

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

تأثير التكنولوجيا على المحتوى الصحفي في عصر الإعلام التفاعلي موقع CNN

أنموذجاً: دراسة تحليلية

The Impact of Technology on Journalistic Content in the Age of Interactive Media: CNN as a Model; An Analytical Study

الأستاذ المساعد الدكتور: محمد أحمد مخلف

Asst. Prof. Mohammed Ahmed Mukhlef

Malzwby851@gmail.com

07903608378

المستخلص:

سعى هذا البحث إلى دراسة تأثير التكنولوجيا الحديثة على المحتوى الصحفي في عصر الإعلام التفاعلي واتخذ من موقع CNN نموذجاً للتحليل، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل محتوى عينة من المواد المنشورة على الموقع خلال فترة محددة، كما توصلت الدراسة إلى أن موقع CNN استفاد بشكل كبير من الوسائط الرقمية كالذكاء الاصطناعي والوسائط المتعددة لتقديم محتوى أكثر تفاعلية وسرعة، كما كشفت النتائج عن تغيير في البنية الشكلية والمضمونة للخبر وتنامي استخدام القوالب الصحفية الجديدة مثل الصحافة البيانية والفيديو التفاعلي، كما أوضحت الدراسة أن التكنولوجيا ساهمت في تعزيز التفاعل الجماهيري لكنها في الوقت نفسه فرضت تحديات تتعلق بالدقة والمصداقية. وأوصى الباحث بضرورة مواكبة المؤسسات الإعلامية العربية لهذه التحولات مع الحفاظ على جودة المحتوى.

Abstract:

This study examined the impact of modern technology on journalistic content in the era of interactive media, using CNN's website as a case study. The researcher adopted a descriptive-analytical approach by analyzing selected content published during a specific time frame. The findings revealed that CNN effectively integrated digital tools such as artificial intelligence and multimedia to enhance the speed, interactivity, and appeal of its content. The study also identified structural and thematic transformations in news production, including the emergence of new

journalistic formats like data journalism and interactive video. While technology enriched user engagement and audience targeting, it also posed challenges related to accuracy and editorial depth. The study concluded with recommendations for Arab media institutions to adopt advanced technologies responsibly, while maintaining professional standards and journalistic integrity in digital environments.

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولات متسارعة بفعل الثورة الرقمية، إذ تتغلغل التكنولوجيا في جميع مفاصل الحياة، ولا سيما في المجال الإعلامي. وتُعد الصحافة من أكثر القطاعات تأثرًا بهذه التحولات، حيث تغيرت أساليب الإنتاج والنشر والتلقي، وأصبح المحتوى الصحفي اليوم يركز على تفاعلية فورية، ووسائط متعددة، وذكاء اصطناعي يوجّه التجربة الإعلامية ويعيد تشكيل علاقة الجمهور بالمعلومة. وفي هذا السياق، يتخذ موقع CNN نموذجًا رائدًا للإعلام التفاعلي، إذ يُطوّر محتواه باستمرار ليواكب التطورات التكنولوجية، معتمدًا على تقنيات متقدمة في عرض الأخبار وتحليلها وتخصيصها بحسب اهتمامات المستخدمين. وتبرز أهمية دراسة هذا النموذج لفهم آليات التحول في بنية العمل الصحفي، وتقييم أثر التكنولوجيا على القوالب والأساليب الصحفية المستخدمة. يهدف هذا البحث إلى الكشف عن تأثير التكنولوجيا الحديثة على المحتوى الصحفي في موقع CNN، من خلال تحليل العناصر الشكلية والمضمونية، ورصد التغيرات في أساليب العرض والتفاعل، إلى جانب تتبع نوعية الوسائط الرقمية المستخدمة وأثرها في صياغة الخبر وتوجيهه. كما يسعى البحث إلى توضيح الفرص والتحديات التي تفرضها التكنولوجيا على الصحفيين والجمهور على حد سواء. تنطلق هذه الدراسة من فرضية مفادها أن التكنولوجيا لا تكتفي بتيسير إنتاج المحتوى، بل تعيد صياغته جذريًا، مما يستدعي إعادة النظر في مفاهيم تقليدية مثل الحياد، والمصداقية، وطرق التأثير الإعلامي في بيئة رقمية متغيرة.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تعرف المشكلة البحثية أنها "عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم"^(١).

وتكمن المشكلة البحثية في التحولات الجذرية التي شهدتها الصحافة العالمية في العقدين الأخيرين تحولات جذرية بفعل الثورة التكنولوجية، إذ لم تعد وظيفة الصحفي مقتصرة على تحرير الأخبار ونشرها ورقياً، بل أصبحت جزءاً من منظومة رقمية تفاعلية واسعة تنتج المحتوى وتوزعه عبر منصات متعددة، ويعد موقع CNN أحد أبرز النماذج الإعلامية العالمية التي تبنت هذه التحولات

(١) حسين علي إبراهيم الفلاح، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الإعلامية، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م)، ص ١٦٢.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام - الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام - آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م - (عدد خاص)

التكنولوجية ودمجتها في صلب عملياتها الصحفية، ومن هنا أصبحت هناك محاولات عديدة للكشف عن التأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة في طبيعة المحتوى الصحفي بموقع CNN، ومدى تحوله من نموذج تقليدي إلى نموذج تفاعلي رقمي يستند إلى خصائص الإعلام الجديد، وما يرافق ذلك من تغيرات في الشكل والمضمون وأدوات التلقي والتفاعل، وعليه فإن مشكلة البحث تتمثل بالسؤال الآتي: (كيف أثرت التكنولوجيا الحديثة على طبيعة وشكل المحتوى الصحفي في موقع CNN في ظل الإعلام التفاعلي؟)

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس تساؤلات عدة وهي:

- ١- ما أبرز المظاهر التكنولوجية المستخدمة في موقع CNN (كالوسائط المتعددة، البث المباشر، الذكاء الاصطناعي)؟
- ٢- ما التغيرات التي طرأت على البنية الشكلية والمضمونية للمحتوى الصحفي في موقع CNN؟
- ٣- كيف يتم تفعيل عناصر التفاعل الرقمي بين CNN وجمهورها من خلال الموقع والمنصات التابعة له؟
- ٤- ما نوعية القوالب الصحفية التي تعززت بفعل التكنولوجيا (كالصحافة البيانية، صحافة البيانات، الفيديو التفاعلي)؟

ثانيًا: أهمية البحث

تستمد أهمية هذا البحث من الأبعاد التالية:

- ١- أهمية علمية: يساهم في تعزيز المعرفة الإعلامية حول طبيعة العلاقة بين التكنولوجيا الحديثة والتحول التي طالت المحتوى الصحفي في منصات إعلامية عالمية، مع التركيز على CNN كنموذج تطبيقي.
- ٢- أهمية عملية: يوفر للصحفيين والمهنيين العاملين في قطاع الإعلام رؤى تحليلية حول أفضل الممارسات في دمج التكنولوجيا بالمحتوى الصحفي.
- ٣- أهمية تطبيقية: يعزز إمكانيات تطوير المحتوى الصحفي العربي من خلال فهم التجارب الرائدة عالميًا، والاستفادة من أدوات الإعلام التفاعلي.

ثالثًا: أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ١- تحليل آليات توظيف التكنولوجيا الحديثة في موقع CNN في تقديم المحتوى الصحفي.
- ٢- بيان أشكال التحول في القوالب الصحفية نتيجة الاستخدام التكنولوجي المتطور.
- ٣- رصد مظاهر التفاعل الرقمي بين الجمهور والمحتوى الصحفي عبر منصات CNN.
- ٤- تقديم رؤية نقدية مقارنة بين الصحافة التقليدية والنموذج التفاعلي الرقمي.

رابعًا: نوع البحث ومنهجه وأداته:

ينتمي هذا البحث إلى بحوث المنهج الوصفية التحليلية، والذي يتيح للباحث وصف الظاهرة قيد الدراسة من خلال جمع البيانات وتحليل أبعادها وجوانبها المختلفة للخروج بنتائج قابلة للتعميم والاستفادة العلمية، كما اعتمد الباحث على المنهج المسحي التحليلي، لما يتمتع به من مرونة في

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد مخلف

رصد الظواهر الإعلامية وتحليلها في سياقها الواقعي، إذ يُعرّف المنهج المسحي بأنه "مجموعة الإجراءات والأدوات التي تُستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية أو الإعلامية وصفيًا، للكشف عن خصائصها ومكوناتها واتجاهاتها"؛ مما يجعله الأنسب لتحقيق أهداف هذا البحث. وقد تم اختيار أسلوب تحليل المضمون كونه الأنسب لتحليل للوصول الى أهداف البحث من خلال تحليل المواد الصحفية المنشورة على الموقع، من حيث الشكل، المضمون، وسياقات التفاعل، ويعد تحليل المضمون "الأداة التي تسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها سواء من ناحية الشكل أو المضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث^(١)".

خامساً: حدود البحث:

١- الحدود الزمانية: تمتد من (١/١/٢٠٢٤ حتى ٣٠/٦/٢٠٢٤)، وهي فترة كافية لرصد التحديثات والمحتويات التفاعلية.

٢- الحدود المكانية: يقتصر البحث على "موقع CNN" الإخباري الرسمي باللغة الإنجليزية: <https://edition.cnn.com>

٣- الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تحليل المحتوى الصحفي المنشور رقميًا، من أخبار وتقارير ومقالات تفاعلية، مع التركيز على مدى تأثيره بالتكنولوجيا.

سادساً: التعريفات الإجرائية لمفاهيم البحث:

١- التكنولوجيا الإعلامية: تشير إلى مجمل الأدوات الرقمية والبرمجيات والأنظمة التي توظفها المؤسسات الصحفية في صناعة المحتوى.

