

## توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية: دراسة حالة على قناة الإخبارية السعودية

مريم عواد صالح الشمري

باحثة ماجستير، إعلام مرئي ومسموع، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية  
MaryamAlshammari75@gmail.com

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم مظاهر تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج الأخبار التلفزيونية ورصد آليات تطويرها وتقييم عمليات إنتاج الأخبار التلفزيونية بالذكاء الاصطناعي. والكشف عن المعوقات والتحديات التي تواجه إنتاج الأخبار التلفزيونية. وسيتم استخدام منهج المسح الإعلامي من خلال دراسة مسحية بالتطبيق على قناة الإخبارية. ومن أبرز النتائج المتوقعة لهذه الدراسة وجود تأثير لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملية إنتاج الأخبار التلفزيونية من جمع وتحليل وإخراج وتقديم الأخبار التلفزيونية. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح، واستخدمت أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك بالتطبيق على عينة من العاملين بقناة الإخبارية السعودية قوامها (65) مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها: يرى الباحثون عينة الدراسة أن (تطبيقات الذكاء الاصطناعي الداعمة لجمع الأخبار) جاءت في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (38.9%). وفي الترتيب الثاني جاءت (تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بتحرير الأخبار)، بنسبة مئوية بلغت (36.1%)، فيما جاءت (تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تصوير الأخبار) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (25%). ويرى الباحثون أن مهارة (البرمجة) تأتي في مقدمة المهارات الواجب على العاملين بالأخبار أن يتعلموها لمواكبة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.8%). وفي الترتيب الثاني جاءت مهارة (تحليل البيانات) بنسبة مئوية بلغت (50.8%)، تلتهم مهارة (التفاعل مع الروبوتات) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (35.4%). وجاء مقترح (تطوير مهارات العاملين في إنتاج الأخبار التلفزيونية) في صدارة مقترحات الباحثين من أجل تحقيق التوازن في استخدام الذكاء الاصطناعي ودور العنصر البشري، وفي الترتيب الثاني جاء مقترح (وضع قيود في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، تلاها مقترح (الاستعانة بالتطبيقات محددة من تطبيقات الذكاء في إنتاج الأخبار) في الترتيب الثالث.

الكلمات المفتاحية: تطبيقات الذكاء الاصطناعي، إنتاج، الأخبار التلفزيونية، قناة الإخبارية السعودية.

## Employing Artificial Intelligence Applications in TV News Production: A Case Study on Saudi News Channel

**Maryam Awad S Alshammari**

Master's Researcher, Audiovisual Media, Department of Media, College of Arts, King Faisal University, Kingdom of Saudi Arabia  
MaryamAlshammari75@gmail.com

### Summary

The study aimed to identify the most important aspects of artificial intelligence techniques in the field of television news production, monitor the mechanisms for their development, and evaluate the processes of television news production using artificial intelligence. And to reveal the obstacles and challenges facing television news production.

The media survey method will be used through a survey study applied to Al-Ikhbariya channel. One of the most prominent expected results of this study is the impact of artificial intelligence applications on the process of television news production from collecting, editing, directing and presenting television news.

The study belongs to descriptive studies, and relies on the survey method. The questionnaire tool was used as a tool for collecting data, by applying it to a sample of employees of the Saudi Al-Ikhbariya channel consisting of (65) individuals.

The study reached a set of results, the most prominent of which are: The study sample respondents believe that (artificial intelligence applications supporting news gathering) came at the forefront of artificial intelligence applications used in producing television news, with a percentage of (38.9%). In second place came (artificial intelligence applications for editing news), with a percentage of (36.1%),

while (artificial intelligence applications used in filming news) came in third and last place with a percentage of (%25).

The respondents believe that the skill (programming) comes at the forefront of the skills that news workers must learn to keep pace with the development of artificial intelligence technologies, with a percentage of. (%53.8), In second place came the skill (data analysis) with a percentage of (50.8%), followed by the skill (interaction with robots) in third and last place with a percentage of (%35.4).

The proposal (developing the skills of workers in television news production) came at the forefront of the respondents' proposals in order to achieve a balance in the use of artificial intelligence and the role of the human element. In second place came the proposal (imposing restrictions on the use of artificial intelligence applications), followed by the proposal (using specific applications of intelligence applications in news production) in third place.

