توظيف الذكاء الاصطناعي بالقنوات التلفزيونية العراقية

"دراسة تحليلية حول مهنية المحتوى وتفاعل الجمهور"

م.د. صهيب مهيدي صالح ظاهر

Sohaib.mheidi@tu.edu.iq

مستخلص:

تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي: إلى أي مدى تُسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء القنوات الفضائية العراقية وتحسين جودة المحتوى الإعلامي المُقدم للجمهور؟

ويعتمد البحث على منهج المسح الاعلامي والذي يتمثل في تحليل البرامج التي وظفت الذكاء الاصطناعي بالقنوات التلفزيونية العراقية المتمثلة في قناة التغيير الفضائية وقناة One News . وذلك في الفترة من ٢٠٢٥/٥/١ وحتى ٢٠٢٥/ ١٠/١.

وتوصل البحث الى أن أكثر التقنيات استخداماً في القنوات الفضائية العراقية هي استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى الإعلامي. وخاصة في تحليل البيانات وجمع المعلومات، أن أبرز أثر للذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى هو رفع دقة المعلومات المقدمة،

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي-القنوات التلفزيونية العراقية.

Abstract

The research problem can be summarized in the following main question:

To what extent do artificial intelligence technologies contribute to enhancing the performance of Iraqi satellite channels and improving the quality of the media content presented to the audience?

This study falls within descriptive research and adopts the media survey method, which involves analyzing the programs that employed artificial intelligence in Iraqi

television channels, specifically Al-Taghyeer Satellite Channel and One News Channel, during the period from 1/5/2025 to 1/10/2025.

Key Findings:

- The results indicate that the most widely used technique in Iraqi satellite channels is the integration of artificial intelligence in media content production, particularly in data analysis and information gathering.
- The findings also show that the most prominent impact of artificial intelligence on content quality is the enhancement of the accuracy of the information presented.

Keywords: Artificial Intelligence – Iraqi Television Channels.

مقدمة:

شهدت القنوات الفضائية العراقية تحولاً ملحوظاً في بنيتها التكنولوجية وأساليب إنتاج محتواها خلال السنوات الأخيرة، تزامناً مع التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي. وأصبح اعتماد المؤسسات الإعلامية على الأدوات الذكية ضرورةً فرضتها بيئة إعلامية شديدة التنافسية، وتوقعات الجمهور المتزايدة بالسرعة والدقة والجودة. وفي هذا السياق، اتجهت القنوات العراقية نحو دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل متعددة من عملها الإعلامي، بدءاً من جمع المعلومات ومعالجتها، مروراً بتحرير الأخبار وإنتاج التقارير، وصولاً إلى تحليل اتجاهات الجمهور وتخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات المشاهدين.

ومع توسع استخدام هذه التقنيات، بدأت القنوات الفضائية تدرك أهميتها في تسريع تدفق المعلومات، وتقليل الخطأ البشري، وتحسين آليات التحقق من الأخبار، فضلاً عن دورها في تطوير المحتوى البصري من خلال تقنيات الواقع المعزز والمونتاج الآلي للفيديو. التعرف على الوجوه والأحداث. كما ساهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم القرارات التحريرية من خلال تحليل البيانات الضخمة المتعلقة بسلوك الجمهور، مما منح القنوات العراقية قدرة أكبر على المنافسة في بيئة الإعلام الإقليمي والدولي.

ورغم المزايا الكبيرة التي توفرها هذه التقنيات، إلا أن القنوات العراقية لا تزال تواجه تحديات في استغلالها الأمثل، سواء فيما يتعلق بالبنية التحتية الرقمية أو تدريب الكوادر البشرية أو التعامل مع المخاطر المرتبطة بالمحتوى الاصطناعي. ومن الأمثلة على ذلك الأخبار الزائفة والخوارزميات المتحيزة. ومن هنا تأتي أهمية دراسة استخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية، نظرًا لدوره في تقييم الاستخدام الحالي، وتحديد فرص التطوير، وصياغة رؤية واضحة لمستقبل الإعلام العراقي في ظل التحول الرقمي.

مشكلة البحث:

رغم تزايد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية عالميًا، لا تزال القنوات الفضائية العراقية في طور التبني التدريجي لهذه التقنيات، دون رؤية واضحة لاستخدامها وفعاليتها في تحسين جودة المحتوى الإعلامي. كما تواجه هذه القنوات تحديات تتعلق ببنيتها التحتية الرقمية. ومستوى جاهزية الكوادر الإعلامية وقدرتها على توظيف الأدوات الذكية في عمليات الإنتاج والتحرير والبث بما يلبي احتياجات الجمهور ويعزز كفاءة الأداء الإعلامي.

ومن هذا المنظور، تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

إلى أي مدى تُسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء القنوات الفضائية العراقية وتحسين جودة المحتوى الإعلامي المُقدم للجمهور؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية، مثل:

١. إلى أي مدى تستخدم القنوات الفضائية العراقية تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار ومعالجتها وإنتاجها؟
٢. ما هي آثار استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى ودقة المعلومات؟
٣. ما هي التحديات التي تواجهها القنوات في تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
٤. كيف يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي على تفاعل الجمهور وثقته بالمحتوى الإعلامي؟

أهمية البحث:

١. **الأهمية العلمية** : يسهم هذا البحث في تعزيز المعرفة الأكاديمية المتعلقة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، من خلال إضافة محتوى جديد إلى أدبيات صحافة الذكاء الاصطناعي، وفتح آفاق بحثية مستقبلية لدراسة تأثير التقنيات الذكية في إنتاج ومعالجة المحتوى الإعلامي.
٢. **الأهمية المجتمعية**: يساعد البحث في رفع مستوى وعي الجمهور بتأثيرات الذكاء الاصطناعي على صناعة الأخبار، وتعزيز ثقة المجتمع بالمؤسسات الإعلامية التي توظف هذه التقنيات عبر دعم دقة وجودة المحتوى المقدم.
٣. **الأهمية المؤسسية**: يوفر البحث للمؤسسات الإعلامية فهمًا أعمق لفوائد وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي، بما يمكّنها من اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، واعتماد توصيات عملية لتطوير بنيتها الرقمية، وتحقيق تكامل فعّال بين التقنيات الذكية وأساليب العمل التقليدية.

أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث في الآتي:

١. تحليل مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل القنوات التلفزيونية العراقية في مراحل انتاج الأخبار والبرامج، وتحديد المجالات الأكثر اعتماداً على هذه التقنيات داخل المؤسسات الإعلامية.
٢. تقييم أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على احترافية المحتوى الإعلامي، من خلال دراسة عناصر مثل: الدقة، والمصداقية، والموضوعية، وسرعة الإنجاز، والتحقق من المعلومات.
٣. تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على مستوى تفاعل الجمهور العراقي مع القنوات التلفزيونية سواء من حيث زيادة نسب المشاهدة أو تحسين الاستجابة أو تعزيز التفاعل عبر المنصات الرقمية المصاحبة.
٤. قياس دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الأخبار والمعالجة البصرية، بما في ذلك التحرير الآلي ومعالجة الفيديو والتحقق الرقمي من الأخبار المزيفة.
٥. استكشاف العلاقة بين أدوات الذكاء الاصطناعي ودرجة ثقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي، ومدى مساهمة هذه التقنيات في بناء صورة إيجابية أو سلبية للقنوات.

٦. – تحديد التحديات المهنية والفنية التي تواجه القنوات التلفزيونية العراقية في تطبيق الذكاء الاصطناعي، واقتراح الحلول والتوصيات العملية لتعزيز الاستخدام الفعال لهذه التقنيات.

٧. تحليل تداعيات الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل الإعلامي في العراق، وخاصة على مهارات الصحفيين، وطرق إنتاج المحتوى، واهتمامات الجمهور.