٢- الإعلام التفاعلي: هو نوع من الإعلام يتيح للجمهور التفاعل مع المحتوى، والمساهمة فيه من خلال الأدوات الرقمية الحديثة.

٣- المحتوى الصحفي الرقمي: وهو كل ما يُنشر على المنصات الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية من أخبار وتقارير وتحقيقات وأشكال أخرى من الصحافة الإلكترونية.

٤- CNN: هي شبكة إخبارية أمريكية عالمية تأسست عام ١٩٨٠، وتعد من أوائل المنصات التي أدخلت الإعلام الرقمي في منظومتها التحريرية.

سابعاً: الدراسات السابقة:

١- دراسة حامد محمد بخيت فيزي (٢٠٢٤)^(٢):

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الكيفية التي أثرت بها التحولات التكنولوجية الرقمية في بيئة الإعلام على صناعة الصحافة، وعلى طبيعة وظائف الصحفيين ومهامهم اليومية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، مع إجراء مقابلات شبه مهيكلة مع عينة من الصحفيين العاملين في مؤسسات إعلامية عربية، إضافة إلى تحليل مضمون سياسات التحرير الرقمي المعتمدة في عدد من المواقع الإخبارية، أظهرت النتائج أن دخول أدوات التكنولوجيا مثل أنظمة إدارة المحتوى،

(١) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م)، ص٢٣٣-٢٣٤.

(٢) حامد محمد بخيت فيزي، تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الإعلام الرقمي على واقع صناعة الصحافة وعلاقة الصحفيين بوظائفهم، مجلة كلية الآداب، الجزء ١، العدد ٧٢، ٢٠٢٤.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

وخوارزميات توزيع الأخبار، وأدوات الذكاء الاصطناعي، غير من نمط إنتاج الأخبار داخل غرف التحرير، وفرض على الصحفيين توسيع مهاراتهم لتشمل الإنتاج المتعدد الوسائط والتفاعل اللحظي مع الجمهور، كما كشفت الدراسة عن بروز أدوار جديدة للصحفي، كمنسق محتوى رقمي، ومنتج تفاعلي، ومصمم سرد بصري.

وقد توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي لا يهدد وجود الصحفي كما يروج له في بعض الأدبيات، بل يعيد تشكيل مهامه ضمن بنية تكنولوجية متغيرة تتطلب مواكبة وتدريباً مستمرين، وأوصت الدراسة بضرورة تبني المؤسسات الإعلامية لاستراتيجيات تدريبية شاملة تضمن استيعاب هذه المتغيرات دون التضحية بجوهر العمل الصحفي وأخلاقياته.

٢- دراسة سماح بنت جلال محمد أحمد (٢٠٢٠م)^(١):

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي، من خلال دراسة ميدانية استهدفت القائمين بالاتصال في عدد من المؤسسات الإعلامية السعودية، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، والاستعانة باستبانة التي تم توزيعها على عينة من الصحفيين والمحررين في مواقع إخبارية رقمية وصحف ورقية ذات نسخ إلكترونية، إذ كشفت نتائج الدراسة أن الاعتماد على الوسائط الرقمية أصبح مكوّنًا أساسيًا في العملية التحريرية سواء في إنتاج المحتوى أو نشره أو التفاعل معه، كما تبين أن استخدام الأدوات الرقمية مثل أنظمة إدارة المحتوى، وتحرير الفيديو، وتحليلات الجمهور قد حسّن من كفاءة العمل الصحفي، لكنه في الوقت ذاته فرض تحديات جديدة مثل ضغوط السرعة، والحاجة للتدريب المستمر على استخدام التكنولوجيا.

وتوصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من الصحفيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كقنوات مساعدة في جمع المعلومات ونشر الأخبار، وأن هناك توجهًا متزايدًا نحو إنتاج محتوى تفاعلي يشمل الفيديو والإنفوغراف والتقارير المصورة، خاصة في تغطية الأحداث المتسارعة. كما أوصت الدراسة بضرورة إدراج التدريب الرقمي ضمن برامج التأهيل الإعلامي، وإنشاء وحدات متخصصة في الصحافة الرقمية داخل المؤسسات الإعلامية التقليدية.

المبحث الثاني: مدخل إلى التكنولوجيا والإعلام

أولاً: مدخل مفاهيمي حول التكنولوجيا والإعلام

ارتبط تطور الإعلام بتقدم التكنولوجيا، إذ شكلت الأدوات التكنولوجية المعاصرة أساسًا لانبثاق بيئات إعلامية جديدة تجاوزت الطابع الخطي والتقليدي للصحافة إلى نظم رقمية تفاعلية، كما تشير التكنولوجيا الإعلامية إلى الاستخدام المكثف للتقنيات الرقمية في إنتاج وتحرير وتوزيع وتلقي المحتوى الإعلامي، ومن أبرز أشكالها، الإنترنت، الذكاء الاصطناعي، تطبيقات البيانات الضخمة، الواقع الافتراضي والمعزز، والروبوتات الصحفية^(٢).

(١) سماح بنت جلال محمد أحمد، تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، ٢٠٢٠م.

(٢) مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، (عمان: دار الحامد للنشر، ٢٠١٦م)، ص ٤٥.

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد خلف

وقد أدى هذا التقدم إلى إحداث طفرة في مفاهيم الإعلام، إذ تحول الجمهور من متلقٍ سلبي إلى طرف فاعل ومؤثر، مما غيّر من طبيعة الرسالة الإعلامية، ومن دور الصحفي نفسه بوصفه وسيطاً ومنتجاً ومشرفاً رقمياً على تدفقات المحتوى المتنوع^(١).

ثانياً: الإعلام التفاعلي – المفهوم والخصائص

يشير الإعلام التفاعلي في البيئة الإعلامية الرقمية التي تتيح للجمهور إمكانية التفاعل المباشر مع المحتوى، سواء عبر التعليق أو المشاركة أو إعادة التوزيع أو التخصيص، وقد أصبح هذا النمط سائداً بفضل شبكات الإنترنت، وتحديداً في المواقع الإلكترونية الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي^(٢).

من أبرز خصائص الإعلام التفاعلي^(٣):

- ١- اللاخطية: لم يعد المتلقي يتلقى المحتوى بشكل مرتب وموجه كما في الإعلام التقليدي، بل أصبح قادراً على التنقل بحرية داخل المادة الصحفية.
- ٢- التخصيص: تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي تقديم محتوى مخصص حسب اهتمامات المستخدمين وسلوكهم الرقمي.
- ٣- المشاركة الجماهيرية: أصبح الجمهور يساهم بصنع المحتوى، عبر التعليقات، والمشاركة، والبلث الشخصي، وصناعة الأخبار (citizen journalism).
- ٤- التكاملية: يجمع الإعلام التفاعلي بين النص، والصوت، والصورة، والفيديو، والبيانات.

ثالثاً: التحول في المحتوى الصحفي في العصر الرقمي

في ظل البيئة الرقمية، تغير شكل المحتوى الصحفي ليواكب التحديات التقنية والممارسات الجديدة، ومن أهم ملامح هذا التحول^(٤):

- ١- التعدد الوسائطي (Multimedia): أصبح المحتوى الصحفي يعتمد على دمج النصوص المكتوبة مع مقاطع الفيديو، والصور التفاعلية، والخرائط، والبيانات الرقمية.
- ٢- الصحافة البياناتية (Data Journalism): وهي استخدام البيانات والإحصائيات المعالجة رقمياً لتوليد تقارير وتحقيقات معمقة.
- ٣- الصحافة الفورية (Live Journalism): تتيح البث المباشر للأحداث، مع إمكان التفاعل اللحظي من قبل المتابعين.
- ٤- القصص التفاعلية: وهي محتويات صحفية تتيح للمستخدم استكشاف أجزاء منها وفق تفضيلاته عبر تقنيات HTML5 أو تطبيقات خاصة.

(١) خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية: مفاهيم تأسيسية عربية، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢٢م)، ص ٣٤

(٢) رضوان مفلح العلي، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، (عمان: دار الحامد للنشر، ٢٠١٦م)، ص ٤٥.

(٣) فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة: بعض تطبيقاتها التقنية، (بغداد: دار النشر الحديث، ٢٠٢٣م)، ص ١٢٨.

(٤) حمد الفاتح حمدي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة: بعض تطبيقاتها التقنية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٢٣م)، ص ١٢٨.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الإنكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٥- الإنتاج الجماهيري: أصبحت تعليقات القراء وتفاعلهم مصدرًا من مصادر تطوير الخبر أو تقيمه.

رابعًا: دور التكنولوجيا الحديثة في تشكيل المحتوى الصحفي

قد أصبحت للتكنولوجيا ركيزة أساسية في العمل الصحفي الحديث، إذ غيرت من طبيعة إنتاج وتوزيع الأخبار، ويمكن إبراز أهم التطبيقات التقنية في هذا الإطار^(١):

١- الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence - AI):

يمثل الذكاء الاصطناعي أحد أبرز الأدوات التي أحدثت تحولاً في بنية العمل الصحفي، إذ يُستخدم في العديد من المهام التحريرية ابتداءً من كتابة الأخبار البسيطة، مروراً بتحليل البيانات، ووصولاً إلى اختيار العناوين الأنسب لجذب انتباه القارئ، وعلى سبيل المثال فقد تعتمد وكالات كـ Associated Press و Reuters على أنظمة ذكية قادرة على توليد تقارير دورية آلياً في مجالات مثل الرياضة والأسواق المالية، بناءً على بيانات محددة تُغذى إلى النظام،

أما موقع الـ CNN، فقد أدمج أدوات الذكاء الاصطناعي في جوانب متقدمة من عمله، تشمل تحليل سلوك الزائرين واستخلاص المحتوى الإخباري المفضل لديهم، وتقديم توصيات مخصصة، كما يتم تحليل البيانات الضخمة لتوليد تقارير صحفية تتضمن اتجاهات الرأي العام، أو تغيرات الأسواق، أو أنماط التفاعل مع أحداث جارية، وهو ما يعزز من كفاءة التغطية ويزيد من تفاعل الجمهور مع المنصة.

