

اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف وكالات الأنباء العراقية لتقنيات التحول الرقمي (دراسة ميدانية)

إسراء خالد افليح*

إشراف: أ.د سعيد الغريب النجار**

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف وكالات الأنباء العراقية لتقنيات التحول الرقمي، وذلك من خلال الكشف عن اتجاهاتهم نحو وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل وكالات الأنباء العراقية، ومدى جاهزيتها لتوظيف تقنيات التحول الرقمي في إنتاج محتواها، ومدى الاستفادة من تقنيات التحول الرقمي في أساليب تنظيم وإدارة العمل الإخباري، وكذلك أهم المعوقات التي تحول دون التوسع في التحول الرقمي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وكان قوام عينة الدراسة 140 مبحوثاً من العاملين (الصحفيين- التقنيين-فنيين-مراسلين) في وكالات الأنباء العراقية، وقد شملت كل من وكالتي (وكالة الأنباء العراقية ، وكالة السومرية نيوز) والتي قد تم تحديدها كمجتمع للدراسة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان، وأشارت أهم نتائج الدراسة: إلى أن جهاز الحاسوب أو اللاب توب والهاتف الذكي هما الوسيلتان الأكثر استخداماً للتحول الرقمي، وبرزت الكاميرات الرقمية بشكل خاص في وكالة السومرية نيوز، كما كشفت نتائج الدراسة على أن الذكاء الاصطناعي لم يتم تبنيه بشكل واسع بعد في عمل الوكالتين، مما يشير إلى أن هناك مجالاً للتحسين في هذا الجانب، كما جاءت أهم البرامج التقنية التي تستخدم من قبل الوكالتين (وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز، حيث جاء بالمرتبة الأولى (برامج المايكروسوفت بأشكالها) ، ثم جاء (In Design) ، وبعده (Photo shop) وأخيراً (After Effects) وجاءت برامج الذكاء الاصطناعي الأكثر تطوراً في أقل مرتبة، وقد جاءت المعرفة العامة والمتوسطة بالذكاء الاصطناعي هي الأكثر شيوعاً بين العاملين في كلتا الوكالتين، وجاءت المعرفة الاحترافية نادرة جداً؛ مما يشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من التدريب والتطوير في هذا المجال، وقد جاءت موافقة للمبحوثين على أن ثمة مظاهر للتأثر الرقمي على أساليب تنظيم وإدارة العمل الإخباري في الوكالة كما جات معوقات التوسع في استخدام التقنيات الرقمية على النحو التالي (سوء البنية التحتية الرقمية) جاءت بالترتيب الأول، تلتها عدم توفر شبكة الإنترنت، وبعدها (التقطع المستمر بالإنترنت بسبب أزمات الكهرباء) (سياسة الوكالة التي تعمل لديها).

الكلمات الدالة: التحول الرقمي، وكالات الانباء الاخبارية

*باحثة دكتوراة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

**أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

Communicator's Attitudes Towards the Employment of Digital Transformation Technologies by Iraqi News Agencies (Field Study)

Abstract:

The study aimed to reveal the trends of the communicator towards the employment of digital transformation technologies by Iraqi news agencies, by revealing their trends towards the digital transformation methods adopted in the work of Iraqi news agencies, and the extent of their readiness to employ digital transformation technologies in producing their content, and the extent of benefiting from digital transformation technologies in methods of organizing and managing news work, as well as the most important obstacles that prevent the expansion of digital transformation. The study used the survey method, and the sample of the study consisted of 140 respondents from workers (journalists - technicians - technicians - correspondents) in Iraqi news agencies, and it included both agencies (Iraqi News Agency, Al-Sumaria News Agency) which were identified as a study community, and the study used the questionnaire tool, and the most important results of the study indicated: that the computer or laptop and the smartphone are the two most used means of digital transformation, and digital cameras were particularly prominent in Al-Sumaria News Agency, and the results of the study revealed that artificial intelligence has not yet been widely adopted in the work of the two agencies, which indicates There is room for improvement in this aspect, as the most important technical programs used by the two agencies (the Iraqi News Agency (INA) and Alsumaria News Agency, where Microsoft programs in all their forms came in first place, then came (In Design), then (Photo Shop) and finally (After Effects) and the most advanced artificial intelligence programs came in the lowest rank, and general and intermediate knowledge of artificial intelligence came in the most common among workers in both agencies, and professional knowledge came in very rare; indicating that there is a need for more training and development in this field, and the respondents agreed that there are manifestations of digital influence on the methods of organizing and managing news work in the agency, as the obstacles to expanding the use of digital technologies came as follows (poor digital infrastructure) came in first place, followed by the lack of an Internet network, and then (continuous Internet interruption due to electricity crises) (the policy of the agency you work for).

Keywords: Digital transformation, news agencies

المقدمة:

يشهد المجتمع المعاصر في الآونة الأخيرة نوعاً من التدفق المستمر في التطورات التكنولوجية في كل المجالات ولاسيما الإعلام والاتصال، حيث احتلت الحوسبة الإلكترونية، والأقمار الصناعية، شبكة المعلومات الدولية، التقنيات الرقمية والذكاء دوراً بارزاً في نقل وتوصيل المعلومات وكافة الرسائل الاتصالية (المرئية، المسموعة، المقروءة، المندمجة الوسائط) إلى الجمهور المستخدم بطريقة مباشرة وغير مباشرة وفي نفس التزامن الوتقي.

وتتجه وكالات الأنباء في المؤسسات الإعلامية إلى الاستفادة من التقنيات الحديثة التي تزيد من فعالية الاتصال بالجمهور؛ وذلك لترسيخ وجودها في المشهد الإعلامي عبر التحليلات والمقابلات والتغطيات والمتابعات الإخبارية في إطار جذاب ومبتكر عالي المستوى وطرق تقديم مبهرة في الصوت والصورة والنص من خلال سيناريوهات قائمة على تصميم الانفوجرافيك أو الواقع المعزز أو الخرائط التفاعلية إضافة إلى سلسلة من أشكال العرض المتطورة، ومن ثم تسعى وكالات الأنباء الإخبارية عبر توظيف التطور التكنولوجي في محتواها الإخباري للحفاظ على جمهورها الموجود.¹

وتضمنت معالم التحول الرقمي في وكالات الأنباء الإخبارية عدة جوانب رئيسية، يمكن رصدتها في تغيير نماذج العمل؛ حيث اعتمدت على تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي لتحسين إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات لفهم سلوك الجمهور وتفضيلاته، والتفاعل مع الجمهور؛ حيث أصبح التفاعل مع الجمهور جزءاً أساسياً من استراتيجية عمل الوكالات الإخبارية؛ حيث تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات لنشر الأخبار والتفاعل مع المتابعين، وتطوير المحتوى المتنوع؛ حيث بدأت الوكالات في تقديم محتوى متنوع يشمل الفيديو، تقنيات الواقع المعزز، والمحتوى التفاعلي الخ، مما يعزز من تجربة المستخدم ويزيد من تفاعل القائم بالاتصال مع الجمهور.²

ففي عصر الاندماج ونوبان الحدود الفاصلة بين الوسائل، باتت الأنباء الإخبارية تعمل وفقاً لتعريف جديداً أو بالأحرى تعريف يردّها إلى مفهومها الأصلي ويحررها من قيود الوسيط إلى أفاق الهدف الذي نشأت من أجله، وهو أن يبقى الناس على تواصل ومعرفة، هذا التواصل وتلك المعرفة التي يحصل عليها كل فرد وهو يقرأ

جريدته اليومية في الصباح، يطالع الأخبار على تطبيق هاتفه الذكي المتصل بالإنترنت يقرأ الموجز ببريده الإلكتروني، يستقبل على هاتفه رسائل عاجلة بأهم الأخبار، يشارك على حساب فيس بوك ما يهمله ويبيدي إعجابه على ما يقرأه كما يرسله لآخرين، أو يكتب رأيه في تعليق، أو يشارك بصوته في استطلاع، أو يرسل رأيه للمحرر؛ كما يصور ويكتب رأيه وينشره عبر منصات شبكات التواصل الاجتماعي، رأي لا يعبر عن السياسة التحريرية للمؤسسة بقدر ما تعبر عن نبض جمهوره؛ ومن ثم أصبح "التحول الرقمي" ضرورة حتمية واتجاها عصريا يتوافق وطبيعة ما يشهده عالمنا من متغيرات وما تصبو إليه دول العالم وشعوبها من تطور وازدهار.³

ويشير وليام جيمس بوتتر (2021) في كتابه تأثيرات الإعلام الرقمي Digital Media Effects أن التحول الرقمي في وكالات الأنباء الإخبارية يعد أمراً حيويًا لمواكبة التغيرات السريعة في عالم الإعلام؛ حيث زيادة الوصول إلى الجمهور فيتح التحول الرقمي للوكالات الوصول إلى جمهور أوسع عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يزيد من عدد المتابعين والمشاركين، تحسين تجربة المستخدم؛ حيث يمكن للوكالات تقديم محتوى متنوع مثل الفيديوهات والبودكاست، مما يعزز من تجربة المستخدم ويجعل الأخبار أكثر جاذبية، تحسين الكفاءة التشغيلية؛ حيث استخدام التكنولوجيا لأتمتة بعض العمليات مثل التحرير والنشر يزيد من كفاءة العمل ويقلل من الأخطاء البشرية، البقاء في المنافسة؛ حيث يمكّن التحول الرقمي الوكالات من المنافسة مع وسائل الإعلام الرقمية الأخرى، مما يساعدها في البقاء في السوق.⁴

كما أضاف بوتتر أيضاً أن تغيرات الإعلام الرقمي ليست تغيرات في بعد كمي أو شكلي وإنما تغير في آليات عمل وتحليل المعلومات⁵؛ والذي يعد من وجهة نظر الباحثة أمراً جوهرياً في طبيعة العمل الإخباري فهو ليس مجرد خبر ينقل وإنما هو تفاعل يرصد ويحلل الرأي العام في اتصال تفاعلي متعدد الإتجاهات.