**Keywords:** Artificial Intelligence Applications, Production, Television News, Saudi News Channel.

### ■ مقدمة الدراسة

يمثل الذكاء الاصطناعي تطوراً هائلاً يشهده مجال الاتصال والإعلام وحيث أنه أصبح واقعاً لا مفر منه في كثير من مجالاته. وأصبحت الوسائل الإعلامية اليوم تتسابق في تبني هذه التقنيات الحديثة وفرضها في مؤسساتها المختلفة وتتسابق مع كافة الوسائل المنافسة لها. حيث يستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات العسكرية والصناعية والاقتصادية والتقنية والطبية والتعليمية والإعلامية والخدمية الأخرى.

وحيث أن الأخبار التلفزيونية تشكل جزءاً مهماً من اهتمامات المؤسسات والقنوات التلفزيونية في ظل التحولات والتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية على مستوى العالم، أصبحت القنوات التلفزيونية الإخبارية في تحديات كبيرة في مقابل الذكاء الاصطناعي الذي أصبح يقدم العديد من المهام كتحميل البيانات واستخلاص المعلومات ومسح وتحليل المقالات والتقارير وترجمة النصوص وتوليد المحتوى النصي بشكل

آلي وكتابة مقالات إخبارية قصيرة والتعرف على الصوت والصورة وتحليلها وتجهيز البث المباشر للنشرة الإخبارية وتكوين النصوص الإخبارية ليتم توجيه المذيعين والمراسلين لتقديم الأخبار بشكل واضح.

إن عملية إنتاج الأخبار التلفزيونية هي عملية شاملة تتطلب تنسيق وتنظيم عدة عناصر لضمان تقديم محتوى إعلامي مؤثر لذا فالذكاء الاصطناعي من التقنيات المستخدمة في مجال إنتاج الأخبار التلفزيونية بشكل متزايد في الوقت الحالي في كثير من القنوات التلفزيونية الإخبارية.

"في 9 ربيع الآخر 1439هـ/27 ديسمبر 2017م أصدر وزير الإعلام قرارًا بتحويل قناة الإخبارية إلى شركة شبكة الإخبارية (شركة ذات مسؤولية محدودة)، تكون ملكيتها مناصفة بين هيئة الإذاعة والتلفزيون وهيئة وكالة الأنباء السعودية، في أحدث خطوة باتجاه مواكبة التطورات المتسارعة في المشهد الإعلامي المحلي والعالمي. ويستهدف القرار تطوير قناة الإخبارية الناطقة باللغة العربية، وإطلاق قناة إخبارية باللغة الإنجليزية، وتكون الشركة قادرة على تطوير الخبرات المتعلقة بالأحداث وتحسين تغطية ومتابعة الأخبار المحلية والعالمية، والتفاعل مع المتغيرات بما يقدم إعلامًا سعوديًّا مواكبًا، وتحقيق عائد مالي للاستثمار في قطاع الإعلام، وإنشاء منصات جديدة للتوزيع الرقمي للوصول لصناعة محتوى منافس".

ومن خلال هذه الجهود الإعلامية والتطورات المتسارعة التي يشهدها قطاع التلفزيون بالمملكة العربية السعودية أخذ الاهتمام بالتكنولوجيا والتقنيات الرقمية في قناة الإخبارية من أولويات توجهها والعمل من خلاله سعياً كذلك في تحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2030 والتي أولت التقنية كجزء من أولوياتها في مختلف القطاعات والإعلام بشكل خاص والتي بدورها تحقق مستهدفاتها من خلال العمل التلفزيوني والإنتاج الإخباري.

وانطلاقاً من هذا التطور التكنولوجي الهائل الذي لعب دوراً حيوياً في عملية إنتاج الأخبار التلفزيونية في عديد من القنوات التلفزيونية تأتي هذه الدراسة بعنوانها (تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية) من أجل تطوير عملية إنتاج الأخبار التلفزيونية وتأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي عليها وما ستعود عليه من حيث الممارسة للممارسين في إنتاج الأخبار التلفزيونية وبما يوائم الوعي التكنولوجي للقنوات التلفزيونية.

### ■ مشكلة الدراسة

تأتي مشكلة الدراسة والإحساس بها خلال متابعة الباحثة للتطورات التي تشهدها القنوات التلفزيونية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها ومدى تأثيرها على عملية إنتاج المحتوى للأخبار التلفزيونية وكيف أثرت التطبيقات في تطوير عملية الإنتاج للأخبار التلفزيونية ومدى انعكاس ذلك على الممارسة. ومن خلال ذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التقصي الدقيق لمعرفة تأثير الذكاء الاصطناعي في عملية إنتاج المحتوى للأخبار التلفزيونية.

ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية؟

### ■ تساؤلات الدراسة

1. ما أهم أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج الأخبار التلفزيونية؟
2. ما المضامين الإخبارية التلفزيونية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي؟
3. ما العوامل المؤثرة للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية؟
4. ما التغييرات في إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي؟
5. ما أهم التحديات التي تواجه القنوات الإخبارية من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي في عمليات الإنتاج؟

### ■ فروض الدراسة

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامها في الأخبار التلفزيونية.

### ■ أهداف الدراسة

1. التعرف على أهم أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج الأخبار التلفزيونية.
2. رصد للمضامين الإخبارية التلفزيونية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي.



3. التعرف على العوامل المؤثرة للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية.
4. الكشف عن التغييرات في إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي.
5. الكشف عن التحديات التي تواجه القنوات الإخبارية من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي في عمليات الإنتاج.

#### ■ أهمية الدراسة

- الأهمية العملية: تأتي من خلال التطورات الجديدة والحديثة لتقنيات الاتصال والإعلام وخصوصاً في المجال التلفزيوني وكيف شكل الذكاء الاصطناعي أدوار جديدة في عملية إنتاج الأخبار التلفزيونية وكيف أصبحت واقعاً تتبناه العديد من القنوات التلفزيونية في مجال إنتاج الأخبار. وحيث أن القنوات التلفزيونية بحاجة لمثل هذه الدراسات التي تعمل على تطوير آليات الإنتاج للأخبار التلفزيونية.
- الأهمية العلمية: كما ستساعد هذه الدراسة في إثراء المكتبة العلمية العربية وخاصة فيما يتعلق بتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإنتاج للأخبار التلفزيونية.

#### ■ حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: تتمثل في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية. دراسة حالة على قناة الإخبارية السعودية.
- الحدود المكانية: العاملين والممارسين بالقناة الإخبارية بالتلفزيون السعودي.
- الحدود الزمانية: تتمثل خلال الفترة التي تم تطبيق فيها أداة الاستبيان على عينة المبحوثين من العاملين والممارسين بالقناة الإخبارية بالتلفزيون السعودي، وذلك خلال الفترة من 23 أكتوبر 2024 إلى 11 نوفمبر 2024م.

#### ■ مصطلحات الدراسة وتعريفاتها

- الذكاء الاصطناعي: يعرف بأنه "تطوير الأجهزة والنظم الحاسوبية وتقنيات البرمجيات والتي تتميز بالتعرف الذكي، والتواصل الذكي، والمحاكاة الذكية، والقادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان، كالتعلم والمعرفة واستخدام المعلومات، والإدراك الاستنتاجات المتحققة.

- الأخبار: الخبر لغة: ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة، وخبرت بالأمر: أي علمت، أخبره: إذا عرفته على حقيقته، والخبر جمعه أخبار وهو ما أتاك من نبأ عمن تستجد، ومن الناحية اللغوية هو ما يحتمل الصدق والكذب.

واصطلاحاً يحدد فاروق أبو زيد الخير أنه "تقرير يصف بدقة وموضوعية حادثة أو واقعة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع وترقيته".

- التلفزيون: تأتي كلمة تلفزيون في اللغة بمعنى الرأي وهو مصطلح راجع استعماله بعض العلماء في العصر الحديث وهو اصطلاح عربي الاشتقاق أدق في الدلالة على المعنى المراد، وعرف المصطلح بأنه: جهاز نقل الصوت والصورة بواسطة الأمواج الكهربائية.

وكلمة تلفزيون (Television) تتكون من مقطعين (Tele) وتعني بعد أو بعيد و (Vision) تعني رؤية. إذا التلفزيون هو الرؤية عن بعد أو من بعد. ويعرف التلفزيون من الناحية العلمية بأنه: (وسيلة لنقل المرئيات والأصوات الناشئة عنها أو المصاحبة لها من مكان لآخر في شكل موجات كهرومغناطيسية عبر الأثير وبواسطة أجهزة إلكترونية خاصة).

## ■ الإطار النظري والدراسات السابقة

### (أ) الإطار النظري

بالرجوع للتراث العلمي المتعلق بالإطار النظري، رأت الباحثة أن إطاراً تكاملياً يجمع ما بين نظرية نشر المستحدثات Diffusion of Innovation ونظرية قبول التكنولوجيا Technology Acceptance هو الأكثر مناسبة لموضوع الدراسة المتعلقة بمبتكرات إعلامية حديثة وهي تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية.