٢- الروبوتات الصحفية (Robot Journalism):

تعد الروبوتات الصحفية تطبيقاً عملياً آخر للذكاء الاصطناعي، إذ تستخدم برمجيات متقدمة لتحرير الأخبار القصيرة بسرعة ودقة، دون تدخل بشري مباشر، من خلال الاعتماد على قوالب بيانات جاهزة، كما تستخدم هذه التقنية بشكل كبير في الأخبار التي تعتمد على الأرقام أو الإحصاءات، مثل نتائج المباريات الرياضية، التقارير المالية، أو موجزات الطقس.

أما بالنسبة لموقع الـ CNN، فإن استخدام هذه التقنية يتيح سرعة التحديث للمحتوى الإخباري على مدار الساعة، مما يجعل الموقع متفوقاً في تقديم الأخبار العاجلة بطريقة آلية ومنظمة، دون التأخر في الانتظار حتى يقوم محرر بإعداد المادة يدوياً، كما تسمح هذه الأتمتة بتوفير وقت وجهد الصحفيين البشريين للتركيز على القصص التحقيقية أو التحليلية الأعمق.

٣- الواقع المعزز والافتراضي (Augmented & Virtual Reality – AR/VR):

أحدثت تقنيات الواقع المعزز والافتراضي نقلة نوعية في طرق تقديم القصة الصحفية، إذ تستخدم لإيصال القصص من خلال تجربة غامرة يشعر خلالها المتلقي وكأنه داخل الحدث، كما تمكن هذه التقنيات المؤسسات الإعلامية من خلق تجارب سردية تتجاوز حدود النص والصورة، وتعزز من ارتباط الجمهور بالمحتوى.

(١) خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية: مفاهيم تأسيسية عربية، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية ناشرون، ٢٠٢٢م)، ص ٤٥.

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد مخلف

وقد استثمر موقع CNN في هذه التقنيات من خلال مشروعها المعروف باسم CNN VR، إذ استخدمت الواقع الافتراضي لتغطية الانتخابات الرئاسية الأمريكية، والكوارث الطبيعية، والاحتجاجات الاجتماعية، إذ يتمكن الجمهور من مشاهدة الأحداث عبر زاوية ٣٦٠ درجة، والشعور وكأنهم جزء من الحدث، كما تسهم هذه التقنية في إضفاء بعد إنساني وتفاعلي على القصص المعقدة أو ذات البعد الإنساني، وتجعل من المتلقي عنصرًا مشاركًا في التجربة الصحفية.

٤ - الخوارزميات والتخصيص الآلي (Algorithms & Automated Personalization)^(١):

تمثل الخوارزميات حجر الزاوية في عملية التخصيص الآلي للمحتوى، إذ تقوم بتحليل سلوك المستخدم وتفضيلاته، ومن ثم توجيه المحتوى الأنسب له، كما ساعدت هذه التقنية في تجاوز نموذج خبر موحد لكل الجمهور، وأنتجت بدلاً منه تجربة تصفح موجهة وشخصية تختلف من مستخدم لآخر.

ويعتمد موقع CNN على أنظمة توصية ذكية تقوم بإعادة ترتيب الأخبار والموضوعات وفقًا لتاريخ التصفح والقراءات السابقة لكل مستخدم، مثل أبداء المستخدم اهتمامًا بالسياسة الخارجية فتقوم الخوارزميات بعرض له المزيد من القصص السياسية الدولية، بينما تقلص له الأخبار الفنية أو الرياضية، ولا تعزز هذه الآلية من معدل التفاعل والبقاء داخل الموقع فقط، بل تسهم أيضًا في بناء علاقة أكثر شخصية بين المنصة والمتلقي، وتُعد جزءًا من التحول نحو ما يُعرف بـ"الصحافة المدفوعة بالبيانات".

خامسًا: تحديات استخدام التكنولوجيا في العمل الصحفي

رغم الإيجابيات المتعددة، إلا أن هناك جملة من التحديات تواجه المحتوى الصحفي في عصر التكنولوجيا^(٢):

١ - فقدان العمق والتحليل لصالح السرعة والأنية:

في ظل البيئة الرقمية المتسارعة، باتت المؤسسات الصحفية تركز بشكل كبير على سرعة النشر ومواكبة اللحظة الأنية، وهو ما أضعف من قيمة التحليل العميق والتفسير المدروس للأحداث، فالصحفي اليوم مضطر إلى التفاعل مع تدفق المعلومات والبيانات اللحظية، مما يجعل معظم المواد المنشورة تقتصر على الجانب الإخباري السريع دون التوقف عند السياقات أو الخلفيات التاريخية أو الأبعاد التفسيرية، كما أدى هذا إلى إنتاج محتوى يركّز على "ما حدث" أكثر من "لماذا حدث" و "ما الذي يعنيه"، الأمر الذي أضعف من العمق المعرفي الذي لطالما شكل سمة أساسية للصحافة التقليدية التحليلية.

٢ - الاعتماد على الخوارزميات قد يخلق فقاعات إعلامية (Filter Bubbles):

أحد أخطر آثار توظيف التكنولوجيا الحديثة في المحتوى الصحفي هو الاعتماد المفرط على الخوارزميات التي تعمل على تخصيص المحتوى بناءً على سلوك المستخدم واهتماماته السابقة،

(١) ماهر عودة الشميلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، (عمان: دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٢١٠.

(٢) علي عبد الكريم، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، (القاهرة: مركز طارق للنشر، م ٢٠٢١)، ص ٦٧.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

وعلى الرغم من أن هذه التقنية تعزز التفاعل الشخصي وتزيد من معدلات النقر، إلا أنها تضع المستخدم داخل "فقاعة إعلامية" لا يرى من خلالها سوى الأخبار والمعلومات التي تتوافق مع آرائه ومعتقداته، هذا النمط يعزز التحيز المعرفي ويقلل من فرص التعرض لوجهات نظر مختلفة، مما قد يؤثر سلبًا على التعددية الإعلامية ويضعف من الدور التنويري الذي يفترض أن تؤديه الصحافة.

٣- ضعف المصادقية في بعض المواد المنتجة آليًا دون تحرير بشري مع انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي والروبوتات الصحفية، أصبحت بعض المؤسسات الإعلامية تعتمد على البرمجيات في إنتاج الأخبار القصيرة، خصوصًا في المجالات الرياضية والمالية، وعلى الرغم مما توفره هذه الأدوات من دقة وسرعة، إلا أنها تفتقر إلى الحس التحريري البشري، والقدرة على قراءة السياق، والتمييز بين المهم والثانوي، وهو ما قد يؤدي إلى ضعف المصادقية أو نشر معلومات متجزأة أو مضللة دون قصد. فالصحافة ليست مجرد جمع بيانات، بل هي عملية تحريرية تتطلب حسًا نقديًا، وهو ما لا يمكن للأنظمة الآلية تعويضه بشكل كامل.

٤- إضعاف المهارات التقليدية للصحفيين في الكتابة والتحقيق^(١):

نتيجة للاعتماد المتزايد على أدوات التحرير الرقمي، وقوالب الأخبار الجاهزة، وتقنيات المعالجة التلقائية، بدأ العديد من الصحفيين يفقدون مهاراتهم التقليدية في الكتابة السردية، وإجراء المقابلات، والتحقيق الميداني، والتحقق من المصادر، فقد أحدثت التكنولوجيا نوعًا من "الكسل المهني" لدى البعض، إذ يتم الاكتفاء بنقل ما تنشره الوكالات أو مصادر الإنترنت دون جهد شخصي في المتابعة أو التمهيد، وهذا الواقع يهدد بظهور جيل من الصحفيين الذين يجيدون التعامل مع المنصة الرقمية، لكنهم يفتقرون إلى أدوات العمل الصحفي الأصيلة التي تُبنى عليها مهنية الإعلام وجودته.

المبحث الثالث: تأثير التكنولوجيا على المحتوى الصحفي في عصر الإعلام

التفاعلي موقع CNN

يعتمد تحليل المضمون (Content Analysis) في الدراسات الإعلامية على منهجية علمية ومنظمة لفحص النصوص والوسائط الرقمية من خلال تصنيف الرموز، المفاهيم، والأنماط المتكررة، بغرض استخلاص معاني كمية ونوعية بشكل موضوعي وقابل للتكرار.

في هذا المبحث، نسعى من خلال تحليل مضمون موقع CNN إلى فهم كيفية تأثير التكنولوجيا — كالأتمتة والخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي — في بنية وتشكيل المحتوى الصحفي في عصر الإعلام التفاعلي. إذ يوفر تحليل المضمون في السياق الرقمي جسرًا بين المنهجية القديمة والتقنيات الحديثة، مما يعزز القدرة على تقييم مدى حيادية وتوازن CNN الرقمي، ويفتح نافذة لفهم أثر الأتمتة في الممارسات التحريرية.

(١) عباس ناجي حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة، (القاهرة: دار صفاء للنشر، ٢٠١٦م)، ص ٥٨.