ومن ثم يُعتبر التحول الرقمي في وكالات الأنباء الإخبارية عملية مستمرة تتطلب التكيف مع التغيرات التكنولوجية والسوقية، وإذا كانت وسائل الإعلام في الدول المتقدمة قد قطعت شوطاً كبيراً وحقت تقدماً ملحوظاً في مجال التحول الرقمي الذي أصبح واقعا معاشا لدى الكثير منها، فإن وسائل الإعلام في بعض المجتمعات النامية والعربية لا تزال تخطو خطواتها الأولى في هذا المجال، بل إن البعض منها ربما

يعجز عن استيعاب التقنيات الحديثة لأسباب متعددة؛ منها ضعف الإمكانيات وقصور النظم ووكالات الإعلامية ذاتها.

وتأسيساً على ماسبق ومع ضرورة استيعاب وكالات الأنباء الأخبارية للتطورات التكنولوجية والتحول الرقمي والتطبيقات الذكية لضمان أستمراية عملها، لابد من تسليط الضوء على واقع هذه الوكالات عموماً ووكالات الأنباء الأخبارية العراقية خصوصاً والتعرف على مدى تكيفها مع التحولات الرقمية ومدى الاستفادة من أدواتها ووسائلها؛ وعليه قد جاءت فكرة هذا البحث في الكشف عن واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي بين الوكالات الأخبارية في العراق وقد شملت كل من وكالتي (وكالة الأنباء العراقية، وكالة السومرية نيوز) والتي قد تم تحديدها كمجتمع للدراسة.

مشكلة البحث:

يُعد التحول الرقمي لوكالات الأخبار مساراً ضرورياً لمواجهة التحديات الحديثة وضمان استدامة العمل الإعلامي. كما يتطلب هذا التحول الابتكار المستمر والتكيف مع التغيرات التكنولوجية واحتياجات الجمهور، ومن الملاحظ أن التقدم التقني الكبير في مجال الإعلام وتقنيات الاتصال والمعلومات قد ساهمت في إحداث ثورة كبيرة في صناعة الإعلام، حيث شهدت وكالات الأنباء تغيرات جذرية نتيجة استخدام التقنيات الرقمية والأساليب التكنولوجية، الأمر الذي أدى إلى تحول كبير في عمليات الجمع والتحرير والإخراج والنشر بصورة ساعدت على رفع كفاءة إدارة هذه الوكالات وتجويد العملية الصحفية والأخبارية.⁶

وتعتبر دراسة واقع التحول الرقمي في وكالات الأنباء الأخبارية بالعراق خطوة هامة لفهم التحديات والفرص التي تواجه هذا القطاع، انطلاقاً من تغيرات المشهد الإعلامي؛ حيث يشهد الإعلام في العراق تغيرات سريعة نتيجة للتطورات التكنولوجية، مما يستدعي دراسة كيفية تكيف الوكالات مع هذه التغيرات، وكذلك تزايد استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في العراق، وعليه يصبح من الضروري فهم كيف يمكن لوكالات الأنباء الاستفادة من هذه القنوات للوصول إلى جمهور واسع؟، علاوة على أن التحول الرقمي يمكن أن يسهم في تحسين جودة المحتوى الأخباري من خلال استخدام تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، مما يستوجب دراسة فعالية هذه التقنيات في السياق المحلي، وكذلك التحديات الاقتصادية التي تمر بها العراق؛ حيث تواجه وكالات الأنباء في العراق تحديات

اقتصادية تتعلق بالتمويل والموارد، مما يستدعي دراسة كيفية تأثير التحول الرقمي على استدامتها وقدرتها على المنافسة، وكذلك فهم كيفية تفاعل الجمهور مع المحتوى الرقمي يساعد الوكالات في تطوير استراتيجيات تواصل فعالة تعزز من العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور وكذلك أنطلاقاً من أن دراسة واقع التحول الرقمي تساعد في تحديد فرص الابتكار والتطوير التي يمكن أن تعزز من قدرة الوكالات على تقديم محتوى متميز وجذاب؛ وتأسيساً على ذلك يتمحور البحث في الإجابة على السؤال الرئيس التالي: ما اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف وكالات الأنباء العراقية لتقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى؟ وما مظاهر التحديث للتحول الرقمي في أساليب تنظيم وإدارة العمل الاخباري؟

أهمية البحث:

وتتمثل أهمية الدراسة في جانبين؛ نظري وتطبيقي وجاءت على النحو الآتي:

الأهمية النظرية:

- تبرز أهمية البحث من تطور مفاهيم التحول الرقمي وتقنياته المختلفة والتي فرضت نفسها على كافة وكالات الإعلامية بصورة عامة وصناعة المحتوى الاخباري عبر الوكالات الاخبارية بصورة خاصة.
- كما يأخذ البحث أهميته من الانعكاسات الخاصة بتقنيات وأدوات التحول الرقمي على أساليب وأداء العمل الصحفي والاخباري ومخرجاته وكافة عملياته.
- ندرة الدراسات التي تناولت تأثير استخدام تقنيات التحول الرقمي في بيئة العمل الاخباري في وكالات الانباء العراقية على وجه الخصوص، ورصد نتائجها وتأثيراتها المستقبلية على عوامل استمرارية نجاح صناعة وكالات الانباء الاخبارية بالعراق.
- التعرف على أهم النتائج والمخرجات العلمية التي توصلت لها الدراسات السابقة وذات الصلة بمجال توسيع وتعزيز سبل التحول الرقمي لوكالات الانباء بالعراق.

الأهمية التطبيقية:

- تعد نتائج البحث مؤشراً على مدى جاهزية الوكالات الإخبارية العراقية تجاه استيعاب تقنيات التحول الرقمي وتوظيفها في بيئة إنتاج محتواها الخبري.
- قد تساعد نتائج البحث المسؤولين عن إدارة الوكالات الإخبارية على اتخاذ الإجراءات اللازمة لتعزيز قدرة مؤسساتهم على مواكبة المستجدات وحجز موقع مهم في قائمة وكالات الإخبارية المتميزة.
- تبين نتائج البحث التحديات و الصعوبات التي تواجهها الوكالات الإخبارية العراقية نحو الاستخدام الأمثل لتقنيات التحول الرقمي في بيئة عملها الاعلامي.
- تساهم نتائج الدراسة في تقديم مقترحات وحلول واساليب تطويرية ،تساعد الوكالات الإخبارية نحو التطلع الى آفاق مستقبلية بشأن استخدام التقنيات الرقمية في صناعة محتواها الإخباري.

أهداف البحث:

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1-تسليط الضوء على واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي وآلياته المستخدمة في إنتاج المحتوى للوكالات الإخبارية بالعراق في ضوء اتجاهات القائم بالاتصال.
- 2-الوقوف على التحديات والصعوبات التي تواجه الوكالات الإخبارية بالعراق نحو سعيها لتطبيق تقنيات التحول الرقمي في إنتاج المحتوى الاخباري في ضوء اتجاهات القائم بالاتصال.
- 3- التعرف على أبرز أدوات ووسائل تقنيات التحول الرقمي التي استخدمتها الوكالات الإخبارية بالعراق في صناعة محتواها الاخباري في ضوء اتجاهات القائم بالاتصال.
- 4- التعرف على مدى جاهزية وكالات الإخبارية بالعراق لتوظيف تقنيات التحول الرقمي في إنتاج محتواها في ضوء اتجاهات القائم بالاتصال.
- 6- الوقوف على مدى استفادة الوكالات الإخبارية بالعراق من تقنيات التحول الرقمي في بيئة العمل الصحفي والاخباري. في ضوء اتجاهات القائم بالاتصال

الدراسات السابقة:

دراسة طالب عبد الحسين (2023)⁷ وقد اهتمت بدراسة دور الغرف الإخبارية الذكية في زيادة فعالية عمل القائم بالاتصال لإنتاج النشرات الإخبارية والبرامج التليفزيونية الذكية من وجهة نظر القائم بالاتصال في قناتي الجزيرة والعربية، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي وأداة الاستبيان كما أظهرت نتائجها سيطرة جنس الذكور على الإناث من المبحوثين في العمل داخل غرفة الأخبار الذكية في قناتي العربية والجزيرة ممن يحمل أغلبهم عنوان محرر وشهادة الدبلوم في التخصص الإعلامي والذين لا تزيد خبرتهم عن خمس سنوات، وتوصلت الدراسة إلى أن العاملين بغرفة الأخبار الذكية في العربية أكثر من نسبة من العاملين في الجزيرة، وتوصلت إلى أن ثمة تأثير للغرف الإخبارية الذكية على جودة المحتوى الإخباري وتنوع أساليب الممارسة الفعالة.

دراسة آلاء عوض المدهون (2023)⁸ وقد هدفت إلى معرفة تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لمستقبل العمل الإعلامي في ظل تنامي تقنيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخدمت الدراسة منهج المسح معتمدة على الاستبيان والمقابلة كأداتين للدراسة، وطبقت الأدوات على عينة قوامها 102 مبحوثاً من النخبة الإعلامية الفلسطينية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اهتمام النخبة الإعلامية الفلسطينية بالتقنيات الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاء بدرجة كبيرة، كما جاء مجال تحويل الصوت إلى نص مكتوب والعكس من أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.