### نظرية قبول التكنولوجيا Acceptance Technology:

تلك النظرية واحدة من النظريات العملية التي تركز على دراسة تأثيرات العوامل الاجتماعية والنفسية على النيات السلوكية المتصلة باستخدام التقنيات الحديثة أو التكنولوجية. وبشكل رئيس تولى النظرية اهتماماً بكل من: نية الاستخدام، والسلوك الفعلي للاستخدام، والعوامل التي تفسر كل منهما. يعرف الفريخ والكندري نموذج قبول التكنولوجيا بأنه "أداة تم تطويرها لرصد تصورات المستخدمين لأية تقنية جديدة أو

تكنولوجيا حديثة، والعوامل التي تؤثر على الرغبة في استخدام تلك التكنولوجيا في المستقبل". وقد طور ديفيس سنة 1989 م نموذج لتطوير قبول التكنولوجيا Technology Acceptance، ووفقاً لهذا النموذج فإنه كلما رأى المستخدم التقنية الحديثة أو التكنولوجيا الجديدة مفيدة له وسهلة الاستخدام، كلما كان هناك اتجاه إيجابي نحو قبولها وتقبلها، وبالتالي تزداد الرغبة في استخدامها.

### عوامل قبول التكنولوجيا:

#### أولاً: المتغيرات السلوكية Behavioral Variables وتتضمن:

- السهولة المدركة للاستخدام perceived Ease of use ويقصد بها الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا سهلاً ويسيراً عليه بشكل شخصي.
- الاستفادة المدركة Perceived Usefulness ويقصد بها الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يحسن من أدائه في العمل.
- النيات السلوكية Behavioral Information والمقصود بها نية أو تخطيط الفرد للسلوك يتم توقعه من العاملين السابقين (السهولة المدركة للاستخدام، والاستفادة المدركة).
- الاستخدام الفعلي Use Actual أي الممارسة الفعلية الحديثة أو التكنولوجيا.

#### ثانياً: المتغيرات الخارجية External Variables وتتضمن:

- المتغيرات الديموغرافية مثل (النوع، والعمر، والخبرة، سهولة أو طوعية الاستخدام، التأثير الاجتماعي أو العوامل الاجتماعية).

#### تطبيق الإطار النظري على الدراسة:

تعمل الباحثة بتطبيق الإطار النظري على الدراسة من خلال:

1. تفسير كيفية تبني القنوات التلفزيونية للتقنيات الحديثة من خلال مراحل تبني المستحدثات والتعرف على المزايا والمعوقات ورصد لتأثير تلك التقنيات في إنتاج الأخبار التلفزيونية والتقنيات الجديدة التي تستخدم فيها.



2. التعرف على العوامل المؤثرة في قبول القنوات الإخبارية للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية كشكل وأسلوب جديد في عمليات الإنتاج الإخباري التلفزيوني، ومعرفة عوامل قبول التكنولوجيا وعلاقتها في جمع وتحرير وإخراج وتقديم الأخبار التلفزيونية.

### (ب) الدراسات السابقة

تقدم الباحثة من خلال الدراسات السابقة والتراث العلمي حول الدراسات التي أجريت حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي وكذلك إنتاج الأخبار التلفزيونية من خلال استعراض لنتائج الدراسات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج الأخبار التلفزيونية، خاصة وأن الدراسات في هذا المجال تعتبر حديثة ومازالت موضع البحث والدراسة من خلال المختصين والخبراء وتوقعاتهم لتطورات الذكاء الاصطناعي وإنتاج الأخبار التلفزيونية.

1. دراسة مهند عبيد (2023): بعنوان "مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية". حيث سعت الدراسة إلى معرفة انعكاسات الذكاء الاصطناعي في شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية وكيفية توظيفها في التلفزيون. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستشرافية المستقبلية وأعدت الباحثة على المنهج المسحي وعلى أسلوب جمع آراء الخبراء والمتخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي والإعلام. وكانت أبرز نتائج هذه الدراسة أن استخدام تقنيات التعلم الآلي والتعلم العميق يمكن استخدامها في العمل الإعلامي كذلك يساعد الذكاء الاصطناعي الفضائيات في كشف الأخبار المزيفة وكتابة القصص الخبرية وتحسين جودة البث والإرسال التلفزيوني إضافةً إلى التحديات التي تواجه الفضائيات عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