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد خلف

المحور الأول: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل؟):
١- فئات الموضوعات المستخدمة:

جدول (١): يبين فئات الموضوعات المستخدمة في موقع CNN

ت	الموضوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	سياسي	15	25.0	الأولى
٢	اقتصادي	10	16.7	الثانية
٣	صحي	10	16.7	الثالثة
٤	مناخي	10	16.7	الرابعة
٥	تكنولوجي	10	16.7	الخامسة
٦	ثقافي	5	8.2	السادسة
٧	المجموع	60	100	

تشير نتائج جدول (١) إلى تنوع الموضوعات التي تناولها المحتوى الصحفي في موقع CNN خلال مدة الدراسة، إذ توزعت التكرارات بين موضوعات سياسية واقتصادية وصحية ومناخية وتكنولوجية وثقافية، بما يعكس شمولية التغطية وحرص الموقع على تقديم محتوى إخباري متوازن يعالج مختلف القضايا العالمية.

جاءت فئة الموضوع السياسي في المرتبة الأولى بعدد (١٥) تكرارًا ونسبة (٢٥.٠%)، ما يدل على أن الشأن السياسي يشكل أولوية رئيسية في السياسة التحريرية للموقع نظرًا لطبيعته المتغيرة والمرتبطة بالأحداث اليومية الساخنة، وهو ما يتطلب مواكبة دائمة من قبل المؤسسات الإخبارية. فيما احتلت كل من الفئات الاقتصادية، الصحية، المناخية، والتكنولوجية المرتبة الثانية والثالثة والرابعة والخامسة على التوالي، بعدد متساوٍ من التكرارات (١٠) لكل منها ونسبة (١٦.٧%)، وهو ما يعكس توجهًا نحو تغطية معمقة ومتوازنة لتلك المجالات، خصوصًا في ظل التحديات العالمية مثل الأزمات الاقتصادية، وتغير المناخ، والتطورات الصحية، والتقدم التقني المتسارع. ويدل هذا التساوي على إدراك CNN لأهمية هذه الموضوعات لدى الجمهور، وسعيها لتقديم محتوى متخصص قادر على تلبية اهتمامات شرائح واسعة من المتلقين.

أما الفئة الثقافية فقد جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة بعدد (٥) تكرارات ونسبة (٨.٢%)، مما يشير إلى أن الاهتمام بالقضايا الثقافية ما يزال محدودًا مقارنة بالموضوعات السياسية والتقنية.

وقد يبين ذلك إلى الطابع العام للموقع الذي يركز على الأخبار العاجلة والتغطيات الكبرى، مقابل تراجع المساحات المخصصة للمحتوى الثقافي، الذي غالبًا ما يُنشر ضمن ملاحق أو أقسام فرعية أقل تفاعلًا، ويمكن القول إن موقع CNN يقدم نموذجًا للتغطية متعددة الموضوعات مع تركيز نسبي أعلى على الموضوعات السياسية، في حين تسعى التغطيات الأخرى إلى ملامسة قضايا حيوية كالاقتصاد والتكنولوجيا والمناخ، في إطار إعلام شامل يوازن بين الخبر السريع والتحليل المتخصص.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

المحور الثاني: (كيف قيل؟):

٢- فئات القوالب الصحفية المستخدمة:

جدول (٢): يبين فئات القوالب الصحفية المستخدمة في موقع CNN

ت	القوالب الصحفية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	خبر	22	36.7	الأولى
2	تقرير تحليلي	15	25.0	الثانية
3	قصة تفاعلية	10	16.7	الثالثة
4	تحقيق معمق	5	8.3	الرابعة
5	تغطية مباشرة	8	13.3	الخامسة
6	المجموع	60	100	

تشير نتائج جدول (٢) إلى أن موقع CNN يوظف مجموعة متنوعة من القوالب الصحفية في تغطياته الإخبارية، بما يعكس تنوع المعالجة التحريرية ومرونتها في تقديم المحتوى وفقاً لطبيعة الحدث والجمهور المستهدف.

وقد جاءت فئة الخبر في المرتبة الأولى بعدد (٢٢) تكراراً وبنسبة (٣٦.٧%)، ما يدل على أن الأخبار العاجلة والسريعة لا تزال تمثل النواة الأساسية لعمل الموقع، وذلك بسبب الطبيعة اللحظية لوسائل الإعلام الرقمية التي تتطلب متابعة مستمرة للأحداث الجارية وتقديمها للمتلقي بأسرع وقت ممكن.

كما احتلت فئة التقرير التحليلي المرتبة الثانية بعدد (١٥) تكراراً وبنسبة (٢٥.٠%)، وهو ما يؤكد أن CNN لا تكتفي فقط بنقل الحدث، بل تسعى إلى تحليله وتفسير خلفياته وتداعياته، مما يثري المحتوى ويمنحه قيمة معرفية أعمق، وتشير هذه النسبة إلى حرص الموقع على تقديم محتوى تحليلي متخصص يلبي احتياجات جمهور يبحث عن الفهم لا مجرد المعلومة السطحية.

أما فئة القصة التفاعلية فجاءت في المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات وبنسبة (١٦.٧%)، وتُظهر هذه النسبة اعتماد CNN على السرد التفاعلي باستخدام وسائط متعددة، مثل الصور، الفيديو، والخرائط التوضيحية، ما يعزز من تجربة المتلقي ويجعلها أكثر جذباً وتفاعلية.

وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة التحقيق المعمق بعدد (٥) تكرارات فقط وبنسبة (٨.٣%)، ما قد يعكس محدودية الوقت والموارد المطلوبة لإنتاج هذا النوع من الصحافة، رغم أهميته الكبرى في كشف القضايا الجوهرية والخفية، وقد يعود انخفاض هذه النسبة إلى تركيز الموقع على الأحداث الجارية التي لا تتيح المجال الكافي للعمل التحقيقي.

في حين احتلت فئة التغطية المباشرة المرتبة الخامسة بعدد (٨) تكرارات وبنسبة (١٣.٣%)، وهي تغطيات تُستخدم غالباً في مواكبة الفعاليات الكبرى مثل المؤتمرات أو الكوارث أو الانتخابات. وعلى الرغم من طبيعتها اللحظية، إلا أن نسبة استخدامها متوسطة، مما يشير إلى اعتماد الموقع عليها عند الحاجة فقط وليس بشكل دائم.

ويستنتج من ذلك أن موقع CNN يعتمد بشكل أساسي على الأخبار والتقارير التحليلية في تقديم محتواه الصحفي، مع وجود اهتمام نسبي بالقوالب التفاعلية والمعقدة، ما يعكس توجهًا نحو الدمج بين السرعة في نقل الحدث والعمق في تحليله، وهو ما يعد من أبرز سمات الصحافة الرقمية الحديثة.

جدول (٣): يبين فئات الوسائط المتعددة المستخدمة في موقع CNN

ت	الوسائط المتعددة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	نص + صورة	20	33.3	الأولى
2	نص + فيديو	15	25.0	الثانية
3	نص + إنفو غراف	10	16.7	الثالثة
4	تقرير متعدد الوسائط	10	16.7	الرابعة
5	خريطة VR	5	8.3	الخامسة
6	المجموع	60	100	

تشير نتائج جدول (٣): الوسائط المتعددة المستخدمة في المحتوى الصحفي على موقع CNN، يتبين أن الموقع يوظف أشكالاً متعددة من الوسائط الرقمية في عرض الأخبار والتقارير، بما يعكس التوجه نحو تعزيز التفاعل البصري والسمعي وتحقيق تجربة إعلامية متكاملة للمستخدم.

أما فئة الأول نص + صورة في المرتبة الأولى بعدد (٢٠) تكراراً ونسبة (٣٣.٣%)، وهو ما يشير إلى أن الدمج بين النصوص الإخبارية والصور الفوتوغرافية لا يزال الشكل الأكثر شيوعاً في تقديم الأخبار على المنصة، كما تؤدي الصورة دوراً توثيقياً وتعزيزياً للمعلومة المكتوبة، وتساعد على جذب انتباه القارئ وتوفير انطباع بصري مباشر عن الحدث.

بينما حل نمط نص + فيديو في المرتبة الثانية بعدد (١٥) تكراراً ونسبة (٢٥.٠%)، مما يعكس توجهًا متزايداً نحو استخدام الفيديوهات كأداة تفاعلية توصل المعلومات بشكل حي وسريع، خاصة في تغطية الأحداث الميدانية أو المقابلات أو المشاهد المباشرة، وهي ميزة تعزز من الحضور البصري للموقع.

أما فئة نص + إنفو غراف فقد جاء في المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات ونسبة (١٦.٧%)، متساوياً مع فئة التقرير متعدد الوسائط، والتي احتلت المرتبة الرابعة بنفس التكرار والنسبة. ويظهر هذا التساوي باعتماد الموقع على تقنيات العرض البصري التفسيري، سواء من خلال الرسوم البيانية أو الدمج بين نصوص وصوت وصور وفيديو ضمن تقرير واحد، وهي ميزة تعد من ركائز الصحافة الرقمية المعاصرة، لما توفره من قدرة على تبسيط المعلومات المعقدة.

كما جاءت فئة الخريطة التفاعلية الواقع الافتراضي (VR) في المرتبة الخامسة بعدد (٥) تكرارات فقط، بنسبة (٨.٣%)، رغم أنها من أكثر الوسائط تطوراً وابتكاراً، إذ توظف في القصص المعقدة أو الميدانية التي تستفيد من تمثيل الموقع أو الحدث بشكل تفاعلي ثلاثي الأبعاد، مثل تغطيات الكوارث، الحروب، أو الانتخابات.