دراسة وداد هارون أحمد (2022)⁹ وقد سعت للتعرف على واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة وإنتاج المحتوى بوكالات الصحفية السودانية، و تسليط الضوء على التحديات التي تواجه الصحفيين بهذه وكالات. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي من خلال تطبيق الإستبانة الإلكترونية على عينة قوامها (54) صحفي وإداري من العاملين بوكالات الصحفية السودانية تمثلت في عدد من الصحف وهي: (السوداني، الحراك السياسي، الجريدة، الصيحة، الإنتباهة، التيار) ، وكشفت النتائج أن هناك قبول عام حول آلية توظيف تقنيات التحول الرقمي في إنتاج المحتوى بوكالات الصحفية السودانية ومن وجهة نظر الصحفيين. وبينت النتائج أن تقنيات التصوير الرقمي، أدوات التحرير والإخراج الرقمي، الطباعة الإلكترونية من أبرز أدوات وتقنيات التحول الرقمي التي وظفتها وكالات المدروسة.

بينما كشفت النتائج أن أوجه استفادة وكالات الصحفية المدروسة من التقنيات الرقمية تمثلت في السرعة في إنتاج ونشر المحتوى الصحفي، توفير الوقت والجهد، الحفاظ على الموارد المالية للمؤسسة. وبينت النتائج أن 78% أن وكالات المدروسة تنتج المحتوى الإلكتروني والورقي في نفس الوقت، وكشفت النتائج أن الإفتقار إلى التدريب والتأهيل على التعامل مع التقنيات الرقمية، و عدم توفر الأدوات والإمكانات الداعمة للتحول الرقمي هي أبرز التحديات التكنولوجية. ويمثل ارتفاع تكاليف المعدات والأجهزة التقنية، وحالة التدهور الإقتصادي من أبرز التحديات الإقتصادية. وجاء الإهتمام بتطوير البنية الرقمية للمؤسسات الصحفية، و التوجه نحو صحافة الشبكات الإجتماعية، وتقديم دورات تدريبية مكثفة، والأهتمام بتطوير ودعم الأقسام التقنية والفنية في قائمة الإستراتيجيات والخطط المستقبلية الداعمة لتحقيق التحول الرقمي. وأشارت النتائج الى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين واقع التحول الرقمي في إنتاج المحتوى بوكالات الصحفية السودانية و التحديات والإشكاليات التي تواجه هذه وكالات. كما تحقق الفرض الذي يؤكد على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين طبيعة المحتوى المنتج في وكالات الصحفية السودانية وواقع توظيف تقنيات التحول الرقمي.

دراسة أحمد علي الزهراني (2022)¹⁰ وقد هدفت إلى التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسات الصحفية والإعلامية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الصحفيين العرب يمتلكون خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقه بالهواتف الذكي.

دراسة مي مصطفى عبد الرازق (2022)¹¹ وقد هدفت إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثير ذلك على واقع ممارستهم الإعلامية ومحاولة استقراء مستقبل استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام وطبقت على عينة قوامها 451 مبحوثاً من القائمين بالاتصال وتوصلت الدراسة إلى أن متابعة المبحوثين للأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت بمعدل مرتفع.

دراسة فتحي محمد شمس الدين (2022)¹² وقد هدفت الدراسة إلى استشراف رؤية القائم بالاتصال في مصر ومستقبل الإعلام والإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي وأداة المقابلة شبه المقننة بالتطبيق

على عينة قوامها (50) إعلامياً من القائمين بالاتصال والقيادات الإعلامية بوكالات المصرية والعربية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سيكون واقعا وضرورة في كل وسائل الإعلام الإخبارية، وأشارت النتائج أيضا أن القائم بالاتصال يدرك أن هناك تأثيرات مستقبلية على مستقبل القائمين بالاتصال في ظل استخدام الروبوت الإعلامي الذي يستطيع القيام بكل المهارات الإعلامية.

دراسة عبد الله محمد أطيحا، مروة محمد الديب (2022)¹³ وقد هدفت إلى دراسة وقد هدفت الدراسة إلى توظيف التقنيات الرقمية في الوكالات الإعلامية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال واعتمدت الدراسة على منهج المسح وكان قوام عينة الدراسة 130 مبعوثا من القائمين بالاتصال في وكالات الإعلام المصرية وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية إن التقنيات الرقمية التي يمكن الاستفادة فيها مستقبلا في وكالات الإعلامية إنشاء تيجي بيتي يلي تقنية رؤية الكمبيوتر من خلال استخدام الخوارزميات الرياضية حيث جاء حيث بناء أوصاف واضحة وذات مغزى الأشياء الموضوعية في الصور من وجهة نظر عينة الدراسة، كما تبين أن ثمة مقدرة متوسطة للتعامل مع التقنيات الرقمية من قبل عينة الدراسة كما جاءت نتائج الدراسة موضحا أن آلية القدرة على تحليل المحتوى الإعلامي يلي آلية تحليل الجمهور تعد أولى آليات وكالات الإعلامية في توظيف تقنيات كفاءة الإنتاج الإعلامي الرقمي كما أوضحت أن أهم المعوقات التي تقف أمام توظيف وكالات الإعلامية للتقنيات الرقمية هو الحاجة إلى مهارات عالية من القائمين بالاتصال وتحديات الموازنة بين الفعالية والكفاءة والحكم البشري إلى جانب تحدي المعوقات المؤسسية.

دراسة عبد القادر دريدي (2021)¹⁴ هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستويات التحول الرقمي التي حققته وكالة الأنباء الجزائرية باعتبارها إحدى أهم المؤسسات الإعلامية في الجزائر من الناحية المهنية والتقنية وكذا مدى قدرتها على التأقلم مع البيئة الاتصالية الجديدة التي يشهدها القرن الـ 21 ، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وكان قوام عينة الدراسة 200 صحفياً من العاملين بوكالة الأنباء الجزائرية، توصلت هذه الدراسة إلى نتائج هامة من أبرزها أن برنامج "فايل ووركس" مكن الوكالة من استيعاب الأوعية الإعلامية الجديدة كالصورة والصوت وتسخيرها لإنتاج الأخبار وحقق لها تحولا رقميا معتبرا، إلا أن الوكالة لازالت تواجه بعض التحديات

المهنية الانتقالية المرتبطة أساسا بالتكوين والتنسيق بين مختلف الفاعلين في صناعة الأخبار بالإضافة إلى تحديد المسؤوليات المهنية في شكلها الرقمي الجديد.

دراسة إسراء صابر عبد الرحمن (2021) 15 وقد هدفت إلى دراسة واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية ودراسة الاتجاهات التطوير وإشكالية التحول واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وأعدمت على أداتي الملاحظة والمقابلة المتعمقة وطبقت أدواتها على أربعة مؤسسات صحفية تشمل الأهرام والمصري اليوم واليوم السابع والوطن وتوصلت الدراسة إلى أن التحولات التكنولوجية أحدثت تأثيرا واضحا في مختلف جوانب صناعة الصحافة المصرية فقد أدت إلى تطوير أساليب الإدارة وأساليب صناعة واتخاذ القرار وأساليب تنظيمها ولم تتوقف عند ذلك الحد بل تبنت الصحافة المصرية طرقا جديدة في الإنتاج والتوزيع والتحرير حتى تحافظ على مكانتها واستحداث وظائف جديدة مثل صحافة الفيديو الإنفوجراف والبيانات وصحافة الموبايل وصحافة الذكاء الاصطناعي بالإضافة إلى إطلاق منصات رقمية جديدة وتطوير بنيتها إلكترونية وتأسيس أرشيف رقمي متكامل وفي مقابل اتجاهات التطوير كشف البحث الميداني والمقابلات المكتملة عن عدة إشكاليات تؤثر على أداء الصحف وعمليات إنتاج وتقديم المحتوى بشكل رقمي والتي تمثلت في ضعف الكفاءة البشرية وغياب التأهيل والتدريب وضعف البنية الإتصالية والتطور وتبقى التطورات التكنولوجية المتلاحقة .

دراسة محمد عطية الفرحات (2021) 16 بعنوان معوقات التحول الرقمي واستخدام الإدارة الإلكترونية ونظم المعلومات الإدارية في رفع كفاءة وكالات الصحفية العامة وقد هدف البحث لتحديد أهم المعوقات التي تقف أمام تطبيق الإدارة الإلكترونية في وكالات الصحفية العامة تبرز أهميته في توعية متخذ القرار بتلك المعوقات واقتنع وإقناعهم بأهمية تبني التحول الرقمي في هذه وكالات وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي كما تم الاستعانة بالاستبيان كأداة لجمع المعلومات و تكون مجتمع الدراسة من مستوى من الإداريين المتوسط من المديرين الذين يعملون في وكالات الصحفية العامة وتوصلت الدراسة لعدد من نتائج أهمها المتطلبات المالية لمشروع الإدارة الإلكترونية تختلف في نوعها وحجمها عن المتطلبات المالية اللازمة لتطبيق نظم وأساليب الإدارة التقليدية وأن معظم وكالات تعاني من النقص في الإمكانيات المادية اللازمة لمثل هذه المشاريع وهذا الأمر يعد من أهم المعوقات التي تواجه تطبيق الإدارة الإلكترونية

دراسة إسماعيل الزعنون (2021) 17 وقد هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توصيف التوظيف وكالات الإعلامية العربية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وأدواتها في العمل الصحفي وانعكاسها على المصداقية المهنية من وجهة نظر القائم بالاتصال في وكالات الإعلامية العربية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي النوعي حيث تم استخدام صحيفة الاستقصاء والمقابلة المعمقة كأدوات رئيسية للدراسة وتكون مجتمع الدراسة من القائمين على الاتصال في وكالات الإعلامية العربية متمثلة في شبكة الجزيرة ومجموعة إم بي سي والبالغ عدد من 650 فردا وهذه العينة خاصة بحسب صحيفة الاستقصاء أما المقابلة فيتم إجرائها مع خمس أشخاص من المختصين في التقنيات الحديثة والإعلام الرقمي وخبراء في الذكاء الاصطناعي وأوضحت نتائج الدراسة على أن أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي هي أدوات البحث الآلي وأدوات الكشف عن المحتوى المزيف وعملية التصوير الآلي أما فيما يتعلق بأبرز المجالات التي يتم فيها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي تتبع الأخبار العاجلة والبحث الآلي وتزويد الصحفيين بالمعلومات اللازمة من جهة أخرى بينت الدراسة أن استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي ينعكس بصورة إيجابية على المصداقية المهنية والإعلامية وأوصت الدراسة تحديث أساليب العمل الصحفي وتغيير عن ماط التقليدية بما يتوافق مع التحولات التكنولوجية في بيئة العمل الصحفي وضرورة العمل على رفع وعي العاملين بوكالات الصحفية بأهمية استخدام التكنولوجي وتدريبهم على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصعب.