2. دراسة عمرو عبدالحميد (2023): بعنوان "العوامل المؤثرة في تقبل القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري". حيث هدفت هذه الدراسة في تقييم فعالية توظيف ورصد إدراك القائمين بالاتصال لتقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري بالقنوات التلفزيونية العربية والتعرف على واقع استخدامات الأخبار حول استخدام الواقع المعزز في القنوات التلفزيونية والتحديات التي تواجهها والعوامل المؤثرة عليها. حيث تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الاستكشافية وتنتمي كذلك للدراسات الوصفية واعتمدت الباحثة فيها على منهج المسح في رصد رؤى القائمين بالاتصال وتقييم الخبراء بالقنوات التلفزيونية وتقييمهم لتقنيات الواقع المعزز كما اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبانة وأداة المقابلة المتعمقة وتم تطبيق الدراسة على عينه عمدية

قوامها (170) مبحوث من العاملين بالقنوات التلفزيونية العربية. وأظهرت نتائج هذه الدراسة بقبول الفرض الرئيسي للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا حيث كانت العوامل المؤثرة في النية السلوكية للقائمين بالاتصال في استخدام تقنية الواقع المعزز تتمثل في السهولة المتوقعة للاستخدام تقنية الواقع المعزز بالبرامج التلفزيونية، والشعور بالمتعة، ومستوى تبني المبتكرات الحديثة، والتأثير الاجتماعي، والأداء المتوقع.

3. دراسة أسماء مغربي (2023): بعنوان "تقنيات الواقع المعزز في غرف الأخبار وانعكاساتها على المضامين الإخبارية". حيث سعت الدراسة للتعرف على أهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الاصطناعية في مجال الأخبار التلفزيونية بالتطبيق على قناتي سكاى نيوز عربية والشرق الأوسط للأخبار من خلال تحليل عينة من البرامج الإخبارية المعروضة بتقنيات الواقع المعزز على قنوات اليوتيوب الرسمية. واعتمدت الباحثة على منهج الوصفي باستخدام أسلوب الحصر الشامل وتوظيف أداة أساسية في جمع البيانات وهي تحليل المحتوى، بالإضافة إلى المنهج الاستشراقي للكشف والتنبؤ بمستقبل العمل في الإعلام السمعي البصري. وتوصلت الدراسة إلى أن القناتين تعتمد وبشكل كبير على الغرف الرقمية الذكية في عرض الأخبار، وتم استخدام تقنيات الواقع المعزز والهول غرام لتحسين شكل البرامج الإخبارية وزيادة وضوح وتفاعل المشاهد مع المحتوى الإخباري كما جسدت فكرة إعادة الزمن في التقارير الإخبارية غير المباشرة.

4. دراسة مي عبد الرزاق (2022): بعنوان "تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الواقع وتطورات المستقبلية"، سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو التبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيره على واقع الممارسة الإعلامية، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الاستكشافية واستخدمت الباحثة منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية واعتمدت على عينه عمديه قوامها (451). وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج أبرزها أن المبحوثين يتابعون الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بمعدل مرتفع، وكذلك أشار المبحوثين إلى قدرة الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية.

5. دراسة مروى السيد (2021): بعنوان "تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي". حيث سعت الدراسة إلى رصد تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي والتحولت التي أحدثتها على الشكل والمضمون بالإضافة إلى مستقبل إنتاج وبث المحتوى الإعلامي في ظل التطور التكنولوجي. تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية من خلال إجراء دراسة حالة على استديو يقوم

على استخدام تقنيات الهواتف الذكية بداية من التصوير وحتى مونتاج الفيديو والمؤثرات الأخرى إلى البث المباشر والإرسال عبر الإنترنت. وتوصلت الباحثة إلى إن قبول التكنولوجيا الجديدة باستخدام الهواتف الذكية في صناعة المحتوى له انعكاسات على شكل ومضمون الإنتاج البرمجي ومناسبتها مع طبيعة المنصات الرقمية.