من خلال هذا التوزيع، يتضح أن CNN تعتمد على التوازن بين الوسائط التقليدية والمعززة، إذ تدمج بين الصورة والفيديو والإنفو غراف والخريطة لإنتاج محتوى غني بصرياً وسهل التفاعل، ويعد هذا الدمج أحد مؤشرات التحول الرقمي الذي يعيد تشكيل التجربة الإخبارية من مجرد تلقي إلى تفاعل واستكشاف متعدد الأبعاد.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٤- فئات التفاعل الرقمي المستخدمة:

جدول (٤): يبين فئات التفاعل الرقمي المستخدمة في موقع CNN

ت	التفاعل الرقمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تعليقات	25	41.7	الأولى
2	مشاركة	20	33.3	الثانية
3	محتوى مشابه	10	16.7	الثالثة
4	تخصيص المحتوى	5	8.3	الرابعة
5	المجموع	60	100	

يتضح من خلال نتائج تحليل جدول (٤): عناصر التفاعل الرقمي المستخدمة في موقع CNN، يمكن ملاحظة توجه واضح نحو تعزيز التفاعل مع الجمهور كجزء أساسي من استراتيجية المحتوى الرقمي، إذ تظهر البيانات أن المنصة تدمج أدوات رقمية متعددة تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع الأخبار والمشاركة في تشكيل تجربتهم الإعلامية.

جاءت فئة التعليقات في المرتبة الأولى بعدد (٢٥) تكراراً وبنسبة (٤١.٧%)، مما يشير إلى أن CNN تمنح مساحة مهمة للجمهور للتعبير عن آرائه والتفاعل مع المحتوى المنشور، وتعد ميزة التعليقات إحدى أبرز أدوات الإعلام التفاعلي، إذ تتيح نوعاً من الحوار بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، وتوفر مؤشراً نوعياً على مدى تقبل أو رفض المحتوى.

في المرتبة الثانية احتلت فئة المشاركة بعدد (٢٠) تكراراً وبنسبة (٣٣.٣%)، وتشير هذه النسبة إلى اعتماد الموقع على خيارات النشر السريع للمحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter، وهو ما يساهم في توسيع نطاق الوصول وزيادة الانتشار، ويعد جزءاً من استراتيجية التسويق الرقمي للمحتوى الصحفي.

أما فئة محتوى مشابه فقد جاءت في المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات وبنسبة (١٦.٧%)، وهي خاصية تظهر الاهتمام بتخصيص تجربة القراءة وتوجيه المستخدم لاكتشاف موضوعات مرتبطة بقراءاته السابقة، مما يعزز من زمن التفاعل داخل الموقع ويزيد من معدل القراءة العميقة.

وقد جاءت فئة تخصيص المحتوى في المرتبة الرابعة بعدد (٥) تكرارات فقط وبنسبة (٨.٣%)، وهي خاصية تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدم واقتراح محتوى يتناسب مع اهتماماته وعلى الرغم من أهميتها المستقبلية إلا أن انخفاض نسبتها يشير إلى أن هذه التقنية لا تزال في طور التطبيق المحدود أو تفعل فقط للمستخدمين المسجلين داخل المنصة.

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد خلف

تظهر هذه النتائج أن موقع CNN يعتمد بصورة كبيرة على أدوات التفاعل التقليدي كالتعليقات والمشاركات، مع تطور نسبي نحو التخصيص الذكي للمحتوى، ويدل هذا التوازن على وعي المؤسسة بأهمية دمج الجمهور داخل العملية الإعلامية، دون إغفال الحاجة إلى أنظمة ذكية تواكب التطور الرقمي المتسارع.

٥- فئات التقنيات الحديثة:

جدول (٥): يبين فئات التقنيات الحديثة المستخدمة في موقع CNN

ت	التقنيات الحديثة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	ذكاء اصطناعي	20	40.0	الأولى
2	صحافة بيانات	15	30.0	الثانية
3	واقع افتراضي	10	20.0	الثالثة
4	بث مباشر	5	10.0	الرابعة
5	المجموع	50	100	

استناداً إلى نتائج جدول (٥): التقنيات الحديثة المستخدمة في موقع CNN، يتضح أن المنصة تعتمد بشكل فعال على أدوات التكنولوجيا الرقمية في إنتاج وعرض المحتوى الصحفي، بما يواكب التحولات المتسارعة في البيئة الإعلامية المعاصرة، وتوزعت التقنيات بين الذكاء الاصطناعي، وصحافة البيانات، والواقع الافتراضي، والبث المباشر، مما يعكس تعدد آليات التقديم الصحفي وتكاملها.

وقد جاءت فئة الذكاء الاصطناعي في المرتبة الأولى بعدد (٢٠) تكراراً وبنسبة (٤٠.٠%)، مما يشير إلى أن CNN توظف هذه التقنية بصورة كبيرة، سواء في تحليل البيانات، أو تخصيص المحتوى للمستخدمين، أو تحرير الأخبار بشكل آلي، ويعد الذكاء الاصطناعي أحد أبرز الأدوات التي أحدثت ثورة في الصحافة الرقمية، لما يتيح من قدرة على تتبع التفضيلات وتحليل الاتجاهات وتقديم محتوى دقيق وذكي في وقت قياسي.

أما فئة "صحافة البيانات" فقد جاءت في المرتبة الثانية بعدد (١٥) تكراراً وبنسبة (٣٠.٠%)، مما يدل على اهتمام الموقع بعرض الأخبار المدعومة بإحصاءات ومعلومات كمية موثوقة، وتعد صحافة البيانات من أبرز سمات الصحافة التفسيرية الحديثة، إذ تساهم في كشف العلاقات والأنماط من خلال رسوم بيانية وجدول تفاعلية، ما يمنح الجمهور فرصة لفهم أعمق للقضايا المعقدة.

جاءت فئة "الواقع الافتراضي" في المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات وبنسبة (٢٠.٠%)، وتدل هذه النسبة على استخدام CNN لتقنيات العرض الغامر في تغطيات معينة، خصوصاً في الموضوعات الإنسانية أو التفاعلية، مثل الكوارث البيئية أو جولات داخل مواقع تاريخية أو ميدانية، ويوفر الواقع الافتراضي تجربة حسية فريدة تجعل الجمهور يتفاعل مع الخبر لا كمشاهد فحسب، بل كمشارك بصري.

وقد جاءت فئة "البث المباشر" في المرتبة الرابعة بعدد (٥) تكرارات فقط وبنسبة (١٠.٠%)، وهي نسبة قد تبدو منخفضة نسبياً لكنها ترتبط غالباً بالحاجة الفعلية إلى التغطية الحية لبعض الأحداث

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

السياسية أو الطارئة، ويعكس ذلك الاستخدام الانتقائي لهذه التقنية، بما ينسجم مع طبيعة الأخبار الفورية التي تتطلب تغطية لحظية وارتباطاً مباشراً مع الحدث.

من خلال هذه النتائج، يتضح أن CNN تتبنى منهجاً تقنياً متطوراً في صياغة المحتوى الرقمي، يجمع بين الذكاء الاصطناعي والتفسير البياني والتجربة التفاعلية، مما يعزز من فعالية الرسالة الإعلامية ويواكب تطلعات الجمهور المتزايدة نحو صحافة أكثر تخصيصاً وديناميكية.

٦- فئات نبذة التغطية:

جدول (٦): يبين فئات نبذة التغطية المستخدمة في موقع CNN

ت	نبذة التغطية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	حيادية	18	30.0	الأولى
2	تحليلية	16	26.7	الثانية
3	عاطفية	14	23.3	الثالثة
4	تحريضية	12	20.0	الرابعة
5	المجموع	60	100	

تظهر نتائج جدول (٦): نبذة التغطية المستخدمة في المحتوى الصحفي لموقع CNN اذ يتبين أن الموقع يوظف تنوعاً في الأساليب التعبيرية يعكس مرونة في تقديم المضمون وفقاً لطبيعة الحدث والرسالة المرجوة، وتوزعت النبذة التحريضية بين الحياد، والتحليل، والعاطفة، والتحريض، ما يعكس فهماً متقدماً لاحتياجات الجمهور وتوقعاته من وسائل الإعلام الرقمية.

جاءت النبذة الحيادية في المرتبة الأولى بعدد (١٨) تكراراً وبنسبة (٣٠.٠%)، مما يدل على أن CNN تسعى، في جزء كبير من تغطياتها إلى تقديم المعلومة بشكل موضوعي وغير منحاز خصوصاً في القضايا السياسية والدولية الحساسة، وتعد النبذة الحيادية من الركائز الأساسية للصحافة المهنية، لما تعكسه من التزام بالمعايير الأخلاقية والابتعاد عن الإثارة أو التجبيش.

أما النبذة التحليلية فقد احتلت المرتبة الثانية بعدد (١٦) تكراراً وبنسبة (٢٦.٧%)، مما يشير إلى وجود ميل واضح لدى المنصة لشرح خلفيات الأحداث وتقديم قراءات متعمقة تتجاوز حدود الخبر العادي، كما تعتمد هذه النبذة على التفسير وربط الوقائع ببعضها، مما يكسب الجمهور وعياً أوسع وإدراكاً للسياقات المتغيرة.

وجاءت في المرتبة الثالثة النبذة العاطفية بعدد (١٤) تكراراً وبنسبة (٢٣.٣%)، وهي مؤشر على توظيف CNN للغة وجدانية في بعض تغطياتها، خصوصاً في التقارير الإنسانية أو الكوارث أو قصص الأفراد، وتسهم هذه النبذة في خلق حالة وجدانية لدى المتلقي وتعزيز التفاعل مع القضايا ذات الطابع الإنساني.

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد خلف

أما النبذة التحريضية فجاءت في المرتبة الرابعة بعدد (١٢) تكراراً وبنسبة (٢٠.٠%)، وهي نسبة لافتة نسبياً، قد ترتبط بتناول الموضوعات الجدلية أو تغطيات تتعلق بالصراعات والمواقف السياسية الحادة، وقد تعكس هذه النبذة سعيًا للتأثير أو تحفيز الرأي العام تجاه قضية معينة، لكنها تحمل أيضاً بعض المخاطر المهنية إذا لم تضبط بمعايير الحياد الصحفي.