حدود البحث ومجالاته:

وتتمثل الحدود في التالي:

- **الحد الزماني:** تم تحديد المجال الزماني للبحث من (٢٠٢٥/٤/١) حتى (٢٠٢٥/١٠/١)
- **الحد المكاني:** يتمثل في القنوات التلفزيونية العراقية .
- **الحد الموضوعي:** يتناول البحث موضوع توظيف الذكاء الاصطناعي بالقنوات التلفزيونية العراقية.

التعريفات الإجرائية:

مصطلحات الدراسة:

- الذكاء الاصطناعي:

الذكاء الاصطناعي هو أحد فروع علم الحاسوب، وإحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، ومعناه أن يقوم الحاسب بمحاكاة عمليات الذكاء التي تتم داخل العقل البشري ، ويمكن تعريف مصطلح الذكاء الاصطناعي –الذي يشار له بالاختصار (AI)– بأنه قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على القيام بمهام معينة تحاكي وتشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية(Biswal,2020)

<u>التعريف الإجرئي لذكاء الاصطناعي:</u> في هذه الدراسة، يشير الذكاء الاصطناعي إلى مجموعة الأنظمة والتقنيات الرقمية التي تمكن أجهزة الكمبيوتر والبرامج من أداء المهام التي تتطلب عادة الذكاء البشري، مثل معالجة البيانات، وتحليل المعلومات، واتخاذ القرار، والتعلم من البيانات السابقة.

ويتم قياس توظيف الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية من خلال:

- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى عبر القنوات الفضائية والمنصات الرقمية.
- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير وإنتاج المحتوى الإعلامي المرئي والمسموع.
- أثر الذكاء الاصطناعي على احترافية المحتوى الإعلامي من حيث الدقة والمصداقية والموضوعية.
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في جمع الأخبار والتحقق منها.

القنوات الفضائية:

ان القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية ترسل محتواها إلى المستقبلات الأرضية عبر الأقمار الصناعية باستخدام تقنيات البث الرقمي، مما يتيح لها تغطية جغرافية واسعة دون الاعتماد فقط على البنية التحتية الأرضية. (الشيخ وعبد العزيز، ٢٠٢٠) قد تكون هذه القنوات متخصصة في مجالات معينة – مثل الأخبار أو البرامج الدينية – أو متعددة التخصصات تقدم محتوى متنوعًا من ترفيه وتعليم وثقافة.(Arshad &Abdul Salam,2024)

التعريف الإجرائي للقنوات الفضائية: في هذه الدراسة، تُعرف القنوات الفضائية بأنها مؤسسات إعلامية تلفزيونية تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية مباشرة إلى أجهزة استقبال المشاهدين، سواء كانت متخصصة في مجال معين (إخباري، رياضي، ديني) أو متعددة التخصصات، وتستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير ومعالجة المحتوى الإعلامي، أو لتحليل تفاعل الجمهور.

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع البحث: ينتمي هذا البحث الى الدراسات الوصفية وقد اعتمد على تتبع مسارات ظاهره معينه بهدف وصفه وتحليلها ومعرفه اسبابها وذلك من خلال حصر ورصد وتحليل توظيف الذكاء الاصطناعي بالقنوات التلفزيونية العراقية خلال فترة الدراسة.

منهج البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي ، والذي يتمثل في تحليل القنوات التلفزيونية العراقيه عينه الدراسه بهدف التعرف مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل القنوات الفضائية العراقية ، والتعرف

على أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على احترافية المحتوى الإعلامي، وتحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على مستوى تفاعل الجمهور العراقي مع القنوات التلفزيونية.

مجتمع وعينه البحث

يتكون مجتمع الدراسة من عينة من القنوات الفضائية العراقية التي أظهرت مؤشرات على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتواها الإعلامي، سواء في جمع الأخبار، تحريرها، أو تحليل تفاعل الجمهور. وتم اختيار القنوات بناءً على توافر البيانات والمعلومات على المنصات الرقمية والمواقع الرسمية، بالإضافة إلى استخدام أدوات التحليل الذكي في مخرجاتها الإعلامية.

اختيار العينه الخاضعه للتحليل في قنوات الدراسه

تتمثل عينة الدراسه الخاضعه للتحليل في البرامج الإخبارية والتحليلية بقناة التغيير الفضائية، وقناة One News. وذلك على مدار سته شهور منذ ٢٠٢٥/٥/١ وحتي ٢٠٢٥/١٠/١.

<u>مبررات اختيار العينة:</u>

- تم اختيار القنوات التي أظهرت مؤشرات واضحة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري والتحليلي، مثل قناة التغيير وOne News، وذلك لأنها تمثل أبرز الأمثلة على تبني التقنيات الحديثة في الإعلام العراقي.
- القنوات المختارة لديها تفاعل رقمي واضح مع الجمهور عبر المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، ما يسمح بقياس أثر الذكاء الاصطناعي على جودة الأخبار ومستوى المشاركة والتفاعل.
- اختيار هذه القنوات يضمن توافر محتوى إعلامي متنوع (أخبار، تقارير، برامج تحليلية) يستخدم الذكاء الاصطناعي بشكل فعلي، ما يسهل إجراء التحليل الكمي والنوعي لمهنية المحتوى وتفاعل الجمهور

- **<u>أسلوب جمع بيانات الدراسة التحليلية</u>**

<u>اداة تحليل المضمون</u>

استخدمت الدراسة اداة تحليل المضمون وهى طريقة لتحليل الرسائل العلمية باستخدام طريقة علمية قائمة على الموضوعية وعدم التحيز فيما يتعلق بالمضمون او الشكل ما يحقق الثقة فى نتائج الدراسة ، واستعانت الدراسة بأداة تحليل المضمون للكشف توظيف الذكاء الاصطناعي بالقنوات التلفزيونية العراقية.

تحديد وحدات التحليل: وقد استخدم الباحث وحدات التحليل الاتيه:

وحده الموضوع او الفكره: وقد تم استخدامها للتعرف على مستوى توظيف الذكاء الاصطناعي بالقنوات محل الدراسة.

وحده الماده الاعلاميه(المفرده) : وهي تتمثل في حصر كل المواد في القنوات التلفزيونية العراقيه التي استخدمت الذكاء الاصطناعي.

مرحله تحديد فئات التحليل:

قام الباحث بتحديد فئات التحليل وفقا للتساؤلات التي طرحت فيها زد الدراسه والاهداف التي تسعى عليها وقد قام الباحث باستخدام عده فئات تحليليه لتحليل القنوات التلفزيونية عينه الدراسه من حيث الشكل والمضمون

أدوات جمع البيانات:

اجراءات التحليل:

قام الباحث بوضع تصور مبدا الاستماره تحليل مضمون الخاصه بالقنوات التلفزيونية العراقيه عينة الدراسه وذلك في ضوء مؤشرات الدراسه الاستطلاعيه التي تم اجراؤها والتي تم على ضوئها اعداد استماره تحليل المضمون وعرضها على مجموعه من المحكمين والخبراء الذين اشاروا بصلاحيه الاستماره للتطبيق وانها تقيس ما يفترض قياسه بعد اجراء بعض التعديلات على صياغه بعض الاسئله من حيث الشكل والمضمون ودمج بعض الفئات لتكون اكثر تحديدا ولا تخدم اهداف الدراسه بشكل مباشر وبعد اجراء التعديلات التي اشرت اليها لجنه المحكمين تم اعداد استماره تحليل المرجون الخاصه بالقنوات الفضائيه العراقيه عينه الدراسه في الشكل النهائي لها ثم قام الباحث بتجميع البيانات واستخراج النسب واعداد الجداول التكراريه ثم جدولتها واستخراج النسب من خلال البرنامج الاحصائي SPSS لتحليل البيانات في صورتها الرقميه والخروج بالنتائج وتفسيرها وبذلك تم توظيف الدراسه التحليليه بشقايا الوصل والتحليل للوصول الى اجابات دقيقه لتساؤلات الدراسه وفردها واستخلاص نتائج تحظى بدرجه مصداقيه مرتفعه

الدراسات السابقة

١. **دراسة محمود شاكر الشمري& مدين عمران التميمي(٢٠٢٥)**

تناولت الدراسة موضوع مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية وانعكاسه على العاملين فيها، بهدف فهم مدى تبني هذه التقنيات في بيئة الإعلام العراقي، وتحديد الفرص والتحديات التي تواجهها القنوات والعاملين فيها.