6. دراسة فتحي أحمد (2021): بعنوان "تقنيات الاتصال ودورها في تطوير إعداد وتقديم الأخبار التلفزيونية". سعت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي أحدثته تقنيات الاتصال في تطوير إعداد وتقديم الأخبار التلفزيونية بتلفزيون السودان كذلك الوقوف على مدى الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة وتوصيفها وانعكاس ذلك على البرامج عموماً والبرامج الإخبارية خصوصاً. حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك لمسح أساليب الممارسة بجانب المقابلة المقننة مع المعنيين بإنتاج البرامج وتم اختيار عينه الدراسة عن طريق أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة وهو من منتجي الأخبار بتلفزيون السودان. وتوصلت الدراسة إلى استفادة تلفزيون السودان إلى حد كبير من تقنيات الاتصال في مجال الأخبار إضافة إلى مسألة عدم تدريب الكوادر العاملة في مجال الأخبار على استخدام التقنية الحديثة أحد أهم الإشكاليات التي يعانيها التلفزيون، كذلك قلة استخدام وسائل الإيضاح المرئية في النشرة الإخبارية من خرائط وصور ورسومات وأشكال بيانية.

7. دراسة عمرو عبدالحميد (2020): بعنوان "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري"، حيث استهدفت الدراسة إلى استكشاف أساليب توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ورصد وتحليل المتغيرات المؤثرة في إدراك المبحوثين كذلك توصيف واقع تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في مجال الإعلام واستكشاف أبعاد تأثيراتها على الجمهور. حيث استخدم الباحث منهج المسح عبر أداة الاستبانة، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية مكونة من (400) مفردة. وتوصل الباحث إلى أن ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي كانت فئة الدقة في المرتبة الأولى ثم الموضوعية ثم فصل الحقيقة عن الرأي، ثم العدالة والإنصاف ثم جودة صياغة الخبر في المرتبة الأخيرة.

8. دراسة BT Series (2019): بعنوان "أنظمة الذكاء الاصطناعي لإنتاج البرامج وتبادلها". وتهدف هذه التقنيات إلى زيادة الإنتاجية والكفاءة والفرص الإبداعية أثناء إنتاج البرنامج، ونقل المعلومات إلى

المشاهدين بسرعة ودقة وتلقائية من خلال إدخال تقنيات البث الجديدة المدفوعة بالذكاء الاصطناعي (AI). ويناقش هذا التقرير التطبيقات الحالية والجهود الجارية والمقيمة ذات الصلة بالبث في البرامج وعمليات الإنتاج، حيث يتم تصنيف التطبيقات والجهود ذات الصلة والأوصاف الموضوعية لمجالات الفائدة التكنولوجية: تحسين سير العمل، وتحسين عرض النطاق الترددي، إنشاء المحتوى تلقائياً، وإنشاء المحتوى من الأرشيفات القديمة، واختيار المحتوى للاستهداف، التركيبة السكانية للجمهور، وتحسين اختيار الأصول -إنشاء البيانات الوصفية، ووضع المنتج الديناميكي، والإعلان عن البث وتخصيص المحتوى.

9. دراسة تمارا الرمحي (2018): بعنوان "توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الرقمية". حيث هدفت الدراسة إلى الوقوف على مستوى استخدام التطبيقات الفنية للإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية لدى التلفزيون الأردني من خلال التطبيقات الرقمية المستخدمة في مجال إنتاج الأخبار ومعرفة الآثار والانعكاسات المتحققة والمعوقات والصعوبات التي تعترضها والحلول والمعالجات التي تقترحها. حيث اعتمدت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي عن طريق أسلوب المسح الميداني لمجتمع الدراسة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية المسحية واعتمدت في جمع البيانات على أداة استمارة الاستبانة لعينه الدراسة البالغ عددهم (48). توصلت الدراسة إلى أن مستوى التطبيقات الرقمية المستخدمة لدى التلفزيون الأردني في مجال إنتاج الأخبار كان مرتفعاً، كما بينت الدراسة أن الآثار والانعكاسات المتحققة من التطبيقات الرقمية كانت مرتفعة كذلك.

### ■ منهجية الدراسة

#### (أ) نوع الدراسة:

يقع هذا البحث في إطار الدراسات الوصفية التي تعتمد على دراسة الواقع كما يوجد، وتهتم بوصفه وصفاً دقيقاً، وتعتبر عنه تعبيراً كيفياً أو كمياً أو الاثنين معاً، والبحث الوصفي يهتم بدراسة واقع الأحداث، والظواهر، والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول لاستنتاجات مفيدة، إما لتصف هذا الواقع، أو استكمالها، أو تطويره.