بصورة عامة تظهر النتائج أن CNN اعتمدها على التوازن بين النبذة الموضوعية والبعد التحليلي والعاطفي، وتتحرك ضمن مساحة خطابية مرنة تتناسب مع تنوع جمهورها العالمي، وتسعى إلى المزج بين الإخبار والتأثير، دون التفريط بمصداقية المؤسسة أو رصانتها التحريرية.

٧- فئات نوع المصادر:

جدول (٧): يبين فئات نوع المصادر المستخدمة في موقع CNN

ت	نوع المصادر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	مباشرة	25	41.7	الأولى
2	غير مباشرة	20	33.3	الثانية
3	بدون مصدر	15	25.0	الثالثة
4	المجموع	60	100	

تشير نتائج الجدول (٧): نوع المصادر المستخدمة في المحتوى الصحفي على موقع CNN، إذ يتضح أن الموقع يعتمد على تنوع مصادره الخبرية بين المباشرة وغير المباشرة، بالإضافة إلى وجود نسبة من المواد التي لا تذكر فيها مصادر صريحة، وهو ما يعكس اختلافاً في مستوى التوثيق بين نوع وآخر من التغطيات الصحفية.

وقد جاءت فئة المصادر المباشرة في المرتبة الأولى بعدد (٢٥) تكراراً وبنسبة (٤١.٧%)، مما يدل على أن CNN تميل إلى الاعتماد على تصريحات أصلية، أو مقابلات، أو بيانات رسمية صادرة عن جهات معنية، وهي ممارسات تعد من أهم مؤشرات المصداقية والاحتراف في العمل الصحفي، كما يعزز ذلك من قوة المادة الصحفية ويمنحها موثوقية أكبر لدى المتلقي.

أما فئة المصادر غير المباشرة فقد احتلت المرتبة الثانية بعدد (٢٠) تكراراً وبنسبة (٣٣.٣%)، وتشير إلى اعتماد الموقع في بعض التغطيات على معلومات منقولة عن تقارير صحفية أخرى، أو محللين، أو مصادر ثانوية دون الاتصال المباشر بها، على رغم من أن هذا النوع من المصادر مقبول في العمل الصحفي، إلا أن الإفراط فيه قد يضعف من دقة المعلومة ما لم يتم التحقق منها بشكل مهني.

وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة بدون مصدر بعدد (١٥) تكراراً وبنسبة (٢٥.٠%)، وهي نسبة غير قليلة وتشير إلى وجود تغطيات تكتفي بسرد الوقائع أو تقديم معلومات تحليلية أو عامة دون إسناد صريح إلى مصدر معلوم، وقد يشير ذلك إلى اعتماد بعض المواد على بيانات شائعة أو محتوى تفسيري لا يستند إلى معلومة حساسة تستوجب التوثيق إلا أن غياب المصدر قد يفتح المجال أمام التساؤلات حول دقة بعض التقارير خصوصاً في المواضيع الجدلية أو السياسية.

وتظهر النتائج أن CNN تحرص عموماً على توثيق معلوماتها من خلال مصادر مباشرة في المقام الأول مع ترك مساحة للمصادر غير المباشرة والمحتوى التحليلي غير المسند، ويعد هذا التوزيع

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

انعكاسا لطبيعة التغطية المتنوعة للموقع التي تجمع بين الخبر والتحليل، وبين الآني والتفسيري، مع التوازن بين السرعة في النشر والدقة في النقل.

٨- فئات شكل العنوان:

جدول (٨): يبين فئات شكل العنوان المستخدم في موقع CNN

ت	شكل العنوان	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	خبري مباشر	20	40.0	الأولى
2	تشويقي	15	30.0	الثانية
3	تحليلي	10	20.0	الثالثة
4	سؤال	5	10.0	الرابعة
٥	المجموع	50	100	

تظهر نتائج جدول (٨): شكل العنوان في المواد الصحفية المنشورة على موقع CNN، يتبين أن المنصة تعتمد أنماطاً مختلفة في صياغة العناوين، إذ تراوح بين المباشر والتشويقي والتحليلي، إضافة إلى العناوين التي تصاغ على شكل سؤال، كما يظهر هذا التنوع في سعي الموقع إلى تحقيق التوازن بين الإخبار الفورية وجذب انتباه القارئ، مع المحافظة على الوظيفة الأساسية للعنوان كموجه للمحتوى.

جاءت فئة الخبر المباشر في المرتبة الأولى بعدد (٢٠) تكراراً وبنسبة (٤٠.٠%)، مما يدل على أن CNN تميل إلى استخدام العناوين الإخبارية المباشرة التي تنقل المعلومة بأقل قدر من التأويل أو الإثارة، خصوصاً في التغطيات العاجلة أو القضايا السياسية والاقتصادية، وتعد هذه الصياغة تقليدية لكنها تحمل قيمة عالية من حيث الدقة والحياد.

أما فئة العنوان التشويقي فقد جاءت في المرتبة الثانية بعدد (١٥) تكراراً وبنسبة (٣٠.٠%)، وهو ما يظهر توظيف الموقع لاستراتيجيات الإثارة والتشويق في بعض تغطياته، خاصة في الموضوعات الخفيفة أو القضايا التي تستهدف جمهوراً أوسع، وغالباً ما تستخدم هذه الصيغة لجذب المتصفح إلى قراءة المادة من خلال إثارة الفضول دون الكشف الكامل عن المضمون في العنوان.

واحتلت فئة العنوان التحليلي المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات وبنسبة (٢٠.٠%)، ما يدل على وجود مساحة للعناوين التي تعكس مضموناً تحليلياً أو تفسيرياً يتجاوز نقل الحدث إلى فهم خلفياته وأبعاده، إذ يستخدم هذا النوع من العناوين غالباً في المقالات والتقارير المطولة التي تستهدف جمهوراً نوعياً.

أما فئة العنوان على شكل سؤال فقد جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة بعدد (٥) تكرارات فقط، بنسبة (١٠.٠%)، وهي صيغة تستخدم أحياناً في المواد التفاعلية أو التقارير الاستقصائية التي تطرح إشكاليات أو تساؤلات تفتح باب النقاش، وبالرغم من فاعليتها في بعض الحالات، إلا أن محدودية استخدامها على CNN تشير إلى تفضيل المنصة لصيغ أكثر تحديداً ووضوحاً، وتشير هذه النتائج إلى أن CNN تعتمد غالباً العناوين المباشرة والتشويقية، مع توظيف محدود للعناوين التحليلية والتساؤلية، وهو ما يُبرز توجهها نحو الجمع بين الدقة الخبرية وجذب المتلقي ضمن إطار من الاعتدال في الإثارة وعدم الإفراط في التهويل أو الغموض.

٩- فئات اتجاه المعالجة:

جدول (٩): يبين فئات اتجاه المعالجة المستخدمة في موقع CNN

ت	اتجاه المعالجة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	محايد	30	50.0	الأولى
2	إيجابي	20	33.3	الثانية
3	سلبي	10	16.7	الثالثة
4	المجموع	60	100	

تظهر نتائج جدول (٩): اتجاه المعالجة في التغطيات الصحفية على موقع CNN، يتضح أن المنصة تعتمد توجهاً مهنيًا متوازنًا في تقديم محتواها، مع ميل واضح نحو الحياد، وهو ما يعكس الالتزام بالمعايير التحريرية المرتكزة على الموضوعية والدقة في نقل الأحداث دون الانحياز.

وقد احتل الاتجاه المحايد المرتبة الأولى بعدد (٣٠) تكرارًا ونسبة (٥٠.٠%)، وهو ما يشير إلى أن نصف المواد الصحفية تقريبًا على الموقع عُرِضت بصيغة خالية من الانطباعات الشخصية أو التحيزات الأيديولوجية، وتعد هذه النتيجة دلالة إيجابية على سعي CNN للحفاظ على مصداقيتها أمام جمهور عالمي متنوع، وتجنب الوقوع في الاصطفاة أو التجبيش الإعلامي.

وجاء الاتجاه الإيجابي في المرتبة الثانية بعدد (٢٠) تكرارًا ونسبة (٣٣.٣%)، مما يعكس وجود ميل نسبي نحو تسليط الضوء على النجاحات أو التغطية بأسلوب بناء خاصة في الموضوعات الإنسانية أو المبادرات المجتمعية أو الأخبار العلمية والتكنولوجية، كما يعد هذا النوع من المعالجة محقراً للجمهور ويدعم السرديات التفاؤلية في الإعلام الرقمي.

أما الاتجاه السلبي فقد جاء في المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات فقط ونسبة (١٦.٧%)، وهي نسبة منخفضة نسبياً، وتظهر أن الموقع يتعامل بحذر مع النبيرة السلبية في المعالجة، سواء كانت نقداً حاداً أو تغطية لأحداث كارثية أو إخفاقات، وقد يعود ذلك إلى سعي CNN للحفاظ على مناخ تعبيري معتدل يقلل من التوتر، ويركز على عرض الحدث دون تصعيد.

تشير هذه النتائج إلى أن CNN تعتمد في تغطياتها على الاتجاه المحايد كخيار مهيم، مع مساحة معقولة للاتجاه الإيجابي، وتوظيف محدود للاتجاه السلبي. ويعكس هذا التوازن قدرة تحريرية واعية في ضبط لهجة الخطاب الإعلامي، وتكييفها بما يتناسب مع طبيعة الحدث وجمهور المنصة، دون التفریط بمسؤولية الإعلام في كشف الحقائق أو تجميل الواقع.