استخدم الباحثان منهج الوصف والتحليل الميداني، حيث تم توزيع استبيانات على عينة من العاملين في القنوات الفضائية العراقية، بما في ذلك الصحفيين والمحررين والفنيين، بهدف استكشاف آرائهم حول مستوى تبني الذكاء الاصطناعي، مدى تأثيره على أعمالهم اليومية، والمخاطر المحتملة.

أهم النتائج:

- أظهرت النتائج أن القنوات العراقية ما زالت في مرحلة بداية التبني لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن الاعتماد عليها محدود في معظم عمليات الإنتاج والبث. ومع ذلك، يرى المشاركون أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في تحسين جودة المحتوى، تسريع الإنتاج، وإدارة الأرشيف الإعلامي بطريقة أكثر كفاءة.
- وأشارت الدراسة إلى مخاوف العاملين، حيث يشعر الكثير منهم بأن بعض المهام التقليدية قد تختفي أو تتغير بشكل كبير نتيجة الأتمتة. كما أبرزت الحاجة إلى تطوير مهارات جديدة للعاملين في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وضمان الاستخدام الأخلاقي لهذه التقنيات.
- خلصت الدراسة إلى أن دمج الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية يحتاج إلى استراتيجية مدروسة تشمل تدريب الموظفين، وضع سياسات تنظيمية داخلية، وتقييم مستمر للأثر المهني والإنتاجي. كما أوصت بإجراء مشاريع تجريبية أولية قبل التوسع الكامل لضمان الاستخدام الأمثل للتقنيات الجديدة مع حماية جودة المحتوى وحقوق العاملين.

٢. **دراسة .(2025) Vlăduţescu, Ş., & Stănescu, G. C.**

هدفت الدراسة إلى تحليل مدى استخدام الذكاء الاصطناعي في البث التلفزيوني والراديوي في رومانيا، سواء في التحرير، الإنتاج، أو الأرشفة، وتحديد الفوائد الرئيسية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة

المحتوى، سرعة الإنتاج، والكفاءة التشغيلية، استكشاف المخاطر والتحديات الأخلاقية والمهنية الناتجة عن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. يتمثل نوع الدراسة وصفية تحليلية ،استخدمت استبيان ومقابلات مع العاملين في القنوات التلفزيونية والراديو (صحفيون، محررون، فنيون). وجاءت عينة الدراسة في١٢٨ مشاركاً من قنوات محلية ووطنية رومانية.

النتائج الرئيسية:

- معظم القنوات التلفزيونية الرومانية بدأت في دمج AI في عملياتها اليومية، خصوصاً تحرير الفيديو، إضافة الترجمة التلقائية، وتحسين جودة الصوت والصورة.
- AI ساعد في تقليل الوقت اللازم لإنتاج النشرات الإخبارية، وزيادة دقة البث، وتسهيل الوصول إلى المحتوى التاريخي عبر الأرشيف.
- أدوات الذكاء الاصطناعي مكنت من ترميم وتحسين جودة الأرشيف القديم، ما أتاح إعادة استخدامه في برامج جديدة أو ملخصات تاريخية.
- تقنيات AI ساعدت في كشف الأخبار الزائفة والتلاعب بالمحتوى ((deepfakes، مما دعم مصداقية البث.

٣. **دراسة طلائع ناصر الشريف(٢٠٢٤)**[١]

هدفت هذه الدراسة إلى التوصل لدور تسويق المحتوى الاعلامي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صحيفة عكاظ واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة ومنهج تحليل المحتوى ، باستخدام أداة الاستبيان وقد تكونت عينة الدراسة من ٢٩ مفردة من الموظفين في صحيفة عكاظ .

وتوصلت الدراسة إلى:

- أن مجتمع صحيفة عكاظ يستخدون العديد من الاساليب في تسويق المحتوى الإعلامي ، وجاءت استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تسويق المحتوى الاعلامي في المرتبة الاولي.
- كما توصلت الدراسة إلى ان افراد الدراسة يتفقون على أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي لها دور كبير في تسويق المحتوى الالامي لدى صحيفة عكاظ

٤. **دراسة عصمت تلجي حداد(٢٠٢٣)**[٢]

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين، ومدى جاهزية المؤسسات الصحفية الأردنية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (٣٠٠) مفردة من الصحفيين أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، بأسلوب العينة المتاحة في الفترة من ٢٠٢٢/٧/٣١ م وحتى ٢٠٢٢/٩/١ م.

وتوصلت الدراسة إلى:

- أن معظم الصحفيين يرون أن المؤسسات الصحفية الأردنية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وبنسبة ٦٤%، وجاءت أهم مجالات توظيف هذه التقنيات من وجهة نظر المبحوثين في "جمع المادة الصحفية وتحريرها" بنسبة ٦٢%.
- وأظهرت الدراسة أن "ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات" كان من أهم الصعوبات التي تواجه توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- ان أبرز الآثار الإيجابية المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي أنها تعمل على "زيادة السرعة في إنتاج المحتوى الصحفي.
- ، ورأى الصحفيون أن طبيعة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمل الصحفيين الأردنيين تكاملية تقوم على توظيف الصحفيين للتقنيات بما يخدم مهنة الصحافة.

٥. **دراسة Moravec et al, Vacla(2020)**

استهدفت الدراسة توصيف تطبيق الخوارزميات بوكالة الأنباء التشيكية ČTKوتحويل ملفات البيانات الكبيرة إلى نصوص إخبارية بالاعتماد على إنتاج تقارير حول نتائج التداول في بورصة براغ بالذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري لوكالة الأنباء التشيكية خلال عام ٢٠١٩ ،والمقارنة بين معدلات إنتاج الخوارزميات وجودة المحتوى الصحفي الذى ينتجه البشر في مقابل الخوارزميات بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على الصحفيين والمحررين الاقتصاديين بالوكالة، وأشارت النتائج أن الوضع المالي في

غرف الأخبار التشيكية يشير إلى حتمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بالصحافة التشيكية لمواصلة مهمتها، ورغم كل ذلك فإن الصحفيين يتوقعون أن أدوارهم ستظل مهمة، وأنهم سيعملون بالتزامن مع تقنيات الذكاء الاصطناعي لإنتاج التقارير على نحو أفضل.

الجانب النظري:

المبحث الأول:الذكاء الاصطناعي

أولا:أهمية الذكاء الاصطناعي

أصبح الذكاء الاصطناعي عنصرًا محوريًا في العصر الحديث بفضل كفاءته العالية وقدرته على تعزيز الابتكار وتحسين العمليات في مختلف المجالات. ويعتمد ذلك على قدرته على معالجة وتحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة ودقة، مما يُمكّنه من حل المشكلات المعقدة ودعم اتخاذ القرارات القائمة على الأدلة.