دراسة أحمد علي يوسف (2021) 18 وهدفت إلى التعرف إلى مدى مصداقية وموضوعية وثقة خبراء الإعلام في المنطقة العربية بالمحتوى الإخباري المنتج بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى جانب كشف مسؤولية الجهات الإعلامية والتكنولوجية عن الأخطاء التي تقع فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري وتوضيح إيجابيات صناعة الإعلام بواسطة الذكاء الاصطناعي وإظهار خطورة تقنيات التزييف العميق وتحيز البيانات وغياب الوعي الذاتي لتقنية الذكاء الاصطناعي وتقليص الموظفين لصالح التقنيات وغيرها في صناعة الإعلام واستخدمت الدراسة المنهج المسحي حيث تنتمي دراسة إلى البحوث الوصفية وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج ومنها أن أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام كان مجال تتبع الأخبار العاجلة وتنبيه الصحفيين المرتبة الأولى، وجاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال تصميم ومونتاج وإخراج المحتوى

المرتبة الأخيرة وأن أبرز التحولات والتغيرات التي تفرضها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في بيئة الإعلام الرقمي تمثلت في تغيير من مهام ومسؤوليات الصحفيين من خلال دمج خبراء البرمجة داخل غرف الأخبار، يليه استبدال بعض الوظائف العملية بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأدواته، وبرمجة غرف الأخبار آلياً، وأن تقنية الذكاء الاصطناعي ما زالت تعتمد على لغة كافة ومفردات محدودة وتفقر لإنسانة المحتوى الإخباري وذلك بدرجة كبيرة كما أظهرت نتائج الدراسة أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي تصدر في بعض الأحيان قرارات بالنيابة عن الصحفيين دون الحصول على موافقتهم وان التحديات الناتجة عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي تمثلت فيه تحيز البيانات التي تستند إليها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى يليها غياب الوعي الذاتي لقوارزمات الذكاء الاصطناعي يليها عدم جودة وصحة البيانات كما أوصت الدراسة الجهات القانونية إلى وضع استراتيجية تساهم في صياغة تشريعات ودلائل أخلاقية ومهنية تضبط عملية إدخال الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام.

دراسة محمود رمضان أحمد (2020)¹⁹ وقد استهدفت الدراسة التعرف على مدى تحقيق تكاملية الوسائل من خلال توظيف الصحف المصرية للمنصات المتعددة في نشر محتواها الصحفي، في إطار سعيها لتحقيق أهدافها، وذلك بإجراء دراسة على عينة من الصحف المصرية (الأهرام- الأخبار- الوفد- اليوم السابع- المصري اليوم). اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توظيف أداة لاستبانة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن تكاملية الوسائل الاتصالية قد عبرت بشكل عام عن التقارب لتشابك بن قنوات الإعلام الاتصال المختلفة التقليدية والإلكترونية. كما أكدت النتائج أيضاً أن نمو وازدياد مستخدمي الأخبار عبر الإنترنت يأتي في مقدمة الأسباب التي تدفع وكالات الصحفية بقوة نحو استخدام لمنصات متعددة في نشر المحتوى، ثم انخفاض مبيعات الصحف وتراجع نسبة جمهور الصحف الورقية، ثم المنافسة الشديدة بن الوسائل الإعلامية والاتصالية على موارد الإعلانات. وأثبتت النتائج أيضاً أن نسبة 96.2% من أفراد العينة يرون أهمية تحقيق التكامل بن المنصات المتعددة المستخدمة في نشر المحتوى، باعتبار ذلك وسيلة من وسائل تسويق الصحيفة، وأن أبرز أشكال تحقيق تكامل المنصات المتعددة وآليات توظيفها في نشر المحتوى الصحفي في إطار سعي الصحيفة لتسويق نفسها: الإعلان عن المحتوى المنشور في النسخ الورقية عن طريق الموقع الإلكتروني أو المنصات

الإلكترونية الأخرى، والإعلان عن المحتوى المنشور على الموقع الإلكتروني عن طريق المنصات الإلكترونية الأخرى.

دراسة عمر أبو عقروب (2019)²⁰ بعنوان نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها وهدف البحث إلى تقديم نموذج ومرجع للباحثين وصحفيين حول غرف الأخبار الذكية والتحويلات التي أحدثتها الوسائل والتقنيات الاتصالية الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل عملية الإنتاج الإخباري وهيكله غرف الأخبار من منظور حتمية ماكلوهان التكنولوجية وأتمتت الدراسة على المنهج النوعي وإعدادي الملاحظة الميدانية الشخصية والمقابلات المعمقة لجمع وتحليل البيانات من داخل غرف أخبار قناتي الجزيرة العربية والإنجليزية وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن غرف الأخبار الذكية تعتمد على ذكاء الإنسان ومن ثم ذكاء الآلة وأن الوسائل الاتصالية الحديثة فرض تغييرات عدة على مراحل عملية الإنتاج الإخباري الخمسة الرئيسية وتجمع الأخبار، التحقق والتثبت، المعالجة البصرية والتحريرية، النشر والتغذية الراجعة والأدوات المستخدمة فيها مما تطلب تغييرات في هيكله غرف الأخبار لتواكب التطور الاتصالي وتستفيد منه لزيادة كفاءة كما أن استخدام الوسائل والأدوات الاتصالية الحديثة أثر بشكل مباشر على شكل ومضمون كل ما تتجه غرف الأخبار الذكية.

التعليق على الدراسات السابقة :

- **الموضوع والإشكاليات البحثية:** تناولت معظم الدراسات معالجة بيئة العمل الصحفي والإعلامي في القطاع الإخباري في ظل تطور التقنيات وآليات الإعلام الرقمي والكشف عن مدى توظيفها في إنتاج المحتوى الصحفي والإخباري وحجم الإشكاليات التي تواجههم، وكان الوزن النسبي لرصد التحويلات الرقمية في بيئة العمل الصحفي يفوق مؤسسات العمل الإعلامي في القطاع الإخباري.
- **منهجية البحثية:** أغلب الدراسات السابقة كان من نوعية الدراسات الوصفية واستخدمت عدد من المناهج لمعالجة الموضوعات التي تم تناولها وكان أبرزها المنهج المسحي التحليلي والمنهج المقارن ودراسة الحالة.
- **أدوات الدراسة:** وظفت غالبية الدراسات السابقة أداة الاستبيان والقليل منها استخدم أداة المقابلة، وذلك بهدف رصد اتجاهات القائمين بالاتصال من

أعلاميين وإداريين وتقنيين وفنيين في وكالات الصحفية والتلفزيونية نحو إمكانية استخدام التقنيات الرقمية في صناعة المحتوى الصحف والإشكالات التي تواجههم والآفاق المستقبلية المتوقعة لتطبيق هذه تقنيات، وتبيان آثار ذلك على جودة العمل الاخباري والصحفي.

- **النظريات المستخدمة:** اهتمت أغلب الدراسات السابقة بتوظيف عدد من النظريات العلمية التي ركزت على واقع استخدام التقنيات الرقمية في وكالات الصحفية وقياس مدى التحولات الرقمية في هذه وكالات ورصد اتجاهات القائمين بالاتصال والتأثيرات المستقبلية على المهنة ومنها على سبيل المثال نظريات التحول الرقمي، الثراء الإعلامي والاندماج الإعلامي انتشار المبتكرات والمستحدثات ثراء المعلومات والتي استفادت منها الباحثة في تحديد النظرية التي توقف مع أهداف ومشكلة دراستها الحالية

- **النتائج:** تبينت النتائج الدراسات السابقة حول آلية توظيف التقنيات الرقمية في وكالات الصحفية والاخبارية والتحديات التي تواجه كل مؤسسة على حدة كما اتفقت أغلب النتائج أن العديد من وكالات الصحفية والاخبارية وخاصة في البلدان العربية ما زالت قاصرة في تحقيق التوجه نحو التحول الرقمي الكامل في إنتاج محتوى صحفي واخباري يتواءم والتطور الحالي في مجال الإعلام الرقمي وتقنياته، وقد تفردت الدراسة الحالية في أنها تناولت دراسة واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى في وكالات الاخبارية العراقية بشكل مباشر وتكاد تكون الدراسة الأولى في حدود المسح المتاح - التي تناولت التحول الرقمي في الوسائل الإعلامية العراقية وخاصة في قطاع الاخبار فقد كانت غالبية الدراسات السابقة تركز على استخدام التقنيات الرقمية في وكالات الصحفية في الدول العربية أو الأجنبية.

- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:** استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في اختيار ومعالجة موضوع الدراسة وتحديد الأهداف ووضع التساؤلات واختيار أدوات الدراسة وتحديد الهوية البحثية للدراسة الحالية، وكذلك الاسترشاد بالدراسات السابقة في تحديد نوعية البحث والمنهج المستخدم اختيار عينة الدراسة وتحديد مجتمع البحث ووضع أسئلة الاستبيان التي ساعدت الباحثة في جمع المعلومات التي تحقق أهداف البحث و الإجابة على تساؤلاته.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: نظرية الحتمية التكنولوجية

تعتمد الباحثة في دراستها الحالية على "نظرية الحتمية التكنولوجية"؛ باعتبارها إطاراً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة في بنائها النظري وتطوير تساؤلاتها، نظراً لطبيعة تأثير التكنولوجيا على المجتمع؛ حيث تقدم نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان إطاراً لفهم كيف تؤثر التكنولوجيا على المجتمع والثقافة. من خلال التركيز على تأثير وسائل الإعلام، يدعو ماكلوهان إلى التفكير في كيفية تشكيل التكنولوجيا لعالمنا وكيف يمكن أن تؤثر على سلوكياتنا وتفاعلاتنا.