١٠- فئات استخدام الصور:

جدول (١٠): يبين فئات استخدام الصور المستخدمة في موقع CNN

ت	استخدام الصور	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	توثيقية	18	36.0	الأولى
٢	رمزية	12	24.0	الثانية
٣	بيانية	10	20.0	الثالثة
٤	بدون صورة	10	20.0	الرابعة
٥	المجموع	50	100	

تعكس نتائج جدول (١٠): استخدام الصور في المحتوى الصحفي بموقع CNN، اذ يتبين أن المنصة تعتمد على تنويع الأساليب البصرية المرافقة للنصوص الإخبارية، مما يعكس وعياً بأهمية الصورة

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

كأداة تعبيرية موازية للنص في الإعلام الرقمي، ويشمل ذلك الصور التوثيقية والرمزية والبيانية، إلى جانب وجود مواد تُنشر دون أي مرفقات بصرية.

وقد جاءت فئة الصورة التوثيقية في المرتبة الأولى بعدد (١٨) تكرارًا ونسبة (٣٦.٠%)، ما يدل على اعتماد CNN في تغطياتها على الصور الفعلية المأخوذة من موقع الحدث أو من مصادره الرسمية، بهدف تعزيز المصداقية وتوثيق الواقعة بصريًا، كما تعد هذه الفئة من أكثر أنماط الصور استخدامًا في الأخبار العاجلة والتقارير الميدانية، لما تقدمه من دليل بصري مباشر يعزز مصداقية المادة.

أما فئة الصورة الرمزية فقد جاءت في المرتبة الثانية بعدد (١٢) تكرارًا ونسبة (٢٤.٠%)، وهي صور تحمل دلالة رمزية أو تعبيرية، لا تمثل الحدث نفسه بالضرورة، لكنها توحى بمعناه أو أبعاده النفسية أو السياسية أو الثقافية، كما تستخدم هذه الصور غالبًا في المقالات أو التحليلات التي تتناول موضوعات مجردة أو مركبة، حيث تضيف بعدًا تأويليًا للمحتوى.

واحتلت فئة الصورة البيانية المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات ونسبة (٢٠.٠%)، وتستخدم هذه الصور لعرض بيانات أو إحصائيات أو خرائط أو رسوم بيانية، ما يعزز من الجانب المعلوماتي للمحتوى ويوفر للمتلقي فهمًا بصريًا مكثفًا ومباشرًا للمعطيات المعقدة، وتبرز هذه الفئة بشكل خاص في صحافة البيانات والتقارير الاقتصادية أو المناخية.

وتساوت فئة بدون صورة مع الفئة البيانية في المرتبة الرابعة بعدد (١٠) تكرارات ونسبة (٢٠.٠%)، مما يشير إلى أن هناك نسبة من المواد تنشر دون مرافقة بصرية، غالبًا بسبب طبيعة المحتوى (مثل التحليلات السياسية أو التقارير النصية البحتة) أو لضيق الوقت في التغطيات العاجلة، أو لعدم توفر صور مناسبة للحدث.

وتظهر هذه النتائج أن CNN تعتمد بشكل أساسي على الصورة التوثيقية كخيار أول في تغطياتها، مع توظيف الصور الرمزية والبيانية بنسب متقاربة، ما يعكس إدراكًا متقدمًا لأهمية البعد البصري في تشكيل الرسالة الإعلامية، سواء من خلال التوثيق أو الإيحاء أو التفسير، في حين تترك بعض المساحات للمحتوى النصي الخالص عندما تقتضي الحاجة.

١١- فئات اللغة المستخدمة:

جدول (١١): يبين فئات اللغة المستخدمة في موقع CNN

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	اللغة المستخدمة	ت
الأولى	40.0	20	لغة موضوعية	١
الثانية	30.0	15	لغة تحليلية	٢
الثالثة	20.0	10	لغة شعبية	٣
الرابعة	10.0	5	مزيج	٤
	100	50	المجموع	٥

أظهرت نتائج جدول (١١): اللغة المستخدمة في المحتوى الصحفي لموقع CNN، إذ يتبين أن المنصة تعتمد على أساليب لغوية متنوعة تتوزع بين الموضوعية، والتحليلية، والشعبية، إضافة إلى نمط لغوي يجمع بين أكثر من أسلوب، ويعكس هذا التنوع رغبة الموقع في مخاطبة جمهور واسع ومتباين من حيث الثقافة، والاهتمامات، وطريقة التلقي.

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد خلف

وقد احتلت فئة اللغة الموضوعية المرتبة الأولى بعدد (٢٠) تكرارًا ونسبة (٤٠.٠%)، ما يدل على اعتماد CNN في جزء كبير من تغطياتها على لغة واضحة، دقيقة، خالية من التحيز، تهدف إلى نقل الحدث كما هو دون تعليق أو تلميح، كما تعد هذه اللغة أساسًا للكتابة الإخبارية المهنية، حيث تركز على نقل الحقائق بمصداقية وحيادية.

في المرتبة الثانية جاءت فئة اللغة التحليلية بعدد (١٥) تكرارًا ونسبة (٣٠.٠%)، وهو ما يعكس توجه الموقع نحو تقديم تفسيرات موسعة وتحليلات معمقة، لا سيما في التغطيات السياسية والاقتصادية، ويظهر ذلك أن CNN لا تكتفي بسرد الوقائع، بل تسعى إلى تفكيكها وتقديم رؤى تفسيرية تساعد المتلقي على فهم ما وراء الحدث.

أما فئة اللغة الشعبية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بعدد (١٠) تكرارات ونسبة (٢٠.٠%)، وتشير إلى استخدام الموقع أحيانًا لغة مبسطة، قريبة من لغة الشارع أو الجمهور العام، خصوصًا في التغطيات الخفيفة، أو المواضيع الاجتماعية، أو التقارير ذات الطابع الإنساني، كما تسهم هذه اللغة في تقريب المادة إلى فئات أوسع من القراء وتخفيف الطابع الرسمي للمحتوى.

وفي المرتبة الرابعة جاءت فئة اللغة المختلطة بعدد (٥) تكرارات فقط ونسبة (١٠.٠%)، وتشير إلى مواد تستخدم مزيجًا من الأساليب، كأن تبدأ بمقدمة تحليلية ثم تنتقل إلى وصف موضوعي أو شعبي، أو تمزج بين اللغة التقريرية والوجدانية، وهذا النمط غالبًا ما يستخدم في القصص التفاعلية أو المقالات طويلة المدى التي تحتاج إلى توازن بين العمق والجاذبية.

تشير هذه النتائج إلى أن CNN تعتمد بشكل أساسي على اللغة الموضوعية والتحليلية، مع هامش محدود لاستخدام اللغة الشعبية أو المختلطة، وهو ما يعكس توجهًا نحو المحافظة على الطابع المهني الرصين، مع إتاحة بعض المساحات للأسلوب التواصلي القريب من الجمهور، بما يحقق الموازنة بين الجدية والمرونة في تقديم المحتوى.

أولاً: النتائج

من الدراسة التحليلية ظهرت النتائج الآتية:

١- يغلب الطابع السياسي على المحتوى الصحفي المنشور، إذ احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى بنسبة (٢٥.٠%)، تلتها الموضوعات الاقتصادية، الصحية، المناخية، والتكنولوجية بنسبة متساوية (١٦.٧%) لكل منها، وهو ما يعكس تركيز الموقع على القضايا ذات البعد السيادي والعالمي، مع مراعاة التنوع في تغطية قضايا أخرى ذات صلة مباشرة بحياة الجمهور.

٢- تُظهر المواد الصحفية اعتمادًا على القوالب الخبرية المباشرة، إذ جاءت فئة "الخبر" في المرتبة الأولى بنسبة (٣٦.٧%)، تليها فئة "التقرير التحليلي" بنسبة

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام - الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام - آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م - (عدد خاص)

(٢٥.٠%)، مما يدل على سعي الموقع إلى المزج بين التغطية الفورية للأحداث وتقديم قراءات تفسيرية معمقة.

٣- تعتمد CNN بشكل بارز على الوسائط المتعددة في تقديم المحتوى، حيث جاء النمط "نص + صورة" في المرتبة الأولى بنسبة (٣٣.٣%)، يليه "نص + فيديو" بنسبة (٢٥.٠%)، ما يؤكد توجه الموقع نحو تعزيز الجاذبية البصرية للمحتوى دون إغفال الوظيفة الإخبارية للنص.

٤- التفاعل الرقمي حاضر بقوة في الموقع، إذ تصدرت "التعليقات" المرتبة الأولى بنسبة (٤١.٧%)، تليها "المشاركة" بنسبة (٣٣.٣%)، وهو ما يعكس اهتمام الموقع بتحفيز الجمهور على التفاعل والمشاركة، بما ينسجم مع خصائص الإعلام التفاعلي.

٥- تُعد تقنيات الذكاء الاصطناعي من أبرز الأدوات المستخدمة، بنسبة بلغت (٤٠.٠%)، تليها صحافة البيانات (٣٠.٠%)، مما يشير إلى إدماج منهجي للتكنولوجيا الحديثة في إنتاج المحتوى، وتحقيق أقصى قدر من التخصيص والتحليل المعلوماتي.

٦- النبذة الصحفية السائدة في المحتوى هي الحيادية، إذ تصدرت بنسبة (٣٠.٠%)، تليها النبذة التحليلية (٢٦.٧%)، وهو ما يدل على سعي CNN للحفاظ على توازن مهني في تقديم الأخبار، مع منح مساحة للتفسير والمساءلة دون التورط في اللغة التحريضية.

٧- الاعتماد على المصادر المباشرة جاء في المقدمة بنسبة (٤١.٧%)، تليها المصادر غير المباشرة (٣٣.٣%)، ما يعكس التزامًا مهنيًا واضحًا بالتوثيق والدقة في تقديم المعلومة، مع مرونة في الاستناد إلى مصادر تحليلية عند الحاجة.