١. توفير الوقت والتكاليف: يُساعد على أتمتة العمليات الروتينية، مما يُقلل الحاجة إلى التدخل البشري المباشر، ويُخفّض تكاليف التشغيل.
٢. تحسين الكفاءة: يستطيع الذكاء الاصطناعي إنجاز المهام بشكل أسرع وأكثر دقة من البشر، مما يزيد الإنتاجية ويقلل من الأخطاء البشرية.(Russell & Norvig, 2021) .
٣. دعم التقدم التكنولوجي: يُشكّل أساسًا لتطوير تقنيات متقدمة، مثل الروبوتات الذكية والسيارات ذاتية القيادة، مما يُسهم في تطوير التكنولوجيا الحديثة.
٤. التطبيقات المبتكرة: تساهم في خلق حلول جديدة في مجالات متعددة مثل الرعاية الصحية والتعليم والنقل والصناعة، من خلال استخدام تقنيات مثل التعلم العميق وتحليل البيانات.(Marr, 2020)
٥. التعلم الذاتي والشخصي: يعمل الذكاء الاصطناعي كمدرس خاص، ويتكيف مع مستوى الفرد، ويصحح الأخطاء، ويشرح المفاهيم بطريقة مبسطة، ويقدم أمثلة عملية، مما يجعل تجربة التعلم أكثر تخصيصًا وفعالية.
٦. تحليل البيانات: يمكنه استخلاص الأنماط والاتجاهات من كميات هائلة من البيانات، مما يُمكّن من اتخاذ قرارات استراتيجية مدعومة بمعلومات دقيقة..(Luckin et al., 2016)

ثانياً:أهداف الذكاء الاصطناعي:

١. تحسين كفاءة حل المشكلات: تمكين الأنظمة من تحليل المواقف واتخاذ قرارات دقيقة لحل المشكلات المعقدة.
٢. تسهيل عمليات التخطيط: دعم الأفراد في وضع الخطط الاستراتيجية واتخاذ القرارات المستقبلية بسرعة ودقة أكبر.
٣. تعزيز التفاعل بين البشر والذكاء الاصطناعي: تحسين التعاون والتفاهم بين البشر والأنظمة الذكية لتحقيق نتائج أفضل.(, Andrea L., &. Lewis,2020) .
٤. تحفيز الإبداع: دعم الأفكار المبتكرة وتطوير حلول جديدة وغير تقليدية.
٥. تشجيع الذكاء الاجتماعي: تعزيز القدرة على فهم السلوكيات البشرية وتحليلها والاستجابة لها بذكاء ومرونة.
٦. تعزيز التعلم المستمر: تمكين الأنظمة من اكتساب معارف جديدة وتطوير مهاراتها مع مرور الوقت. (Miroshnichenko, A. 2020.))

ثالثاً:مميزات الذكاء الاصطناعي

١. **تبسيط المهام:** ساهم الذكاء الاصطناعي في تبسيط العديد من العمليات المعقدة، حيث أصبحت المهام التي كانت تستغرق وقتًا طويلاً تُنجز الآن بشكل أسرع بكثير بفضل الأنظمة الذكية.
٢. **زيادة الإنتاجية:** أدى تسريع تنفيذ المهام إلى ارتفاع مستويات الإنتاجية، إذ يُمكن إنجاز عدد أكبر من المهام في نفس الإطار الزمني مقارنةً بالطرق التقليدية.
٣. **تحسين رضا العملاء:** يتم استخدام التقنيات الذكية لتحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات فورية وتخصيص العروض وتوفير الدعم المستمر الذي يلبي احتياجات المستخدمين بكفاءة.
٤. **نتائج عالية الموثوقية:** يعتمد الذكاء الاصطناعي على خوارزميات دقيقة تُنتج مخرجات متسقة بناءً على بيانات الإدخال، مما يضمن دقة وموثوقية عالية في النتائج.
٥. **تقليل الوقت المستغرق:** يُساعد الذكاء الاصطناعي على تقصير الوقت اللازم لإنجاز المهام، خاصةً عند التعامل مع المهام الروتينية والمتكررة، مما يسمح بتركيز الجهد البشري على مهام أكثر أهمية. (Smith, J. 2023)

المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي في القنوات التلفزيونية:

شهدت القنوات التلفزيونية تحولاً جذرياً في عملياتها خلال السنوات الأخيرة بفضل التطورات السريعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من أنظمتها الإنتاجية والتحريرية. لم يعد العمل الإعلامي يعتمد فقط على الجهود البشرية التقليدية. بل أصبح يعتمد على أنظمة ذكية قادرة على تحليل البيانات الضخمة بسرعات عالية للغاية، ومعالجة المحتوى بدقة عالية، وتقديم حلول مبتكرة في مجالات التحرير والتصميم الجرافيكي وإدارة غرف الأخبار.(شفيق،٢٠١٥)

ساهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز قدرة القنوات التلفزيونية على تسريع دورة إنتاج الأخبار، بدءاً من جمع المعلومات، مروراً بالتحرير اللغوي والترجمة الفورية، وصولاً إلى عرض البيانات بطريقة بصرية تفاعلية تجعل المحتوى أكثر وضوحاً وجاذبية للمشاهد. كما ساهمت التقنيات الحديثة في تحسين جودة التغطية الإخبارية من خلال استخدام الخرائط التفاعلية، وقراءة اتجاهات الجمهور، والتنبؤ بالسيناريوهات المحتملة في القضايا السياسية والاقتصادية.

مع تزايد المنافسة بين القنوات التلفزيونية، أصبح الذكاء الاصطناعي أداةً استراتيجيةً تُسهم في تعزيز المصداقية وكفاءة الأداء، وتحسين المحتوى، وتقديم خدمة إعلامية أكثر دقةً وعمقًا. لذا، أصبح توظيف هذه التقنيات خطوةً محوريةً في تطوير الإنتاج التلفزيوني، ويلعب دورًا أساسيًا في رسم مستقبل الإعلام المعاصر.(قمورة،٢٠١٨)

أولا: دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعه المحتوى التلفزيوني

يُعد الحديث عن دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني من القضايا التي تشهد اهتمامًا متزايدًا يوماً بعد يوم، بعد أن أصبحت هذه التقنيات جزءاً رئيسياً من منظومة الإنتاج الإعلامي. فقد بدأ توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال السمعي البصري منذ عام ٢٠١٠، عندما ابتكر "معهد معلومات الأنظمة الذكية" بجامعة طوكيو روبوتًا قادرًا على استكشاف البيئة المحيطة ذاتيًا، وتسجيل الملاحظات، ثم صياغة تقارير إعلامية اعتمادًا على ما يرصده. وتعتمد آلية عمل هذا الروبوت على تتبع التغيرات في البيئة، وتحديد ما إذا كانت تحمل قيمة إخبارية، ثم التقاط الصور، وطرح الأسئلة على الأشخاص القريبين منه، إلى جانب استخدام محركات البحث لفهم الأحداث بشكل أوسع. وفي حال توفر مادة ذات أهمية، يقوم الروبوت بكتابة تقرير خبري ونشره على منصات مخصصة لذلك (Latar, 2015).

ويشير ذلك إلى أن التطور المستمر في أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي يسهم في إحداث تحول عميق في صناعة الإعلام، من خلال تعزيز قدرة المؤسسات الإعلامية على التأثير والتواصل مع الجمهور، وتهيئة بيئة إعلامية جديدة أكثر تطورًا وتفاعلية. ويمكن تلخيص دور الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام من خلال العناصر الآتية:

١ .تطوير أدوات تقنية ذكية

أصبح الإعلام يوظّف مجموعة واسعة من الأدوات الذكية التي تشكّل أساس التحول الرقمي في صناعة المحتوى التلفزيوني. وتشمل هذه الأدوات:(منصات إنترنت الأشياء، تقنية الـBlockchain ، أجهزة الهواتف الذكية عالية الدقة، شبكات الجيل الخامس G٥،أنظمة تحديد المواقع،التفاعل الإنساني–الآلي،أدوات كشف التزييف والاحتيال،الطباعة ثلاثية الأبعاد،أجهزة الاستشعار الذكية،برمجيات تحليل البيانات الكبيرة،الخوارزميات المتقدمة،أدوات جمع البيانات،تقنيات الواقع المعزز،الأجهزة القابلة للارتداء. وتؤدي كل تقنية من هذه التقنيات وظائف مهمة تُسهم في تطوير المحتوى السمعي البصري داخل المؤسسات الإعلامية (فرجاني، ٢٠٢١).

