المولدة. وبلغ المتوسط العام للمحور 4.14 ، مما يؤكد الأهمية المرتفعة التي يمنحها الجمهور للشفافية والإشراف البشري.

خ- نتائج المخاوف المدركة

جدول 7 تكرارات ونسب استجابات العينة عن مخاوف استخدام الذكاء الاصطناعي

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	المتوسط
		(%)	(%)	(%)	(%)	
1	قد ينتج الذكاء الاصطناعي معلومات تبدو صحيحة وهي غير دقيقة	25	45	29	1	3.94
		(25%)	(45%)	(29%)	(1%)	

4.01	0	3	19	52	26	2	قد يسهم استخدامه في نشر صور أو مقاطع إخبارية مزيفة
	(0%)	(3%)	(19%)	(52%)	(26%)		
4.05	0	2	20	49	29	3	قد تؤثر التحيزات الموجودة في بياناته في موضوعية الأخبار
	(0%)	(2%)	(20%)	(49%)	(29%)		
3.91	0	5	20	54	21	4	يؤدي الاعتماد المفرط عليه إلى إضعاف الدور المهني للصحفي
	(0%)	(5%)	(20%)	(54%)	(21%)		
4.09	0	1	22	44	33	5	يصعب تحديد المسؤول عن الأخطاء الواقعة في الأخبار المنتجة آلياً
	(0%)	(1%)	(22%)	(44%)	(33%)		
4.09	0	2	24	37	37	6	يمكن استخدام تقنيات تركيب الصوت لنسب تصريحات غير حقيقية إلى الأشخاص
	(0%)	(2%)	(24%)	(37%)	(37%)		
3.86	0	4	29	44	23	7	قد يؤدي عدم الإفصاح عن المحتوى المولد آلياً إلى إضعاف ثقة الجمهور
	(0%)	(4%)	(29%)	(44%)	(23%)		
3.96	0	5	22	45	28	8	قد لا يراعي الذكاء الاصطناعي خصوصية المجتمع العراقي وسياقاته الثقافية
	(0%)	(5%)	(22%)	(45%)	(28%)		
3.99	المتوسط العام للمحور						

جاءت صعوبة تحديد المسؤول عن أخطاء الأخبار المنتجة آلياً في المرتبة الأولى مكرراً بمتوسط 4.09 ونسبة اتفاق بلغت 77% وحصل الخوف من استخدام تركيب الصوت في نسبة تصريحات غير حقيقية إلى الأشخاص على المتوسط نفسه، وبلغت نسبة الاتفاق عليه 74%. وجاء تأثير التحيزات في موضوعية الأخبار بمتوسط 4.05 ونسبة اتفاق بلغت 78%، بينما وافق 78% على أن الذكاء الاصطناعي قد يسهم في نشر صور أو مقاطع إخبارية مزيفة. وبلغ المتوسط العام للمخاوف 3.99، وهو مستوى مرتفع، مما يدل على أن قبول الجمهور لاستخدام الذكاء الاصطناعي يتزامن مع إدراك واضح للمخاطر المهنية والأخلاقية.

ثانياً- اختبار فرضيات البحث

أ- اختبار العلاقات الارتباطية

استُخدم معامل ارتباط بيرسون للكشف عن طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث، واعتمد مستوى دلالة إحصائية قدره 0.05.

جدول 8 فحوصات معامل ارتباط بيرسون

الفرضية	المتغيران	معامل الارتباط r	الدالة p	قوة واتجاه العلاقة	القرار
الأولى	الاتجاه نحو توظيف الذكاء الاصطناعي × المصدقية المدركة	0.462	<0.001	موجبة متوسطة	قبول الفرضية
الثانية	المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي × الاتجاه نحو توظيفها	0.491	<0.001	موجبة متوسطة	قبول الفرضية
الثالثة	الإشراف البشري × المصدقية المدركة	0.156	0.121	موجبة ضعيفة غير دالة	رفض الفرضية
الرابعة	الشفافية والإفصاح × المصدقية المدركة	0.211	0.035	موجبة ضعيفة دالة	قبول الفرضية