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية واحدة من أبرز الأفكار التي طرحها عالم الإعلام الكندي مارشال ماكلوهان، والتي تتناول تأثير التكنولوجيا على المجتمع والثقافة.

أبرز الافتراضات المتعلقة بالنظرية:

1. مفهوم الحتمية التكنولوجية

تفترض الحتمية التكنولوجية أن التكنولوجيا، وخاصة وسائل الإعلام، تحدد كيفية تفكير الأشخاص وسلوكهم وتفاعلهم. بمعنى آخر، شكل التكنولوجيا يؤثر بشكل مباشر على الشكل الاجتماعي والثقافي.

2. الوسيلة هي الرسالة

من أشهر مقولات ماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة"، حيث يقصد أن تأثير الوسيلة نفسها (مثل التلفزيون، الراديو، الإنترنت) يتجاوز المحتوى الذي تقدمه. فكل وسيلة تخلق تجربة مختلفة تؤثر على المجتمع.

3. تأثير وسائل الإعلام

يركز ماكلوهان على كيف أن كل وسيلة إعلامية جديدة تُحدث تحولات في الوعي الاجتماعي، وتعيد تشكيل العلاقات الإنسانية. على سبيل المثال، جاء ظهور الكتابة ليغير طريقة التفكير والتواصل، بينما غيرت وسائل الإعلام الإلكترونية، مثل التلفزيون والإنترنت، طبيعة التفاعل الاجتماعي.

4. القرية العالمية

قدم ماكلوهان مفهوم "القرية العالمية" ليصف كيف يمكن لوسائل الإعلام الحديثة أن تربط الناس عبر المسافات الجغرافية، مما يجعل العالم كأنه قرية صغيرة. هذا الاتصال السريع يعزز التفاعل الثقافي ولكنه قد يؤدي أيضاً إلى تحديات ثقافية.

5. النتائج الاجتماعية والثقافية

يشير ماكلوهان إلى أن التقدم التكنولوجي يمكن أن يؤدي إلى تغييرات اجتماعية وثقافية عميقة، مثل فقدان الخصوصية أو التغييرات في أنماط العمل والتواصل.²¹

ثانياً: دوافع التحول الرقمي لوكالات الأنباء:

حصلت تحولات هائلة في طريقة صناعة الأخبار وتصنيفها واستهلاكها، فقد أضافت الخصائص الرقمية مميزات استثنائية؛ إذ تميز الإعلام الرقمي بالأخبار الفورية والمحلية والأكثر قصرًا، بالإضافة إلى تقديم ميزات الوسائط المتعددة؛ وهو ما يتيح للناس الوصول السريع إلى الأخبار وعدم انتظار نشرة الأخبار أو انتظار الصحيفة الورقية في اليوم التالي.

ومن المهم الإشارة إلى أن هذا التحول في بيئة الإعلام الرقمي أدى إلى تحول في مفهوم الحقيقة والمصداقية في الأخبار. فعلى الرغم من وجود العديد من المنصات الإخبارية ذات المصداقية العالية، فإنه أيضاً من الممكن لأي شخص إنشاء موقع أو حساب على وسائل التواصل الاجتماعي ونشر محتوى مُضلل أو غير صحيح، ومن ثم أصبح التقارب مع الجمهور واستخدام آليات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن ذلك والتصدي له من المطالب الضرورية لوكالات الأنباء الإخبارية²²

ثالثاً: تقنيات التحول الرقمي في وكالات الأخبار وتأثيراته على القائمين بالاتصال

تشهد وكالات الأخبار تحولاً رقمياً كبيراً يتضمن استخدام تقنيات متعددة لتحسين الكفاءة وزيادة التفاعل مع الجمهور. إليك بعض التقنيات الرئيسية المستخدمة في هذا التحول:

1. الذكاء الاصطناعي (AI)

- توليد المحتوى: يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء تقارير إخبارية بسيطة، مثل تحديثات الرياضة أو الأخبار العاجلة.

■ **التحليل التنبؤي:** ويتمثل في تحليل البيانات التاريخية لتوقع الأحداث المستقبلية والاتجاهات في الأخبار، مما يساعد الوكالات على التخطيط للمحتوى.

3. التفاعلية

■ **البث المباشر:** تقديم الأخبار عبر البث المباشر على منصات مثل فيسبوك ويوتيوب، مما يزيد من التفاعل مع الجمهور.

■ **التطبيقات التفاعلية:** تطوير تطبيقات تتيح للمستخدمين التفاعل مع المحتوى، مثل التصويت أو التعليق.

4. **إدارة المحتوى الرقمي (CMS)** استخدام أنظمة إدارة المحتوى لتحسين عملية نشر المحتوى وتنظيمه، مما يسهل التحديثات السريعة.

5. **التصميم المتجاوب:** تصميم مواقع الويب والتطبيقات لتكون متوافقة مع جميع الأجهزة، مما يضمن تجربة مستخدم مريحة على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.

6. **الوسائط المتعددة:** دمج مقاطع الفيديو والصور والرسوم البيانية في المحتوى الإخباري لتقديم معلومات أكثر جاذبية وتفاعلاً.

7. **تقنيات الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR):** توفير تجارب غامرة للمستخدمين من خلال تقنيات AR و VR، مما يمكنهم من استكشاف الأحداث بشكل تفاعلي.

9. **البودكاست:** إنتاج محتوى صوتي يمكن للمستخدمين الاستماع إليه في أي وقت، مما يفتح قناة جديدة للتواصل مع الجمهور.

10. **تحليل المشاعر:** استخدام أدوات تحليل المشاعر لفهم ردود فعل الجمهور على المحتوى المقدم، مما يساعد في توجيه استراتيجيات التحري^{23,24}

اسئلة الدراسة:

تسعي الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما اتجاهات القائم بالاتصال نحو كل من توظيف وكالات الأنباء العراقية لتقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى ومظاهر التحديث للتحول الرقمي في أساليب تنظيم وأدارة العمل

الاخباري و التحديات التي تواجهها (وكالة الأنباء العراقية ، وكالة السومرية نيوز) ؟ وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما أكثر وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالات الإخبارية بالعراق؟
 - 2- ما البرامج التقنية التي تستخدم في عمل الوكالة الأخبارية بالعراق ؟
 - 3- ما مستوى المعرفة والتطبيق لبرامج الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري بالعراق ؟
 - 4- ما مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وأدارة العمل الاخباري بالوكالات الأخبارية بالعراق ؟
 - 5- ما المعوقات او السلبيات التي تحول دون استخدام الرقمية في انتاج المحتوى الاخباري بوكالات الانباء بالعراق ؟
- منهجية الدراسة وأدواتها وعينتها:

- **منهجية الدراسة:** أعتمدت الدراسة على منهج المسح؛ بغرض التعرف على واقع التحول الرقمي لدى مؤسسات الاخبار العراقية من وجهة نظر العاملين فيها.
- **عينة الدراسة:** أعتمدت الدراسة على 140 من العاملين(الصحفيين- التقنيين- فنيين-مراسلين) (وكالة الأنباء العراقية ، وكالة السومرية نيوز) والتي قد تم تحديدها كمجتمع للدراسة.
- **أداة الدراسة:** تم الأعتقاد على أداة الأستبيان في جمع وتحليل البيانات، وتم تصميم وتقسيم الاستمارة إلى عدة محاور تضمنت اتجاهات القائم بالاتصال نحو:
- **المحور الأول:** أكثر وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالات الإخبارية بالعراق.
- **المحور الثاني:** البرامج التقنية التي تستخدم في عمل الوكالات الأخبارية بالعراق .
- **المحور الثالث:** مستوى المعرفة والتطبيق للعاملين بوكالات الأخبارية لبرامج الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري بالعراق .

- **المحور الرابع:** مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وإدارة العمل الإخباري بالوكالات الإخبارية بالعراق.
- **المحور الخامس:** المعوقات أو السلبيات التي تحول دون استخدام الرقمية في إنتاج المحتوى الإخباري.

نتائج الدراسة:

المحور الأول: أكثر وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالات الإخبارية بالعراق

جدول (1) أكثر وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالة

المجموع	الرتبة	وكالة السومرية نيوز		الرتبة	وكالة الأنباء العراقية (واع)		ما هي أكثر وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالة؟	
		النسبة	التكرار		النسبة	التكرار		
29.0	83	2	25.7	35	1	32.00	48	جهاز الكمبيوتر أو اللاب توب
20.6	59	3	20.6	28	3	20.7	31	كمبيوتر لوحي (الايباد- التاب)
23.1	66	4	19.1	26	2	26.7	40	الهاتف الذكي(المحمول)
22.7	65	1	29.4	40	4	16.7	25	كاميرات رقمية
1.4	4	6	0	0	5	2.6	4	برامج (تطبيقات) الذكاء الاصطناعي
3.2	9	5	5.2	7	6	1.3	2	جميع ما تقدم
100%	286		100%	136		100%	150	المجموع

ملاحظة : اتيح للمبحوثين اختيار اكثر من بديل (n = 140) .