٢ .صياغة المحتوى التلفزيوني

أسهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل عملية كتابة وصياغة المحتوى التلفزيوني. فقد أدى التقدم في صناعة الروبوتات إلى إدخالها في مراحل الإنتاج الإعلامي كافة، حيث يمكنها جمع المعلومات، وتنظيم البيانات، وكتابة النصوص، والمساعدة في تحرير المحتوى. كما ظهرت روبوتات ثابتة تُستخدم بديلاً عن بعض أجهزة الحاسوب، وتؤدي مهام التحرير الأولي والمعالجة الآلية للنصوص، بما يعزّز سرعة إنتاج المحتوى ويقلل من الهدر في الوقت والجهد.(شفيق،٢٠١٥)

٣ .تنوّع الجمهور

يؤدي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام إلى خلق وعي أوسع لدى الجمهور حول أهمية وتأثير الوسيلة الإعلامية في إحداث تغييرات كبيرة في المجتمع. ولم يعد الإعلام حكراً على المؤسسات الحكومية أو الشركات الخاصة؛ بل بات الأفراد يمتلكون القدرة على إنتاج محتوى إعلامي مؤثر، مما أدى إلى تفكك الجمهور إلى مجموعات صغيرة تتلقّى معلومات دقيقة ومخصّصة. ويسهم هذا التحول في ظهور كيانات فردية تمتلك

أدوات قوية لإنتاج ونشر المحتوى، وهو ما يعكس حساسية مستقبل الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي، ويدفع إلى ضرورة تعزيز التنسيق الدولي لوضع ضوابط تحكم استخدام هذه الأدوات.(شفيق،٢٠١٥)

٤ .استمرار ردود الأفعال

أدى إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني إلى منح الجمهور قدرة واسعة على التعبير عن الرأي والرد على الرسائل الإعلامية، ومناقشتها، بل وإعادة تحريرها وإنتاجها ونشرها دون قيود صارمة. وأصبح بإمكان أي فرد صناعة محتوى منافس قد يسبق المحتوى المنشور من المؤسسات الإعلامية نفسها، مما يجعل الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي قائماً على ديناميكية ردود الأفعال المستمرة.

وتتميز هذه البيئة الإعلامية الجديدة بأن المتلقي لا يكتفي بالتفاعل، بل يقوم بالتقييم والتحليل والتعديل وإعادة النشر وانتظار ردود أفعال الآخرين. ويرجع الباحث ذلك إلى قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي في القطاع التلفزيوني على تحليل البيانات المفتوحة الناتجة عن تفاعل الجمهور، الأمر الذي يعزز استمرار تدفق عناصر التفاعل داخل العملية الاتصالية، ويُحدث تحولاً جذرياً في طبيعة الإعلام التلفزيوني.(عبد الظاهر، ٢٠١٩،)

ثانياً: مجالات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني

شهدت صناعة المحتوى التلفزيوني تطوراً ملحوظاً بفضل توظيف أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، التي كشفت بوضوح عن قدرتها على إحداث تغيير جذري في أساليب الإنتاج التلفزيوني. فقد أسهمت هذه التقنيات في تطوير بيئات عمل مبرمجة وأكثر تنظيماً، وأدت إلى إعادة هيكلة عدد من المهام الإنتاجية، وإسنادها إلى الأنظمة الذكية، مما مهد لظهور غرف إنتاج تلفزيوني تعمل بشكل آلي بالكامل(Rose.2014)

وقد تجلّى تأثير الذكاء الاصطناعي من خلال عدة تطبيقات عملية، من أبرزها:

إتاحة قواعد بيانات تفاعلية ضخمة للمشتركين، وهو ما سهّل الوصول إلى محتوى مرئي غني يدعم عمليات إنتاج القصص الإخبارية.

تجربة شركة فيسبوك التي استغنت عن موظفي قسم اختيار الموضوعات الأكثر تداولًا، واستبدلتهم بأنظمة ذكاء اصطناعي تتولى المهمة آليًا.

إعلان شركة "ترونِك (AP) "عن إنتاج آلاف الفيديوهات يومياً اعتماداً على التقنية الذكية دون تدخل بشري مباشر.

شراكة شركة Automated Insights مع وكالة AP لإنتاج تقارير اقتصادية ورياضية عبر برمجيات التحرير الذكية(Latar,2015) ،

وتتمتع خوارزميات الذكاء الاصطناعي بقدرة عالية على إنتاج المحتوى السمعي–البصري بسرعة تفوق قدرة الإنسان، وضمن نطاق أوسع، وبمستوى أقل من الأخطاء. إذ يمكن لهذه الخوارزميات معالجة كميات هائلة من البيانات، وتحويلها إلى قصص إخبارية من زوايا متعددة، كما يمكنها تخصيص المحتوى بما يتناسب مع تفضيلات الجمهور، بل وتوليد الأخبار عند الطلب استجابة لاحتياجات المستخدمين

ولا يقتصر دور الأنظمة الذكية على إنتاج المحتوى فقط، بل تمارس وظيفة اجتماعية مؤثرة من خلال اختيار المعلومات وفلترتها وتهيئتها للمتلقين، مما يجعلها جزءاً فاعلاً في تشكيل الرسالة الإعلامية وليس مجرد أداة تقنية.

وتسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي—داخل قطاع الإعلام—في صياغة أدوات إعلامية حديثة تمتلك قدرة متقدمة على إنتاج محتوى أكثر تأثيراً وجاذبية. كما تحافظ هذه التقنيات على تنوع الجمهور، وتستجيب لاحتياجاته المتجددة، وتتيح قنوات تفاعلية واسعة لتبادل الآراء ومتابعة ردود الأفعال بشكل مستمر (البدري، ٢٠٢١، ص ٩٠).

ونتيجة لذلك، تغيّرت الأدوار الوظيفية للمؤسسات الإعلامية جذرياً؛ إذ أصبحت مطالبة بإعادة النظر في طبيعة العمليات الاتصالية، بدءاً بالقائم بالاتصال ومحتوى الرسالة، وصولاً إلى المتلقي الذي أضحى يمتلك قدرة أعلى على التفاعل والمشاركة بفضل دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل التلفزيوني. ومن ثمّ، باتت العملية الاتصالية أكثر تفاعلية وانفتاحاً، تعتمد على التحليل اللحظي لردود الجمهور واستثمارها في تطوير المحتوى.

تُعد العملية الاتصالية في المؤسسات الإعلامية عملية تفاعلية تعتمد على آلية منظمة، وتبرز أهمية الذكاء الاصطناعي في تعزيز هذه العملية من خلال أدوات وتقنيات متقدمة لإنتاج المحتوى التلفزيوني بسرعة وكفاءة عاليتين. ومن أبرز هذه الأدوات:

أتمتة المحتوى:(Content Automate)

ساهم الذكاء الاصطناعي في توسيع نطاق الإنتاج الإعلامي بشكل آلي، حيث استخدمت بعض المؤسسات الرؤى التلقائية ضمن برامج حاسوبية متقدمة لإنتاج تقارير إخبارية دون تدخل بشري مباشر. فعلى سبيل المثال، استفادت وكالة أسوشيتد برس من هذه التقنية في أتمتة تقارير الأرباح المالية لعام ٢٠١٤، حيث يقوم الصحفيون بكتابة قوالب النماذج الخاصة بالتقارير، بينما تتولى الروبوتات توليد النصوص الإخبارية الكاملة

في عام ٢٠١٦، استخدمت صحيفة واشنطن بوست خوارزمية تُعرف بـHeliograf ، وهي قائمة على تقنيات الذكاء الاصطناعي، بهدف تحويل غرف الأخبار إلى بيئة تفاعلية للصحفيين. تقوم الخوارزمية بتحليل البيانات المرتبطة بالموضوع ذاته، ومطابقة العبارات المشابهة ودمجها لإنتاج نسخ متعددة من المقالات، ثم نشرها عبر منصات مختلفة. ويهدف هذا النظام إلى إنشاء مقالات تفسيرية ذات قيمة عالية تعزز التفاعل بين الإنسان والآلة داخل العملية الإعلامية (البدري، ٢٠٢١، ص ٩٥).

بالإضافة إلى ذلك، توجد أدوات أخرى لدعم صناعة المحتوى التلفزيوني، مثل AI Word ومنصة Sciences Narrative التي تقدم حلولاً متنوعة في تقنيات كتابة المحتوى، ومنصة Curata التي تساعد فرق المحتوى في البحث عن المواد المناسبة، وصياغتها، وقياس نتائجها بشكل فعال (الزعنون، ٢٠٢١، ص ٧٥).