يتضح من الجدول وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية ومستوى المصدقية المدركة؛ إذ بلغ معامل الارتباط $r=0.462$ عند مستوى دلالة أقل من 0.001. ويعني ذلك أن ارتفاع الاتجاه الإيجابي نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يترافق مع ارتفاع نسبي في المصدقية التي يمنحها الجمهور للأخبار المنتجة أو المدعومة بهذه التقنيات. وبذلك تُقبل الفرضية الأولى. كما أظهرت النتائج وجود علاقة موجبة متوسطة بين معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي واتجاهاتهم نحو توظيفها في الأخبار التلفزيونية، إذ بلغ معامل الارتباط $r=0.491$ عند مستوى دلالة أقل من 0.001. وتدل النتيجة على أن زيادة معرفة الجمهور بالتقنيات وآليات استخدامها ترتبط باتجاهات أكثر قبولاً لها، وهو ما يدعم الفرضية الثانية. أما العلاقة بين الإشراف البشري والمصدقية المدركة، فقد بلغت $r=0.156$ عند مستوى دلالة $p=0.121$ ، وهي علاقة موجبة ضعيفة لم تصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية. لذلك لا يمكن تأكيد الفرضية الثالثة في حدود العينة. في المقابل، ظهرت علاقة موجبة ضعيفة ودالة إحصائياً بين الشفافية والإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي وبين المصدقية المدركة، إذ بلغت $r=0.211$ عند مستوى دلالة $p=0.035$. وتشير النتيجة إلى أن إخبار الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي وشرح طبيعته دوره يمكن أن يسهم، ولو بدرجة محدودة، في تعزيز المصدقية المدركة؛ ولذلك تُقبل الفرضية الرابعة.

ب- اختبار الفروق الديموغرافية في الاتجاهات

1. الفروق بحسب الجنس

استُخدم الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للكشف عن الفروق في الاتجاهات بحسب جنس المبحوثين.

جدول 9 اختبار T لبيان فروق الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الذكور	60	3.798	0.522
الإناث	40	3.450	0.564

بلغت القيمة التائية $t = 3.116$ ، بدرجات حرية تقريبية مقدارها 79.11، ومستوى دلالة $p = 0.003$ وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وقد جاءت الفروق لمصلحة الذكور لارتفاع متوسطهم الحسابي.

2. الفروق بحسب العمر والتحصيل الدراسي والمنطقة

استُخدم تحليل التباين الأحادي للكشف عن الفروق بين المجموعات.

جدول 10 اختبار التباين الأحادي

المتغير الديموغرافي	قيمة F	مستوى الدلالة p	حجم الأثر η^2	النتيجة
العمر	0.106	0.980	0.004	لا توجد فروق دالة
التحصيل الدراسي	0.335	0.800	0.010	لا توجد فروق دالة
المنطقة الجغرافية	0.354	0.841	0.015	لا توجد فروق دالة

تكشف النتائج عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور تعزى إلى العمر أو التحصيل الدراسي أو المنطقة الجغرافية؛ لأن مستويات الدلالة لجميع هذه المتغيرات كانت أكبر من 0.05 ومن ثم تُقبل الفرضية الخام جزئياً، إذ ظهرت الفروق بحسب الجنس فقط، بينما لم تظهر بحسب بقية المتغيرات الديموغرافية.

3. الفروق في المصادقية المدركة بحسب كثافة المتابعة

فُسِّمَ المبحوثون وفق متوسط متابعتهم للأخبار التلفزيونية إلى ثلاثة مستويات:

- متابعة منخفضة: من 1 إلى 2.60.
- متابعة متوسطة: من 2.61 إلى 3.40.
- متابعة مرتفعة: من 3.41 إلى 5.