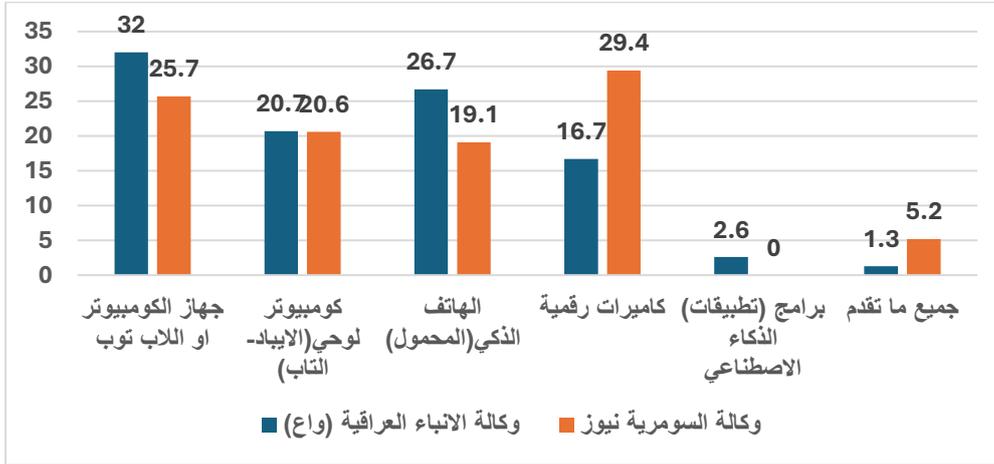
يتضح من الجدول (1) الجدول يوضح الوسائل الأكثر استخداماً في التحول الرقمي من قبل وكالتين إخباريتين هما وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز ، حيث جاء (جهاز الكمبيوتر أو اللاب توب) بـ (83) وبنسبة (29 %) ، وهذا يعني ان الكمبيوتر أو اللاب توب الوسيلة الأكثر استخداماً عبر الوكالتين ، ثم جاء (الهاتف الذكي(المحمول) بـ (66) وبنسبة (23.1%) ، وبعده (كاميرات رقمية) بـ (65) وبنسبة (22.7 %) ، ويليه بالترتيب (كومبيوتر لوحي(الايباد- التاب)) بـ (59) وبنسبة (20.6 %) ، ومن ثم (جميع ما تقدم) بـ (9) وبنسبة (3.2 %) ، وأخيراً (برامج (تطبيقات) الذكاء الاصطناعي) بـ (4) وبنسبة (1.4%).

ويتضح مما سبق أن غالبية اتجاهات القائم بالاتصال نحو وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالتين محل الدراسة، جاء بالصورة التالية :

فقد استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) لـ (جهاز الكمبيوتر أو اللاب توب) وقد جاء في المرتبة الأولى (48) تكرارا وبنسبة (32%) ، وقد جاء استخدام وكالة السومرية نيوز لهذا المتغير في المرتبة الثانية (35) تكرارا وبنسبة (25.7%) . وقد جاء استخدام وكالة الأنباء العراقية (واع) لمتغير (الهاتف الذكي (المحمول)) جاء في المرتبة الثانية (40) تكرارا وبنسبة (26.7%) ، ووكالة السومرية نيوز جاء في المرتبة الرابعة (26) تكرارا وبنسبة (19.1%) ، وقد استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) لمتغير (الكمبيوتر اللوحي (الأيباد/التاب)) جاء في المرتبة الثالثة بنسبة (31) تكرارا وبنسبة (20.7%) ، في حين كانت وكالة السومرية نيوز جاء في المرتبة الثالثة (28) تكرارا وبنسبة (20.6%) ، كما استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) لمتغير (كاميرات رقمية) جاء في المرتبة الرابعة (25) تكرارا وبنسبة (16.7%) ، ووكالة السومرية نيوز جاء في المرتبة الأولى (40) تكرارا وبنسبة (29.4%) ، وهذا يعني أن الكاميرات الرقمية تحتل مكانة هامة خاصة في وكالة السومرية نيوز، مما يدل على التركيز على جودة الصورة في العمل الصحفي، كما استخدمت، كما استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) استخدمت لمتغير (برامج (تطبيقات) الذكاء الاصطناعي) بـ (4) تكرارات وبنسبة (2.6%) ، ووكالة السومرية نيوز لم تُستخدم (0%) ، ويشير هذا الى اعتماد الذكاء الاصطناعي في التحول الرقمي ما زال محدودًا للغاية، ربما بسبب عدم انتشار هذه التكنولوجيا بشكل واسع أو عدم توافرها ، كما استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) استخدمت هذه الوسائل مجتمعة لمتغير (جميع ما تقدم) بـ (2) تكرارات وبنسبة (1.3%) ، ووكالة السومرية نيوز استخدمتها بـ (7) تكرارات وبنسبة (5.2%) ، قلة من المبحوثين يستخدمون جميع الوسائل المتاحة بشكل متكامل، مما يشير إلى تفضيل التخصص في وسيلة معينة من وسائل التحول الرقمي.

نستنتج من الجدول أعلاه أن جهاز الكمبيوتر أو اللاب توب والهاتف الذكي هما الوسيلتان الأكثر استخدامًا للتحول الرقمي، حيث يلعبان دورًا حيويًا في عمل الوكالتين، الكاميرات الرقمية تبرز بشكل خاص في وكالة السومرية نيوز، مما يدل على التركيز على الجانب البصري في التحول الرقمي، كما أن الذكاء الاصطناعي لم يتم تبنيه بشكل واسع بعد، مما يشير إلى أن هناك مجالًا للتحسين في هذا

الجانب. التكامل بين مختلف الوسائل الرقمية ليس شأنًا بشكل كبير، مما قد يدل على وجود تخصصات أو تفضيلات معينة لكل وكالة أو حتى لكل فرد .



شكل (1) أكثر وسائل التحول الرقمي المعتمدة في عمل الوكالة

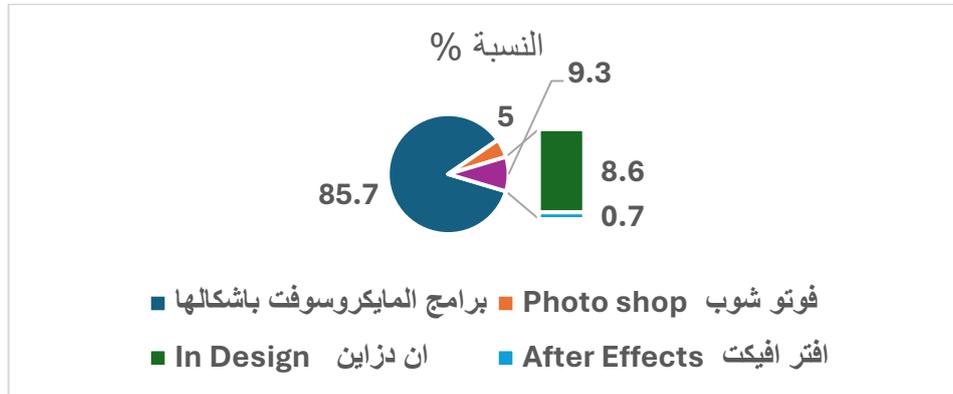
المحور الثاني: البرامج التقنية التي تستخدم في عمل الوكالات الاختبارية بالعراق.

جدول (2) ماهي البرامج التي تستخدمها أثناء عملك

المجموع	الرتبة	وكالة السومرية نيوز		الرتبة	وكالة الأنباء العراقية (واع)		ماهي البرامج التي تستخدمها أثناء عملك ؟
		النسبة	التكرار		النسبة	التكرار	
85.7	1	87.1	61	1	84.3	59	برامج المايكروسوفت بأشكالها
5.00	3	4.3	3	3	5.7	4	فوتو شوب Photo shop
8.6	2	8.6	6	2	8.6	6	ان دزاين In Design
0.7	4	0.00	0	4	1.4	1	افتر افيكس After Effects
100		100	70		100	70	المجموع

يوضح الجدول (2) اهم البرامج التي تستخدم من قبل الوكالتين (وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز) ، من خلال إجمالي الوكالتين حيث جاء بالمرتبة الأولى (برامج المايكروسوفت بأشكالها) بـ (120) وبنسبة (85.7 %) ، ثم جاء (ان دزاين In Design) بـ (12) وبنسبة (8.6 %) ، وبعده (فوتو شوب Photo shop) بـ (7) وبنسبة (5 %) ، وأخيرا (افتر افيكس After Effects) بـ (1) تكرارات وبنسبة (0.7 %) ، وفيما يتعلق بالبرامج التي تستخدم في عمل الوكالتين محل الدراسة جاء بالصورة التالية : فقد جاء استخدام وكالة الأنباء العراقية (واع) لـ (برامج المايكروسوفت بأشكالها) في المرتبة الأولى (59) تكرارا

وبنسبة (84.3 %) ، وأيضا وكالة السومرية نيوز في المرتبة الأولى بـ (61) تكرارا وبنسبة (87.1 %) . وقد جاء استخدام وكالة الأنباء العراقية (واع) لمتغير (فوتو شوب Photo shop) في المرتبة الثالثة (4) تكرارا وبنسبة (5.7 %) ، ووكالة السومرية نيوز جاء في المرتبة الثالثة (3) تكرارا وبنسبة (4.3 %) . استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) لمتغير (ان دزاين In Design) جاء في المرتبة الثانية بنسبة (6) تكرارا وبنسبة (8.6 %) ، في حين كانت وكالة السومرية نيوز جاء في المرتبة الثانية (6) تكرارا وبنسبة (8.6 %) . هذا وقد استخدمت وكالة الأنباء العراقية (واع) لمتغير (افتر افيكيت After Effects) جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (1) تكرارا وبنسبة (1.4 %) ، في حين كانت وكالة السومرية نيوز جاء في المرتبة الرابعة (0) تكرارا وبنسبة (0 %) .