أدوات مساعدة في كتابة المحتوى التلفزيوني:

تشمل هذه الأدوات منصة AI Word ومنصة Sciences Narrative، اللتين توفران حلولاً متنوعة لتسهيل كتابة المحتوى، وكذلك منصة Curata التي تدعم فرق المحتوى في البحث عن أفضل المواد، والمساعدة في صياغتها، وقياس نتائجها بدقة (الزعنون، ٢٠٢١، ص ٧٥).

<u>إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية</u>

صدق التحليل:

ولتحقيق الصدق في عملية التحليل، عرض ما استخرج من الفئات الرئيسية وتم صياغتها بشكل مختصر وواضح قبل البدء بعملية التحليل والتفسير اللاحقة، وقد عرضت استمارة الفئات على عدد من الخبراء في تخصص الإعلام (*) لتقويمها وتصويبها والموافقة عليها واعتمادها بعد الأخذ بما وضع من ملاحظات.

*١. أ.د.صباح أنور إبراهيم ٢.أ.د. هيثم عكاب عطية ٣. أ.م.د. صباح عواد محمد

ثبات التحليل:

- استخدم الباحث طريقة الاتساق عبر الزمان: بمعنى أن يحصل الباحثون المحللون على النتائج نفسها إذا طبقوا الفئات ذاتها على المضمون نفسه لفترات متباعدة أو مختلفة.

إذ قام بإعادة التحليل بعد مضي شهرين على عملية التحليل الأولى، وقد خرج الباحث بالنتائج نفسها باستثناء اختلافات طفيفة. وعند تطبيق معادلة (هولستي) لقياس الثبات حصلت الباحث على درجة ثبات (٠,٩٤) وهي درجة مقبولة لقياس الثبات. وفي أدناه نص المعادلة:

$$\frac{٢ م}{ن١+ن٢}$$

إذ أن:

م: ترمز إلى عدد الفئات المتفق عليها في التحليل الأول والثاني.

ن١: ترمز إلى عدد الفئات التي تم ترميزها في التحليل الأول.

ن٢: ترمز إلى عدد الفئات التي تم ترميزها عند إعادة التحليل.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{٢ \times ٣٤}{٣٤+٣٨} = \frac{٦٨}{٧٢} = ٠,٩٤$$

جدول رقم (١) يوضح عدد الحلقات التي تم تحليلها في القنوات محل الدراسة

الفئة / العدد	قناة التغيير الفضائية		قناة One News.		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المجموع	١٠٤	%٥٠,٠	١٠٤	%٥٠,٠	٢٠٨	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدد حلقات البرامج في القنوات التلفزيونية العراقية عينة الدراسة التي اعتمدت على استخدام الذكاء الاصطناعي منذ(٢٠٢٥/٥/١) حتي (٢٠٢٥/١٠/١) ، حيث تم تحليل (١٠٤) حلقة من كلا من قناة التغيير الفضائية وقناة One News ..

جدول (٢)

يوضح توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

القناة	قناة التغيير الفضائية		قناة One News.		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ظهور أدوات ذكاء اصطناعي مباشرة على الشاشة (خرائط تفاعلية – رسوم بيانية – مؤشرات)	٣٥	%٣٣,٧	٣٥	٣٣,٧	٤٤	%٢١,٢
استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى (تحليل بيانات – جمع معلومات)	٤٠	%٣٨,٥	٤٠	%٣٨,٥	٥٦	%٢٦,٩
الاعتماد على الخوارزميات في توقع الأحداث أو السيناريوهات المستقبلية	٢٩	%٢٧,٩	٢٨	%٢٦,٩	٤٠	%١٩,٢
استخدام تقنيات التعرف على الصوت أو تحويل الكلام لنص	٢١	%٢٠,٢	٢١	%٢٠,٢	٣٤	%١٦,٣
وجود محتوى بصري ناتج عن تقنيات) AIإنفوغرافيك – تحريك – تحليل صور)	٢٤	%٢٣,١	٢٥	%٢٤,٠	٣٤	%١٦,٣
الإجمالي	١٠٤	%٥٠,٠	١٠٤	%٥٠,٠	٢٠٨	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق الى التكرارات والنسب المئوية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث جاء في الترتيب الأول لأكثر التقنيات هي (استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى (تحليل بيانات – جمع

معلومات) وذلك بنسبة ٢٦,٩% ، ثم جاء في الترتيب الثاني (ظهور أدوات ذكاء اصطناعي مباشرة على الشاشة (خرائط تفاعلية – رسوم بيانية – مؤشرات) وايضا بنسبة (٢١,٢%) ، ثم في الترتيب الثالث (الاعتماد على الخوارزميات في توقع الأحداث أو السيناريوهات المستقبلية) بنسبة (١٩,٢%) ،ثم جاء في الترتيب الرابع كلا من (استخدام تقنيات التعرف على الصوت أو تحويل الكلام لنص) .(وجود محتوى بصري ناتج عن تقنيات) AIإنفوغرافيك – تحريك – تحليل صور)وذلك بنسبة (١٦,٣%) .

وبالقراءة التفصيلية للجدول السابق يتضح أن **قناة التغيير الفضائية** اعتمدت على استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى (تحليل بيانات – جمع معلومات)وذلك بنسبة (٣٨,٥%) ،ثم تلى ذلك اعتمادها على (ظهور أدوات ذكاء اصطناعي مباشرة على الشاشة (خرائط تفاعلية – رسوم بيانية – مؤشرات)وذلك بنسبة (٣٣,٧%) ،ثم (الاعتماد على الخوارزميات في توقع الأحداث أو السيناريوهات المستقبلية) بنسبة (٢٧,٢%) ثم (وجود محتوى بصري ناتج عن تقنيات) AIإنفوغرافيك – تحريك – تحليل صور)) بنسبة (٢٣,١%) وأخيرا (استخدام تقنيات التعرف على الصوت أو تحويل الكلام لنص) بنسبة (٢٠,٢%).

كما ان **قناة One News .** اعتمدت على استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى (تحليل بيانات – جمع معلومات) وذلك بنسبة (٣٨,٥%) ،ثم تلها (ظهور أدوات ذكاء اصطناعي مباشرة على الشاشة (خرائط تفاعلية – رسوم بيانية – مؤشرات) بنسبة (٣٣,٣%) ،ثم (الاعتماد على الخوارزميات في توقع الأحداث أو السيناريوهات المستقبلية) بنسبة (٢٦,٩%)، ثم (وجود محتوى بصري ناتج عن تقنيات) AIإنفوغرافيك – تحريك – تحليل صور)بنسبة (٢٤,٠%) ،ثم (استخدام تقنيات التعرف على الصوت أو تحويل الكلام لنص) بنسبة (٢٠,٢%) .

جدول (٣)

يوضح اثر الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى

القناة	قناة التغيير الفضائية		قناة One News.		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة	٢٨	%٢٦,٩	٢٥	%٢٤,٠	٥٣	%٢٥,٥
عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية	٢٤	%٣٢,١	٢٢	%٢١,٢	٤٦	%٢١,١
أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى	١٨	%١٧,٣	٢٠	%١٩,٢	٣٨	%١٨,٣
جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور	١٧	%١٦,٣	١٨	%١٧,٣	٣٥	١٦,٨
حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها	١٧	%١٦,٣	١٩	%١٨,٣	٣٦	%١٧,٣
الإجمالي	١٠٤	%٥٠,٠	١٠٤	%٥٠,٠	٢٠٨	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق الى التكرارات والنسب المئوية لاثر الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى حيث جاء في الترتيب الأول لأبرز الاثار هي (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة) وذلك بنسبة ٢٤,٠% ، ثم جاء في الترتيب الثاني (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية) بنسبة (٢١,١%) ، ثم في الترتيب الثالث (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى) بنسبة (١٨,٣%) ،ثم جاء في الترتيب الرابع (حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها) وذلك بنسبة (١٧,٣%) . وفي الترتيب الأخير جاء(جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور) بنسبة(١٦,٨%)

وبالقراءة التفصيلية للجدول السابق يتضح أن **قناة التغيير الفضائية** جاء ابرز الاثر بها (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية) وذلك بنسبة (٣٢,١%) ،ثم تلها (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة) بنسبة (٢٦,٩%) ،ثم (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى) بنسبة (١٧,٣%)، ثم جاء بالتساوي في النسبة المئوية ما بين (جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور).(حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها) بنسبة (١٦,٣%) .