جدول 11 اختبار التباين الأحادي للمصادقية المدركة

مستوى المتابعة	العدد	متوسط المصادقية	الانحراف المعياري
منخفض	16	3.250	0.433
متوسط	34	3.320	0.552
مرتفع	50	3.600	0.373
المجموع	100	3.449	0.471

أظهر تحليل التباين الأحادي وجود فروق دالة إحصائية في المصادقية المدركة تبعاً لمستوى متابعة الأخبار التلفزيونية، إذ بلغت قيمة $F = 5.774$ عند مستوى دلالة $p = 0.004$ ، وبلغ حجم الأثر $\eta^2 = 0.106$. ويتضح أن المبحوثين ذوي المتابعة المرتفعة سجلوا أعلى متوسط للمصادقية بلغ 3.600، مقابل 3.250 لدى ذوي المتابعة المنخفضة.

4. الفروق في المصادقية بحسب مستوى المعرفة

جدول 12 اختبار التباين الأحادي للمصادقية بحسب مستوى المعرفة

مستوى المعرفة	العدد	متوسط المصادقية	الانحراف المعياري
منخفض	21	3.315	0.503
متوسط	39	3.314	0.453
مرتفع	40	3.650	0.406
المجموع	100	3.449	0.471

بلغت قيمة تحليل التباين $F = 6.784$ عند مستوى دلالة $p = 0.002$ ، وبلغ حجم الأثر $\eta^2 = 0.123$ ، مما يدل على وجود فروق دالة إحصائية في المصادقية المدركة بحسب مستوى معرفة الجمهور بتقنيات الذكاء الاصطناعي. وقد حقق أصحاب المعرفة المرتفعة أعلى متوسط للمصادقية بلغ 3.650.

وبناءً على ذلك، تُقبل الفرضية السادسة؛ إذ ثبت وجود فروق في المصادقية المدركة بحسب كثافة متابعة الأخبار ومستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

ثالثاً- مناقشة نتائج الدراسة

أظهرت النتائج أن اتجاهات الجمهور العراقي نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية جاءت إيجابية بمتوسط بلغ 3.66، فيما بلغ متوسط المصادقية المدركة 3.45 وتشير النتيجة إلى تقبل الجمهور استخدام التقنيات الذكية في تطوير سرعة الإنتاج ودقته، من دون أن يعني ذلك قبول إحلالها بالكامل محل الصحفي. ويتفق ذلك مع نتائج الدراسات التي بينت إمكان تقويم الجمهور للأخبار المؤتمتة إيجابياً في بعض جوانب الدقة والموضوعية، مع استمرار أهمية الدور البشري في الصياغة والقرار التحريري (Carlson, 2015؛ Graefe et al., 2018)

وسجل محور الشفافية والإشراف البشري أعلى متوسط بلغ 4.14، مما يدل على أن ثقة الجمهور ترتبط بالإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي، ووضوح مصادر الخبر، وخضوع المحتوى للمراجعة الصحفية. أما المخاوف المهنية والأخلاقية فجاءت مرتفعة بمتوسط 3.99، ولا سيما ما يتعلق بعدم دقة المعلومات والتزييف والتلاعب بالصورة والصوت وغموض المسؤولية عن الأخطاء. وبذلك يتخذ الجمهور موقفاً يقوم على القبول المشروط، يجمع بين إدراك فوائد التقنية والوعي بمخاطرها، وهو ما ينسجم مع مبادئ الشفافية والمساءلة والإشراف البشري التي تؤكدتها اليونسكو. (2021)

وأظهرت الاختبارات وجود علاقة موجبة متوسطة بين الاتجاه نحو توظيف الذكاء الاصطناعي والمصادقية المدركة بلغت $r = 0.462$ ، فضلاً عن علاقة موجبة بين معرفة الجمهور بهذه التقنيات واتجاهه نحو استخدامها بلغت $r = 0.491$. كما ظهرت علاقة موجبة ضعيفة ودالة بين الشفافية والمصادقية بلغت $r = 0.211$ ، في حين لم تكن العلاقة بين الإشراف البشري منفرداً والمصادقية دالة إحصائياً. وتؤكد هذه النتائج أن المصادقية لا تتحدد باستخدام التقنية وحده، بل تتأثر بدقة المحتوى وموثوقيته وقابليته للتصديق وشفافية طريقة إنتاجه

(Appelman & Sundar, 2016)