### (ب) منهج الدراسة:

تستخدم الباحثة المنهج المسحي، وهو أحد المناهج المعروفة في مجال الدراسات الوصفية، والذي يعرف بأنه، أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكهم واتجاهاتهم. ويفيد هذا المنهج في استخلاص نتائج من خلال دراسته لعينة البحث وبالتالي الوصول إلى تعميمات حول موضوع الدراسة، وذلك لأن هذا المنهج يقود عبر خطوطه المنظمة للوصول إلى نتائج سليمة حول الظاهرة محل الدراسة.

### ■ أدوات جمع البيانات

- أداة الاستبانة: تم تصميمها بناءً على فروض وتساؤلات الدراسة، وذلك من خلال توزيع على العاملين في قطاع الإنتاج الإخباري التلفزيوني لاستطلاع آرائهم واتجاهاتهم نحو تأثير استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية، من خلال استمارة استبانة توزع عن طريق رابط قوئل درايف واستخلاص النتائج وتحليلها من خلال الـ (SPSS) للوصول إلى تعميمات حول موضوع الدراسة.

### ■ مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في كل العاملين في القنوات الإخبارية السعودية. بينما تتمثل عينة الدراسة في عينة قوامها (65) مفردة من العاملين بقناة الإخبارية السعودية.

### الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

نستعرض من خلال الجدول التالي خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية:

جدول (1): الخصائص الديموغرافية للمبحوثين عينة الدراسة

النسبة	التكرار	المجموعات	المتغير
16.9%	11	25 فأقل	العمر
64.6%	42	من 35 إلى أقل من 45	
18.5%	12	45 فأكثر	
<b>100%</b>	<b>65</b>		المجموع
44.6%	29	ذكر	الجنس
55.4%	36	أنثى	
<b>100%</b>	<b>65</b>		المجموع
58.5%	38	5 سنوات	عدد سنوات الخبرة في العمل الإخباري
13.8%	9	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
27.7%	18	10 سنوات فأكثر	



%100	65	المجموع
%12.3	8	مراسل
%15.4	10	إنتاج
%18.5	12	تحرير
%35.4	23	إداري
%18.5	12	مجال غير إعلامي
%100	65	المجموع

### ■ الصدق والثبات

- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في البحث العلمي والإعلام، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبيان، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 98% فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمين.

- ثبات الاستبيان: تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة التقنين وقوامها 10 مفردات، وذلك بعد مرور أسبوع من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات 97,0%، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات الجمهور، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

### ■ أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات

لاستخراج نتائج الدراسة قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (spss. V.21)، حيث استُخدم بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة، مثل:

- التكرارات والنسب المئوية لاستجابات الشباب على جميع أسئلة وبنود الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للقيم الكمية التي تعكس استجابات المبحوثين على البنود والمقاييس الفرعية التي يضمها الاستبيان.

- اختبار  $\chi^2$  (Chi-square)، وكذلك معامل التوافق (Coefficient Contingency) لرصد قيمة ومعنوية العلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

### نتائج الدراسة

#### 1. مدى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي:

جدول (2): مدى معرفة المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة مدى المعرفة
%	ك	%	ك	%	ك	
50.8	33	50%	18	51.7%	15	معرفة متوسطة
41.5	27	41.7%	15	41.4%	12	معرفة سطحية
7.7	5	8.3%	3	6.9%	2	معرفة عميقة
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

تبين أن المبحوثين عينة الدراسة لديهم (معرفة متوسطة) بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (50.8%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن لديهم (معرفة سطحية) بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك بنسبة (41.5%)، فيما جاء المبحوثين ممن لديهم (معرفة عميقة) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (7.7%).

#### 2. استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار:

جدول (3): استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة درجة الاستخدام
%	ك	%	ك	%	ك	
41.5	27	30.6	11	55.2	16	نعم
58.5	38	69.4	25	44.8	13	لا
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

جاء المبحوثين ممن (لا يستخدمون) تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (58.5%).

بينما جاء المبحوثين ممن (يستخدمون) تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية بلغت (41.5%).

### 3. أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها في إنتاج الأخبار التلفزيونية:

جدول (4): أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها في إنتاج الأخبار التلفزيونية، ن=65

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة التطبيقات
%	ك	%	ك	%	ك	
38.9	28	41.7	15	33.3	13	تطبيقات الذكاء الاصطناعي الداعمة لجمع الأخبار
36.1	26	30.6	11	51.7	15	تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بتحرير الأخبار
25	18	27.8	10	27.6	8	تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تصوير الأخبار
		36		29		الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين عينة الدراسة أن (تطبيقات الذكاء الاصطناعي الداعمة لجمع الأخبار) جاءت في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (38.9%).