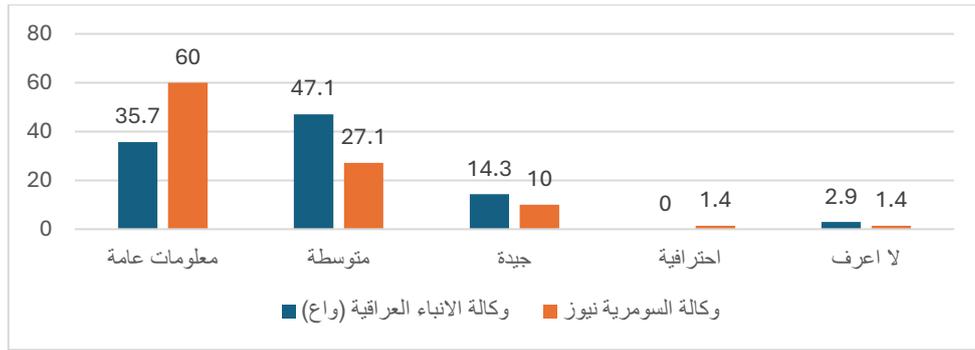
شكل (2) يوضح البرامج التي يستخدمها العاملون أثناء عملهم

■ المحور الثالث: مستوى المعرفة والتطبيق للعاملين بوكالات الأخبارية لبرامج الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاخباري بالعراق .

جدول (3) يبين مستوى معرفتك بالذكاء الاصطناعي

الرتبة	المجموع		الرتبة	وكالة السومرية نيوز		الرتبة	وكالة الأنباء العراقية (واع)		ما هو مستوى معرفتك بالذكاء الاصطناعي؟
	النسبة	التكرار		النسبة	التكرار		النسبة	التكرار	
1	47.9	67	1	60.0	42	2	35.7	25	معلومات عامة
2	37.1	52	2	27.1	19	1	47.1	33	متوسطة
3	12.1	17	3	10.0	7	3	14.3	10	جيدة
5	0.7	1	4	1.4	1	5	0.00	0	احترافية
4	2.1	3	5	1.4	1	4	2.9	2	لا اعرف
	100	140		100	70		100	70	المجموع

يوضح الجدول (3) مستوى معرفة العاملين بالذكاء الاصطناعي في وكالتين: وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز، مع تقديم ترتيب لهذه المستويات وفقاً للنسبة المئوية لكل فئة، من خلال المجموع الكلي للوكالتين، جاء بالترتيب الأول (معلومات عامة) بـ (67) تكراراً لديهم معرفة بالذكاء الاصطناعي وبنسبة (47.9%)، وجاء بالترتيب الثاني (متوسطة) بـ (52) تكراراً وبنسبة (37.1%)، جاء بالترتيب الثالث (جيدة) بـ (17) تكراراً وبنسبة (12.1%)، وبالترتيب الرابع (لا اعرف) بـ (3) تكراراً وبنسبة (2.1%)، وأخيراً الترتيب الخامس (احترافية) بـ (1) تكراراً وبنسبة (0.7%) . ونستنتج مما سبق أن: المعرفة العامة والمتوسطة بالذكاء الاصطناعي هي الأكثر شيوعاً بين العاملين في كلتا الوكالتين. المعرفة الاحترافية نادرة جداً، مما يشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من التدريب والتطوير في هذا المجال. عدم المعرفة بالذكاء الاصطناعي موجودة ولكن بنسبة قليلة.



شكل (3) يبين مستوى معرفتك بالذكاء الاصطناعي

■ المحور الرابع: مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وأدارة العمل الإخباري بالوكالات الإخبارية بالعراق.

جدول (4) يبين مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وأدارة العمل الإخباري

الرتبة	المستوى	الاحتراف المعياري	الوسط الحسابي	مرتفع		متوسط		ضعيف		مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وأدارة العمل الإخباري في الوكالة
				النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
2	مرتفع	0.515	2.62	63.6	89	35.0	49	1.4	2	سرعة التكيف والتأقلم مع التغيرات الرقمية وتطوراتها
1	مرتفع	0.469	2.68	67.9	95	32.1	45	—	—	استطاعت الوكالة إعادة إنتاج المحتوى الصحفي بعناصر رقمية مع الحفاظ على القيم الإعلامية
5	مرتفع	0.526	2.56	57.9	81	40.7	57	1.4	2	فكك التحول الرقمي قيود المساحة المكانية بالنسبة للصحفيين
4	مرتفع	0.499	2.56	55.7	78	44.3	62	—	—	مرت الوكالة بعملية تغيير سريع استجابة للتطورات الرقمية المتلاحقة
3	مرتفع	0.538	2.57	59.3	83	38.6	54	2.1	3	تقسيم العمل في الوكالة متوافق مع أسس العمل الصحفي لعمليات التحرير والنشر والتدقيق الرقمي وتقليل الجهد المتوقع
10	متوسط	0.671	2.05	25.0	35	55.0	77	20.0	28	ترضخ الوكالة لرغبات ومصالح الإدارات العليا في تغطيتها أو أداء عملها
9	مرتفع	0.589	2.36	41.4	58	52.9	74	5.7	8	دفع التحول الرقمي الى إعادة تنظيم هيكلية العمل ودمج بعض الأقسام مع بعضها
7	مرتفع	0.538	2.43	45.0	63	52.9	74	2.1	3	حققت عملية التنظيم الرقمي في أداء العمل للقائم بالاتصال الى نتائج إيجابية انعكس على عمله
6	مرتفع	0.553	2.44	47.1	66	50.0	70	2.9	4	تصوير الفوتو والفيديو وفقاً للمقاييس الرقمية
8	مرتفع	0.561	2.41	44.3	62	52.1	73	3.6	5	إمكانية استخدام تقنيات متطورة لتحويل الأخبار الى أشكال ورسوم بيانية ورقمية
	مرتفع	0.551	2.47							المجموع

تشير بيانات جدول(4) أن استطاعت الوكالة إعادة إنتاج المحتوى الصحفي بعناصر رقمية مع الحفاظ على القيم الإعلامية جاءت بالترتيب الأول كأهم مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وإدارة العمل الإخباري في الوكالة ، وهي أكثر عبارة اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي بلغ (2.68) وانحراف معياري (0.469) ، تلتها (سرعة التكيف والتأقلم مع التغيرات الرقمية وتطوراتها) بالمرتبة الثانية اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.62) وانحراف معياري (0.515) ، وبعدها (تقسيم العمل في الوكالة متوافق مع أسس العمل الصحفي لعمليات التحرير والنشر والتدقيق الرقمي وتقليل الجهد المتوقع) بالمرتبة الثالثة اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.57) وانحراف معياري (0.538) ، وبالمرتبة الرابعة (مرت الوكالة بعملية تغيير سريع استجابة للتطورات الرقمية المتلاحقة) اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.56) وانحراف معياري (0.499) ، وبالمرتبة الخامسة (فك التحول الرقمي قيود المساحة المكانية بالنسبة للصحفيين) اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.56) وانحراف معياري (0.526) ، وبالمرتبة السادسة (تصوير الفوتو والفيديو وفقاً للمقاييس الرقمية) اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.44) وانحراف معياري (0.553) ، وبالمرتبة السابعة (حققت عملية التنظيم الرقمي في أداء العمل للقائم بالاتصال الى نتائج إيجابية انعكس على عمله) اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.43) وانحراف معياري (0.538) ، وبالمرتبة الثامنة (إمكانية استخدام تقنيات متطورة لتحويل الأخبار الى أشكال ورسوم بيانية ورقمية) اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.41) وانحراف معياري (0.561) ، وبالمرتبة التاسعة (دفع التحول الرقمي الى إعادة تنظيم هيكلية العمل ودمج بعض الأقسام مع بعضها) اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي (2.36) وانحراف معياري (0.589) ، وأخيراً بالمرتبة العاشرة (ترضخ الوكالة لرغبات ومصالح الإدارات العليا في تغطياتها أو أداء عملها) بمتوسط حسابي (2.05) وانحراف معياري (0.671) ، وهذه الفقرة تشير إلى أن المبحوثين يميلون بشكل متوسط (طفيف) إلى الاعتقاد بأن الوكالة تتأثر برغبات الإدارات العليا في عملها، لكن هذا الاعتقاد ليس قوياً جداً، وهناك بعض التباين في آرائهم حول هذا الموضوع حيث جاءت وكالة العراقية (واع) بنسبة (20.0) ، فيما جاءت السومرية نيوز بنسبة (2.05) ، وبشكل إجمالي تشير جميع العبارات الى موافقة المبحوثين على (مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وإدارة العمل الإخباري في الوكالة) بمتوسط حسابي (2.47) وانحراف معياري (0.551)

■ **المحور الخامس: المعوقات أو السلبيات التي تحول دون استخدام الرقمية في إنتاج المحتوى الاخباري.**

جدول (5) في ضوء عملك في الصحافة ما المعوقات أو السلبيات التي تحول دون استخدامك الرقمية في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي ؟

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	درجة الموافقة						ما المعوقات أو السلبيات التي تحول دون استخدامك الرقمية في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي
				موافق		محايد		معارض		
				النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
2	موافق	0.527	2.44	45.7	64	52.9	74	1.4	2	عدم توفر شبكة الإنترنت
3	موافق	0.671	2.44	54.3	76	35.7	50	10.0	14	التقطع المستمر بالإنترنت بسبب أزمات الكهرباء
1	موافق	0.651	2.46	55.0	77	36.4	51	8.6	12	سوء البنية التحتية الرقمية
4	محايد	0.638	2.29	38.6	54	51.4	72	10.0	14	سياسة الوكالة التي تعمل لديها
8	محايد	0.608	2.11	24.3	34	62.1	87	13.6	19	عدم وجود مهارات فنية في الحاسوب
9	محايد	0.620	2.11	25.0	35	60.7	85	14.3	20	يشكل عنصر الوقت عائقاً أمام رفق وسائل الوكالة الرقمية بشكل سريع
5	محايد	0.564	2.25	31.4	44	62.1	87	6.4	9	قلة الخبرة
7	محايد	0.590	2.14	25.0	35	63.6	89	11.4	16	التخصص الأكاديمي المغاير لمجال العمل
6	محايد	0.595	2.24	32.1	45	59.3	83	8.6	12	عدم إتقان اللغة التي تعمل بها الأدوات الرقمية
محايد		0.047	2.28	المجموع						