اما **قناة One News . فقد** جاء ابرز الاثر بها (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة) وذلك بنسبة (٢٤,٠%) ،ثم تلى ذلك (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية)وذلك بنسبة (٢١,٢%) ،ثم (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى) بنسبة (١٩,٢%) ثم (حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها) بنسبة (١٨,٣%) وأخيرا ( ) بنسبة (٢٠,٢%).

جدول (٢)

يوضح مهنية المحتوى

القناة	قناة التغيير الفضائية		قناة One News.		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الالتزام بالدقة في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي دون مبالغة	٣٠	٢٨,٨%	٢٨	٢٦,٩%	٥٨	٢٧,٩%
تجنب التضليل الناتج عن البيانات الآلية أو التوقعات الخاطئة	٢٥	٢٤,٠%	٢٧	٢٦,٠%	٥٢	٢٥,٠%
وجود إشارات واضحة للمصادر أو البيانات المعتمدة	٢٣	٢٢,١%	٢٤	٢٣,١%	٤٧	٢٢,٦%
احترام المعايير الأخلاقية عند عرض صور/بيانات حساسة	٢٦	٢٥,٠%	٢٥	٢٤,٠%	٥١	٢٥,٥%
الإجمالي	١٠٤	٥٠,٠%	١٠٤	٥٠,٠%	٢٠٨	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق الى التكرارات والنسب المئوية لمهنية المحتوى حيث جاء في الترتيب الأول (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة) وذلك بنسبة ٢٤,٠% ، ثم جاء في الترتيب الثاني (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية) بنسبة (٢١,١%) ، ثم في الترتيب الثالث (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى) بنسبة (١٨,٣%) ،ثم جاء في الترتيب الرابع (حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها) وذلك بنسبة (١٧,٣%) . وفي الترتيب الأخير جاء(جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور) بنسبة(١٦,٨%)

وبالقراءة التفصيلية للجدول السابق يتضح أن **قناة التغيير الفضائية** جاء ابرز الاثر بها (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية) وذلك بنسبة (٣٢,١%) ،ثم تلها (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة) بنسبة (٢٦,٩%) ،ثم (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى) بنسبة (١٧,٣%)، ثم جاء بالتساوي في النسبة المئوية ما بين (جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور).(حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها) بنسبة (١٦,٣%) .

اما **قناة One News . فقد** جاء ابرز الاثر بها (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة) وذلك بنسبة (٢٤,٠%) ،ثم تلى ذلك (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية)وذلك بنسبة (٢١,٢%) ،ثم (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى) بنسبة (١٩,٢%) ثم (حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها) بنسبة (١٨,٣%) وأخيرا ( ) بنسبة (٢٠,٢%).

جدول (٢)

يوضح مدى الإلتزام بالشفافية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

القناة	قناة التغيير الفضائية		قناة One News.		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يعرّف البرنامج الجمهور بحدود قدرات الذكاء الاصطناعي	٣٢	%٣٠,٨	٣٠	%٢٨,٨	٦٢	%٢٩,٨
يوضح البرنامج للمشاهد ماهية التقنية المستخدمة وأهدافها	٣٦	%٣٤,٦	٣٥	%٣٣,٧	٧١	%٣٤,١
يبين البرنامج أن بعض التحليلات أو التوقعات تمت بمساعدة أدوات AI	٣٦	%٣٤,٦	٣٩	%٣٧,٥	٧٥	%٣٦,١
الإجمالي	١٠٤	%٥٠,٠	١٠٤	%٥٠,٠	٢٠٨	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق الى التكرارات والنسب المئوية مدى الإلتزام بالشفافية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث جاء في الترتيب الأول (يبين البرنامج أن بعض التحليلات أو التوقعات تمت بمساعدة أدوات AI) وذلك بنسبة ٣٦,١% ، ثم جاء في الترتيب الثاني (يوضح البرنامج للمشاهد ماهية التقنية المستخدمة وأهدافها) بنسبة (٣٤,١%) ، ثم في الترتيب الثالث (يعرّف البرنامج الجمهور بحدود قدرات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (٢٩,٨%) .

وبالقراءة التفصيلية للجدول السابق يتضح أن **قناة التغيير الفضائية** جاء مدى الإلتزام بالشفافية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب(يوضح البرنامج للمشاهد ماهية التقنية المستخدمة وأهدافها) ،(يوضح البرنامج للمشاهد ماهية التقنية المستخدمة وأهدافها) وذلك بنسبة (٣٤,٦%) ،ثم تلها (يعرّف البرنامج الجمهور بحدود قدرات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (٣٠,٨%) .

اما **قناة One News . فقد** جاء مدى الإلتزام بالشفافية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بها (يبين البرنامج أن بعض التحليلات أو التوقعات تمت بمساعدة أدوات AI) وذلك بنسبة (٣٧,٥%) ،ثم تلى ذلك (

يوضح البرنامج للمشاهد ماهية التقنية المستخدمة وأهدافها)وذلك بنسبة (٣٣,٧%) ،ثم (يعرّف البرنامج الجمهور بحدود قدرات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (٢٨,٨%).

جدول (٢)

يوضح تفاعل الجهور مع المحتوى الإعلامي

القناة	قناة التغيير الفضائية		قناة One News.		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يشجع البرنامج الجمهور على المشاركة من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي	٣٥	%٣٣,٧	٣٤	٣٢,٧	٦٩	%٣٣,٢
يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات	٣٣	%٣١,٧	٣٤	٣٢,٧	٦٧	%٣٢,٢
تظهر تأثيرات على تفاعل الجمهور (تعليقات – نسب مشاهدة – مشاركات)	٣٦	%٣٤,٦	٣٦	%٣٤,٦	٧٢	%٣٤,٦
الإجمالي	١٠٤	%٥٠,٠	١٠٤	%٥٠,٠	٢٠٨	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق الى التكرارات والنسب المئوية تفاعل الجهور مع المحتوى الإعلامي حيث جاء في الترتيب الأول (تظهر تأثيرات على تفاعل الجمهور (تعليقات – نسب مشاهدة – مشاركات)) وذلك بنسبة ٣٤,٦% ، ثم جاء في الترتيب الثاني (يشجع البرنامج الجمهور على المشاركة من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (٣٣,٢%) ، ثم في الترتيب الثالث (يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات) بنسبة (٣٢,٢%) .

وبالقراءة التفصيلية للجدول السابق يتضح أن **قناة التغيير الفضائية** جاء مدى تفاعل الجهور مع المحتوى الإعلامي في الترتيب الاول (تظهر تأثيرات على تفاعل الجمهور (تعليقات – نسب مشاهدة – مشاركات)وذلك بنسبة (٣٤,٦%) ،ثم تلها (يشجع البرنامج الجمهور على المشاركة من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي)

بنسبة (٣٣,٧%) .وفي الترتيب الثالث (يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات) بنسبة (يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات) بنسبة (٣١,٧%)

اما **قناة One News . فقد** جاء مدى تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي بها (تظهر تأثيرات على تفاعل الجمهور (تعليقات – نسب مشاهدة – مشاركات)) وذلك بنسبة (٣٤,٦%) ،ثم تلى ذلك كلا من (يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات)، (يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات) وذلك بنسبة (٣٢,٧%) .