٨- الشكل الغالب للعناوين هو الشكل الخبري المباشر بنسبة (٤٠.٠%)، بينما تأتي العناوين التشويقية والتحليلية بنسب أقل، وهو ما يدل على أولوية الدقة والوضوح في صياغة العنوان بما ينسجم مع طبيعة الجمهور الرقمي.

٩- الاتجاه المحايد في المعالجة هو الأكثر حضورًا بنسبة (٥٠.٠%)، يليه الاتجاه الإيجابي (٣٣.٣%)، وهو ما يعكس حرص الموقع على عرض الوقائع دون انحياز، مع فسحة لتسليط الضوء على الجوانب البناءة في بعض التغطيات.

١٠- الصورة التوثيقية هي الوسيط البصري الأكثر استخدامًا بنسبة (٣٦.٠%)، تليها الصور الرمزية والبيانية، ما يدل على أن الموقع يعتمد على الصورة كأداة توثيقية أولاً، ثم كوسيلة تعبيرية ثانويًا وفقًا لنوع المادة.

١١- اللغة الموضوعية تعد الأسلوب الغالب في المحتوى بنسبة (٤٠.٠%)، تليها اللغة التحليلية بنسبة (٣٠.٠%)، ما يعكس توجه CNN نحو تقديم المحتوى بلغة

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد خلف

دقيقة ومحيدة، دون الاستغراق في الأساليب العاطفية أو الشعبية، مع حضور محدود للمزج بين الأساليب عند الحاجة.

ثانياً: الاستنتاجات

- ١- المحتوى الصحفي الرقمي في موقع CNN تجاوز الوظيفة الإخبارية التقليدية، إذ أصبح يشكل أداة مركبة تجمع بين التغطية الفورية والتحليل المتعمق، ما يدل على تحوّل الموقع إلى منصة متعددة الأبعاد تُخاطب جمهوراً عالمياً بمستويات معرفية وتفاعلية مختلفة.
- ٢- الاعتماد الواضح على الوسائط المتعددة، لا سيما دمج النصوص بالصور والفيديو، يعكس وعياً بصرياً عالياً في إنتاج المادة الصحفية، ويؤكد أن التأثير الإعلامي أصبح مرتبطاً بقدرّة المادة على محاكاة التلقي السمعي البصري للجمهور الرقمي.
- ٣- الهيمنة الملحوظة لقوالب "الخبر" و"التقرير التحليلي" في المحتوى تشير إلى أن CNN توفّق بين تقديم الوقائع كما هي، وتحليلها بصورة معمّقة، وهو ما يعزز من فهم الجمهور للسياق، ويمنح المادة بعداً تفسيريّاً دون الانحياز.
- ٤- الاعتماد المكثف على الذكاء الاصطناعي وصحافة البيانات يدل على أن CNN ليست مجرد مؤسسة إعلامية تقليدية، بل منصة إعلامية مدفوعة بالخوارزميات، وهو ما يفتح الباب أمام أشكال جديدة من الصحافة التي تُنتج وتُحرّر بشكل آلي قائم على تحليل سلوك الجمهور.
- ٥- النبذة الحيادية واللغة الموضوعية تمثلان الملمح اللغوي الأبرز في المعالجة التحريرية، ما يدل على التزام مهني بتقديم المادة الصحفية ضمن معايير الدقة والتوازن، مع مراعاة الخلفيات المتعددة للقراء عبر العالم.
- ٦- تنوّع استخدام الصور بين التوثيقية والرمزية والبيانية يؤكد أن الصورة لم تعد عنصراً تجميلاً في الخبر، بل أصبحت أداة تحليل وتفسير واستدلال، تُسهم في بناء المعنى وتعزيز الأثر التعبيري للمادة.
- ٧- الاتجاه الغالب نحو الحياد في المعالجة يشير إلى رغبة الموقع في نقل الوقائع بقدر عالٍ من المهنية، مع الحذر من الوقوع في الاصطفافات السياسية، وهو ما يُعزّز ثقة الجمهور ويقلل من التحيز في الخطاب الإخباري.
- ٨- قلة اللجوء إلى العناوين المثيرة أو التساؤلية تُظهر أن الموقع يُفضّل العنوان الخبري المباشر بوصفه وسيلة لإبراز جوهر المادة دون الحاجة إلى أساليب الإثارة اللفظية، وهو ما يتماشى مع طابع الشبكة المهني.
- ٩- الاعتماد على المصادر المباشرة كمصدر رئيس للمعلومة يؤكد التزام CNN بمبدأ الشفافية والتوثيق، وهو ما يُضفي على المحتوى قدراً عالياً من الموثوقية، خاصة في القضايا الحساسة دولياً.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام - الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام - آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م - (عدد خاص)

١٠- قلة الاعتماد على المحتوى الترويجي أو الآليات التقنية لجذب الجمهور (مثل الوسوم أو الحملات التفاعلية) يعكس تركيز الموقع على المحتوى ذاته كعنصر جذب رئيسي، وليس على الحيل التقنية أو خوارزميات النشر، ما يمنح التفاعل بُعداً طبيعياً قائماً على جودة المادة الصحفية.

ثالثاً: التوصيات

١- تشجيع الباحثين والمهتمين بالإعلام الرقمي على دراسة أثر التكنولوجيا على المحتوى الصحفي، بوصفه ميداناً متطوراً يعكس تحوّل الصحافة من الشكل التقليدي إلى النمط التفاعلي المدعوم بالذكاء الاصطناعي والبيانات، بما يفتح آفاقاً جديدة لفهم آليات التأثير والإقناع في البيئة الرقمية.

٢- ضرورة دعم المبادرات الإعلامية التي توظف التكنولوجيا بمهنية وشفافية، خاصة تلك التي تعتمد على صحافة البيانات والوسائط المتعددة، لما لها من دور في تعزيز الوعي العام وتقديم المعلومة بشكل مبسط وتحليلي في آن واحد، دون الوقوع في التهويل أو الانحياز.

٣- الاستفادة من التقنيات الرقمية المتقدمة في تعزيز المحتوى الصحفي التفاعلي، من خلال تطوير منصات إعلامية تُتيح للجمهور التفاعل والمشاركة، مع الحفاظ على جودة المادة الصحفية ومصداقيتها، لا سيما في القضايا الإنسانية والتعليمية والصحية.

٤- ضرورة دمج مفاهيم "الصحافة الرقمية" و"الذكاء الإعلامي الاصطناعي" ضمن مناهج كليات الإعلام، مع التركيز على التغيرات التي طرأت في بنية المضمون الصحفي بفعل التكنولوجيا، وذلك لتأهيل طلاب الإعلام لفهم البيئة الرقمية ومهارات الإنتاج المهني المتطور.

❖ المصادر والمراجع

- ١- عباس ناجي حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة، (القاهرة: دار صفاء للنشر، ٢٠١٦م).
- ٢- حمد الفاتح حمدي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة: بعض تطبيقاتها التقنية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٢٣م).
- ٣- حسين علي إبراهيم الفلاح، أساسيات البحث العلمي ومناهجه في الدراسات الإعلامية، (العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٨م).
- ٤- خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية: مفاهيم تأسيسية عربية، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢٢م).
- ٥- خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية: مفاهيم تأسيسية عربية، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية ناشرون، ٢٠٢٢م).

الأستاذ المساعد الدكتور محمد أحمد مخلف

- ٦- رضوان مفلح العلي، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، (عمان: دار الحامد للنشر، ٢٠١٦م).
- ٧- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م).
- ٨- فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة: بعض تطبيقاتها التقنية، (بغداد: دار النشر الحديث، ٢٠٢٣م).
- ٩- علي عبد الكريم، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، (القاهرة: مركز طارق للنشر، ٢٠٢١م).
- ١٠- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، (عمان: دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ١١- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، (عمان: دار الحامد للنشر، ٢٠١٦م).

- 1-Abbas Naji Hassan, **Multimedia in Electronic Media: A Comparative Study**, (Cairo: Safa Publishing House, 2016).
- 2-Hamad Al-Fateh Hamdi, **New Media and Communication Technologies: Some of Their Technical Applications**, (Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2023).
- 3-Hussein Ali Ibrahim Al-Fallahi, **Fundamentals of Scientific Research and Its Methods in Media Studies**, (Al Ain: University Book House, 2018).
- 4-Khaled Mohamed Ghazi, **Electronic Journalism and Digital Technology: Foundational Arab Concepts**, (Giza: Arab Press Agency, 2022).
- 5-Khaled Mohamed Ghazi, **Electronic Journalism and Digital Technology: Foundational Arab Concepts**, (Giza: Arab Press Agency Publishers, 2022).
- 6-Radwan Mufleh Al-Ali, **Introduction to Electronic and Satellite Media**, (Amman: Dar Al-Hamed Publishing, 2016).
- 7-Samir Mohamed Hussein, **Media Research**, 2nd ed., (Cairo: Alam Al-Kutub Publishing and Distribution, 2006).
- 8-Fadheel Daliou, **New Media and Communication Technologies: Some of Their Technical Applications**, (Baghdad: Modern Publishing House, 2023).
- 9-Ali Abdul Karim, **Electronic Journalism in the Era of Technological Revolution**, (Cairo: Tareq Center for Publishing, 2021).
- 10-Maher Oudah Al-Shamayleh, Mahmoud Ezzat Al-Lahham, Mustafa Youssef Kafi, **New Digital Media**, (Amman: Scientific Hurricane Publishing and Distribution, 2015).
- 11-Mustafa Youssef Kafi, **Interactive Media**, (Amman: Dar Al-Hamed Publishing, 2016).