تشير بيانات الجدول (6) أن (سوء البنية التحتية الرقمية) جاءت بالترتيب الأول لاهم المعوقات أو السلبيات التي تحول دون استخدامك الرقمية في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي ، وهي أكثر عبارة اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي بلغ (2.46) وانحراف معياري (0.651) ، تلتها (عدم توفر شبكة الإنترنت) بالمرتبة

الثانية اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي بلغ (2.44) وانحراف معياري (0.527) ، وبعدها (النقطع المستمر بالإنترنت بسبب أزمات الكهرباء) بالمرتبة الثالثة اتفق معها المبحوثين بمتوسط حسابي بلغ (2.44) وانحراف معياري (0.671) ، وبالمرتبة الرابعة جاءت عبارة (سياسة الوكالة التي تعمل لديها) بمتوسط حسابي بلغ (2.29) وانحراف معياري (0.638) بدرجة محايد ، وخامسا بدرجة محايد لعبارة (قلة الخبرة) بمتوسط حسابي بلغ (2.25) وانحراف معياري (0.564) ، وسادسا (عدم إتقان اللغة التي تعمل بها الأدوات الرقمية) بمتوسط حسابي بلغ (2.24) وانحراف معياري (0.595) بدرجة محايد ، وبدرجة محايد للعبارة (التخصص الأكاديمي المغاير لمجال العمل) بالمرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ (2.14) وانحراف معياري (0.590) بدرجة محايد ، بالمرتبة الثامنة (عدم وجود مهارات فنية في الحاسوب) بمتوسط حسابي بلغ (2.11) وانحراف معياري (0.608) بدرجة محايد، وبالمرتبة التاسعة (يشكل عنصر الوقت عائقا أمام رفق وسائل الوكالة الرقمية بشكل سريع) بمتوسط حسابي بلغ (2.11) وانحراف معياري (0.620) بدرجة محايد. وبشكل عام فإن أغلبه الإجابات كانت بدرجة المحايد بمتوسط حسابي (2.28) وبانحراف معياري (0.047) .
خاتمة الدراسة:

أهم نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى اتجاهات القائم على الاتصال نحو توظيف تقنيات التحول الرقمي بوكالات الأنباء العراقية (وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز) جاءت على النحو التالي:

- جهاز الحاسوب أو اللاب توب والهاتف الذكي هما الوسيلتان الأكثر استخدامًا للتحول الرقمي، حيث يلعبان دورًا حيويًا في عمل الوكالتين، الكاميرات الرقمية تبرز بشكل خاص في وكالة السومرية نيوز، وأن الذكاء الاصطناعي لم يتم تبنيه بشكل واسع بعد، مما يشير إلى أن هناك مجالًا للتحسين في هذا الجانب، وقد أتفقت تلك النتائج مع نتائج دراسة الدريدي (2021)، وداد هارون(2021)

- أهم البرامج التي تستخدم من قبل الوكالتين (وكالة الأنباء العراقية (واع) ووكالة السومرية نيوز، حيث جاء بالمرتبة الأولى (برامج المايكروسوفت

- بأشكالها) ، ثم جاء (In Design) ، وبعده (Photo shop) وأخيرا (After Effects) وجاءت برامج الذكاء الاصطناعي في أقل مرتبة؛ مما يشير أن مازال التوسع في استخدام التحول الرقمي في بواكير التمهد.
- جاءت المعرفة العامة والمتوسطة بالذكاء الاصطناعي هي الأكثر شيوعاً بين العاملين في كلتا الوكالتين. كما جاءت المعرفة الاحترافية نادرة جداً، مما يشير إلى أن هناك حاجة لمزيد من التدريب والتطوير في هذا المجال. عدم المعرفة بالذكاء الاصطناعي موجودة ولكن بنسبة قليلة.
 - ثمة موافقة للمبوهونين على (مظاهر التحديث للتحول الرقمي على أساليب تنظيم وإدارة العمل الإخباري في الوكالة).
 - وجاءت معوقات التوسع في استخدام التقنيات الرقمية على النحو التالي (سوء البنية التحتية الرقمية) جاءت بالترتيب الأول، تلتها عدم توفر شبكة الإنترنت، وبعدها (التقطع المستمر بالإنترنت بسبب أزمات الكهرباء) سياسة الوكالة التي تعمل لديها).

التوصيات والمقترحات:

- وبناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، هنالك العديد من المقترحات التي يمكن أن تخرج بها الباحثة من هذه الدراسة نحدد في التالي:
- ضرورة تأهيل الصحفيين والإداريين في وكالات الأنباء الإخبارية العراقية وإقامة عدد من البرامج التدريبية والورش المتخصصة لتطوير مهاراتهم فيما يتعلق بالتطبيقات الرقمية الحديثة.
 - ضرورة تخصيص ميزانية لدعم الجوانب التقنية الداعمة للتوسع في تقنيات الذكاء الاصطناعي
 - ضرورة اهتمام وكالات الأنباء الإخبارية العراقية بالتقنيات الرقمية الحديثة وإدخالها في كافة مراحل إنتاج المحتوى الإخباري وبيئة العمل في الوكالة.
 - التعاون المشترك وعقد الاتفاقيات مع الوكالات الإقليمية والعالمية وذلك بغرض الاستفادة من تجاربهم وخبراتهم في مجال استخدام التقنيات الاتصالية.

مراجع الدراسة:

- (1) أحمد إبراهيم الحسن، شريف درويش اللبان. (2024). دور التكنولوجيا الحديثة في جذب الجمهور إلى الصحافة التلفزيونية الإخبارية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، المجلد الرابع، عدد 29، ص509.
- (2) هاشم الهاشمي. (2012). *تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري: مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة*، دار أسامة للنشر، الأردن، ص57.
- (3) محمود رمضان أحمد عبد اللطيف. (2020). *تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي*، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد الأول، عدد 55، ص103-104.
- (4) William James Potter, **Digital Media Effects**, (Rowman & Littlefield,(2021),p.33.
- (5) William James Potter, *Ibid*,p.124.
- (6) الخنساء عمر حسن، (2019)، فاعلية توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية التلفزيونية بالتطبيق على برنامج سباق الأخبار بقناة الجزيرة، جامعة أمدرمان الإسلامية، رسالة دكتوراة، غير منشورة. ص38
- (7) طالب عبد الحسين (2023). دور غرف الأخبار الذكية في تعزيز دوافع التواصل التفاعلي في قنوات الجزيرة والعربية نموذجاً، *مجلة آداب الفراهيدي*، جامعة تكريت، كلية الآداب، المجلد 15، عدد52، ص:260-273.
- (8) آلاء أحمد عوض مدهون(2022) *تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لمستقبل العمل الإعلامي في ظل تقنيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة)*. الجامعة الإسلامية (غزة).
- (9) وداد هارون أحمد (2022). واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة المحتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية دراسة ميدانية: (التحديات وآفاق المستقبل) *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، (2) 21، ص 269-328.
- (10) أحمد علي الزهراني. (2022). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، مج5، ع1، ص 15-39.
- (11) مي مصطفى عبدالرازق. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: الواقع والتطورات المستقبلية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع 81، 1-74.
- (12) فتحي محمد شمس الدين. (2022). رؤية القائم بالاتصال لمستقبل الإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون* (24)، ص1-26.
- (13) عبد الله محمد أطيقه، مروة محمد الديب (2024). توظيف التقنيات الرقمية في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائم بالاتصال: دراسة ميدانية، مجلة دراسات وبحوث إعلامية (مسار)، ع(13)، مجلد الرابع، ص101-122.
- (14) عبدالقادر دريدي. (2021). التحولات الرقمية للإعلام التقليدي من منظور "التشكل العضوي": وكالة الأنباء الجزائرية (وأج) أنموذجاً. *مجلة الحوار الثقافي*، مج10، ع1، ص 88-107.

- (15) إسرائ صابر عبدالرحمن عبد العال. (2021). واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ع33، 251-275.
- (16) محمد عطية الفرحتي (2021)، معوقات التحول الرقمي واستخدام الإدارة الإلكترونية ونظم المعلومات الإدارية في رفع كفاءة المؤسسات الصحفية العامة. *مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية*، المجلد (6) -العدد (18)، كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان، 838-851
- (17) إسماعيل موسى الزعنون(2021)، اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعية في العمل الصحفي وانعكاسه على المصداقية المهنية "دراسة ميدانية، رسالة ماجستير"، غزة، فلسطين: الجامعة الإسلامية.
- (18) أحمد علي يوسف.(2021).تقييم خبراء الإعلام للأبعاد الأخلاقية والمهنية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي " دراسة ميدانية". رسالة ماجستير(غير منشوره)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- (19) محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، مرجع سابق.
- (20) عمر أبو عقروب(2019).نموذج غرف الأخبار الذكية وأستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيها، معهد الجزيرة للإعلام، ص1-30.
- (21) أمين حمليل. (2022). نظرية مارشال ماكلوهان للاتصال "نظرية الحتمية التكنولوجية". *دراسات اجتماعية*، مج 12، ع 1، 53 - 65 .

(22) William James Potter, Ibid,p.129.

(24) Al-Harbi, A. (2021). The impact of artificial intelligence on news agencies: A case study of the Saudi Press Agency. *Journal of Media Studies*, 12(3), 45-60.

(24) Zhang, L., & Wang, Y. (2022). The future of news agencies in the age of artificial intelligence. *Journal of Digital Media & Policy*, 13(4), 345-360.