وكشفت النتائج عن وجود فروق في الاتجاهات بحسب الجنس لمصلحة الذكور، في حين لم تظهر فروق دالة بحسب العمر أو التحصيل الدراسي أو المنطقة. كما ارتفعت المصادقية المدركة لدى المبحوثين الأكثر متابعة للأخبار والأعلى معرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. وتشير هذه النتائج إلى أن المعرفة والخبرة الإعلامية قد تكونان أكثر ارتباطاً بتقويم الأخبار المدعومة بالذكاء الاصطناعي من معظم الخصائص الديموغرافية، مع ضرورة تجنب تفسير هذه العلاقات بوصفها علاقات سببية.

الاستنتاجات

في ضوء النتائج، توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات الآتية:

1. يتبنى الجمهور اتجاهاً إيجابياً نسبياً نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، ولا سيما في الوظائف المساعدة، مع بقاء قبوله مشروطاً بالمراجعة البشرية والالتزام بالمعايير المهنية.
2. يحتفظ الصحفي بدور أساسي في الإشراف والتحقق واتخاذ القرارات التحريرية، ولا يمنح الجمهور ثقته الكاملة للمحتوى المنتج آلياً من دون مراجعة بشرية.
3. ترتبط الاتجاهات الإيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي بارتفاع المصادقية المدركة، كما تسهم معرفة الجمهور بهذه التقنيات في زيادة تقبله لها.
4. تؤدي الشفافية والإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي دوراً في تعزيز المصادقية، في مقابل استمرار المخاوف من عدم الدقة والتزييف والتلاعب بالصورة والصوت وغموض المسؤولية المهنية.

5. ترتفع المصداقية المدركة لدى الجمهور الأكثر متابعة للأخبار والأعلى معرفة بالذكاء الاصطناعي، بينما لا تكفي الخصائص الديموغرافية وحدها لتفسير اتجاهاته نحو هذه التقنيات .

التوصيات

توصي الدراسة بما يأتي:

1. إلزام القنوات التلفزيونية بالإفصاح الواضح عند استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الخبر أو تحريره أو توليد الصور والأصوات المصاحبة له .
2. إبقاء القرار التحريري النهائي بيد الصحفيين والمحررين، وعدم نشر المواد المولدة آلياً قبل مراجعتها والتحقق منها بشرياً .
3. ضرورة وضع أدلة تحريرية داخل المؤسسات التلفزيونية تحدد الاستخدامات المقبولة والمرفوضة للذكاء الاصطناعي .
4. ضرورة تدريب الصحفيين والعاملين في غرف الأخبار على التحقق من المحتوى الاصطناعي وكشف الصور والأصوات ومقاطع الفيديو المزيفة .
5. ضرورة إنشاء وحدات متخصصة للتحقق الرقمي داخل القنوات التلفزيونية، ولا سيما خلال الأزمات والانتخابات والأحداث الأمنية .

الهوامش والمصادر والمراجع

1. Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
2. Appelman, A., & Sundar, S. S. (2016). Measuring Message Credibility: Construction and Validation of an Exclusive Scale. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 59–79. <https://doi.org/10.1177/1077699015606057>
3. Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter: Automated Journalism and the Redefinition of Labor, Compositional Forms, and Journalistic Authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
4. Development, O. for E. C. and. (2024). Explanatory Memorandum on the Updated OECD Definition of an AI System. In *OECD Artificial Intelligence Papers* (Number 8). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/623da898-en>
5. Dörr, K. N. (2016). Mapping the Field of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700–722. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>
6. Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H.-B. (2018). Readers' Perception of Computer-Generated News: Credibility, Expertise, and Readability. *Journalism*, 19(5), 595–610. <https://doi.org/10.1177/1464884916641269>
7. Montgomery, M. (2007). *The Discourse of Broadcast News: A Linguistic Approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203969650>

8. Simon, F. M., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Generative AI and News Report 2025: How People Think about AI's Role in Journalism and Society*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://doi.org/10.60625/RISJ-5BJV-YT69>
9. UNESCO. (2021). *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. UNESCO.