أهم النتائج:

١. تشير نتائج البحث التحليلية إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث جاء في الترتيب الأول لأكثر التقنيات هي (استخدام الذكاء الاصطناعي في إعداد المحتوى (تحليل بيانات – جمع معلومات)، ثم جاء في الترتيب الثاني (ظهور أدوات ذكاء اصطناعي مباشرة على الشاشة (خرائط تفاعلية – رسوم بيانية – مؤشرات)، ثم في الترتيب الثالث (الاعتماد على الخوارزميات في توقع الأحداث أو السيناريوهات المستقبلية)،ثم جاء في الترتيب الرابع كلا من (استخدام تقنيات التعرف على الصوت أو تحويل الكلام لنص) .(وجود محتوى بصري ناتج عن تقنيات) AIإنفوغرافيك – تحريك – تحليل صور).
٢. تشير نتائج البحث التحليلية إلى اثر الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى حيث جاء في الترتيب الأول لأبرز الاثار هي (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة)، ثم جاء في الترتيب الثاني (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية)، ثم في الترتيب الثالث (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى)،ثم جاء في الترتيب الرابع (حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها). وفي الترتيب الأخير جاء(جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور)
٣. تشير نتائج البحث التحليلية إلى مهنية المحتوى حيث جاء في الترتيب الأول (ساهم استخدام الذكاء الاصطناعي في رفع دقة المعلومات المقدمة)، ثم جاء في الترتيب الثاني (عزز الذكاء الاصطناعي مصداقية المادة الإعلامية)، ثم في الترتيب الثالث (أدى توظيف الذكاء الاصطناعي إلى إضفاء وضوح وسهولة في فهم المحتوى)،ثم جاء في الترتيب الرابع (حسن من سرعة عرض البيانات وتحليلها). وفي الترتيب الأخير جاء(جعل المادة الإعلامية أكثر تفاعلاً وجذباً للجمهور).

٤. تشير نتائج البحث التحليلية مدى الإلتزام بالشفافية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي حيث جاء في الترتيب الأول (يبين البرنامج أن بعض التحليلات أو التوقعات تمت بمساعدة أدوات AI)، ثم جاء في الترتيب الثاني (يوضح البرنامج للمشاهد ماهية التقنية المستخدمة وأهدافها)، ثم في الترتيب الثالث (يعرّف البرنامج الجمهور بحدود قدرات الذكاء الاصطناعي).

٥. تشير نتائج البحث التحليلية تفاعل الجهور مع المحتوى الإعلامي حيث جاء في الترتيب الأول (تظهر تأثيرات على تفاعل الجمهور (تعليقات – نسب مشاهدة – مشاركات))، ثم جاء في الترتيب الثاني (يشجع البرنامج الجمهور على المشاركة من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي) ب، ثم في الترتيب الثالث (يقدم البرنامج محتوى مخصصاً للفئات المختلفة باستخدام معالجة البيانات)

توصيات البحث

١. تدريب الكوادر الإعلامية على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، مثل تحليل البيانات الضخمة، والتحقق الآلي من المعلومات، وتخصيص المحتوى وفقا لخصائص الجمهور، لضمان الاستخدام الأمثل للتقنيات الحديثة.

٢. تعزيز الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل القنوات الفضائية العراقية، بهدف تطوير عملية إنتاج الأخبار ورفع جودة المحتوى المقدم للمشاهدين.

٣. تشجيع إنتاج الوسائط التفاعلية التي تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد تعليقات الجمهور وتحليل اتجاهاتهم وتقديم محتوى مخصص يتناسب مع اهتمامات فئات الجمهور المختلفة.

٤. تعزيز آليات التحقق من المعلومات باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار المضللة، بهدف رفع مستوى المصداقية والثقة لدى الجمهور.

٥. تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية والجامعات لإجراء دراسات مستقبلية مشتركة حول تأثير الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام العراقية، بما يدعم إنتاج محتوى أكثر احترافية.

٦. وضع سياسات تحريرية واضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي بما يحافظ على مهنية الإعلام ويمنع الاعتماد المفرط على الأنظمة الآلية في صياغة الأخبار أو التحقق منها دون إشراف بشري.

٧. يركز البحث على قياس رضا الجمهور باستخدام أدوات تحليل الذكاء الاصطناعي، لفهم التحولات في تفاعل الجمهور وسلوك وسائل الإعلام بشكل أكثر دقة.

مصادر:

١. البدري، رفعت (٢٠٢١) صحافة الذكاء االصطناعي هل تساعد الصحفيين أم تهدد وجودهم؟ القاهرة: دار النخبة للطباعة و النشر و التوزيع.

٢. الزعنون ،اسماعيل الزعنون(٢٠٢١)، اتجاهات القائمين باالتصال نحو توظيف الذكاء االصطناعي في العمل الصحفي و انعكاسه على المصداقية و المهنية. غزة – فلسطين: رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة السالمية.

٣. شفيق، حسنين (٢٠١٥) إعالم الذكاء االصطناعي و مستقبل صناعة و إنتاج أألخبار. عمان، الأردن: دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع.

٤. شفيق، حسنين. (٢٠١٥). إعلام الذكاء الاصطناعي و مستقبل صناعة و إنتاج الأخبار. عمان، الأردن: دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع.

٥. الشمري، محمد شاكر محمود، & التميمي، مدين عمران محمود. (٢٠٢٥). مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية العراقية وانعكاسه على العاملين فيها. مجلة دراسات وبحوث إعلامية، (10). https://msar.edu.iq/index.php/msar/article/view/١٠٧٣

٦. الشيخ، طارق عبدالعزيز، وعبدالعزيز، حمد محمد عبدالعزيز. (٢٠٢٠). أحكام عقد البث الفضائي. المجلة القانونية الاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، العدد ٤١.

٧. طلائع ،ناصر الشريف(٢٠٢٤) تسويق المحتوى الإعلامي في ضوء تطبيقات الذكاء الاصطناعي ، جمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي، المؤتمر والمعرض السنوى السابع والعشرون لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي،

٨. عبد الظاهر، محمد (٢٠١٩) صحافة الذكاء االصطناعي الثورة الصناعية الرابعة و إعادة هيكلة الإعالم. القاهرة: دار البدائل للطبع و النشر و التوزيع

٩. عصمت، تلجي حداد(٢٠٢٣) توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين، جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم الصحافة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع٢٥

١٠. فرجاني، علي.(٢٠٢١)،التقنيات الرقمية و تطبيقاتها في اإلعالم "الذكاء االصطناعي و إدارة المحتوى."القاهرة: الدار اللبنانية المصرية

١١.قمورة، سامية ، باي محمد، و آخرون. (٢٠١٨). الذكاء الاصطناعي بين الواقع و المأمول "دراسة ميدانية و تقنية". الجزائر: ورقة علمية مقدمة للمؤتمر الدولي للذكاء الاصطناعي تحدٍ جديد للقانون

12. Al-Zuhairi, Arshad Y., & Al-Samer, Abdul Salam A. (2024). The use of satellite TV channels for social networks by promoting interactive participation with the Iraqi public regarding political issues. Al-Adab Journal, 2(136). https://doi.org/10.31973/aj.v2i136.1276
13. Guzman, Andrea L., and Seth C. Lewis. "Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda."New Media & Society.22.1 (2020)
14. Human Journalism? Springer Profissional, 65.
15. International Journal of Communication, 8(1), 2.
16. Latar, N. L. (2015). The Robot Journalist in the Age of Social Physics the End of
17. Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M., & Forcier, L. B. (2016). Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education. Pearson.
18. Marr, B. (2020). Artificial Intelligence in Practice. Wiley.
19. Miroshnichenko, A. 2020. “AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is ‘Yes’)."Information (Switzerland) 9 (7). doi:10.3390/info9070183.
20. Rose, P. (2014). Contradictions in the Media Environment as Art Criticism.
21. Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Pearson.
22. Santosh Kumar Biswal| (2020)." Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane?" Springer Nature Singapore.

23. Smith, J. (2023). Artificial Intelligence Applications in Modern Workflows. TechPress Publishing.
24. Vlăduţescu, Ş., & Stănescu, G. C. (2025). The Role of Artificial Intelligence in Romanian Broadcasting: Opportunities and Challenges. Media, 6(1), Articl
25. https://doi.org/10.3390/journalmedia6010022