وفي الترتيب الثاني جاءت (تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بتحرير الأخبار)، بنسبة مئوية بلغت (36.1%)، فيما جاءت (تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تصوير الأخبار) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (25%).

### 4. رأي المبحوثين في مدى فاعلية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار:

جدول (5): رأي المبحوثين في مدى فاعلية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
90.8	59	88.8	32	93.2	27	فاعلة إلى حد كبير
4.6	3	5.6	2	3.4	1	غير فاعلة
4.6	3	5.6	2	3.4	1	غير فاعلة تمامًا
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن مسألة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (فاعلة إلى حد كبير) في عملية إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (90.8%).

وفي الترتيب الثاني جاء كل من المبحوثين ممن يرون أن مسألة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (غير فاعلة)، والمبحوثين ممن يرون أن مسألة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي (غير فاعلة تمامًا)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (4.6%) لكل منهما.

### 5. مراحل إنتاج الأخبار التي يتم فيها توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (6): مراحل إنتاج الأخبار التي يتم فيها توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المبحوثين، ن=65

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة مراحل إنتاج الأخبار
%	ك	%	ك	%	ك	
53.8	35	52.8	19	55.2	16	جمع الأخبار
41.5	27	44.4	16	37.9	11	التحقق من مصداقية هذه الأخبار
40	26	38.9	14	41.4	12	مونتاج الأخبار
32.3	21	33.3	12	31	9	تحرير الأخبار
الإجمالي		36		29		

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

جاءت مرحلة (جمع الأخبار) في مقدمة مراحل إنتاج الأخبار التي يتم فيها توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر المبحوثين، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.8%).

وفي الترتيب الثاني جاءت مرحلة (التحقق من مصداقية هذه الأخبار) في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة (41.5%)، تلتها مرحلة (مونتاج الأخبار) في الترتيب الثالث بنسبة (40%)، فيما جاءت مرحلة (تحرير الأخبار) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (32.2%).

### 6. ملاحظة المبحوثين لسرعة إنتاج الأخبار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي:

جدول (7): ملاحظة المبحوثين لسرعة إنتاج الأخبار باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة مستوى الملاحظة
%	ك	%	ك	%	ك	
80	52	77.8	28	82.8	24	نعم، زادت السرعة
18.5	12	19.4	7	17.2	5	لا أعلم
1.5	1	2.8	1	-	-	لا، لم يتغير شيء
الإجمالي		100		100		

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

لاحظ المبحوثين أن سرعة إنتاج الأخبار (زادت) باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (80%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن (لا يعلمون) إلى مدى ساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في سرعة إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة (18.5%)، فيما جاء المبحوثين ممن يرون أن سرعة إنتاج الأخبار (لم تزد) باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (1.5%).

### 7. رأي المبحوثين في مدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على الإبداع في إنتاج الأخبار:

جدول (8): رأي المبحوثين في مدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على الإبداع في إنتاج الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة درجة التأثير
%	ك	%	ك	%	ك	
86.1	56	86.1	31	86.2	25	يزيد من الإبداع
7.7	5	8.3	3	6.9	2	لا يؤثر
6.2	4	5.6	2	6.9	2	يقلل من الإبداع
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يري المبحوثين أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار (يزيد من الإبداع)، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (86.1%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار (لا يؤثر)، وذلك بنسبة مئوية بلغت (7.7%)، فيما جاء المبحوثين ممن يرون أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار (يقلل من الإبداع)، وذلك في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (6.2%).

### 8. رؤية المبحوثين لتقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على دقة الأخبار المقدمة:

جدول (9): رؤية المبحوثين لتقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على دقة الأخبار المقدمة

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة التأثير
%	ك	%	ك	%	ك	
70.8	46	69.4	25	72.4	21	تحسين كبير
26.1	17	27.8	10	24.2	7	تحسين طفيف
3.1	2	2.8	1	3.4	1	لا يوجد تأثير
100	65	100	36	100	29	الإجمالي



### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثون أن تأثير الذكاء الاصطناعي يساهم في (تحسين كبير) على دقة الأخبار المقدمة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (70.8%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثون ممن يرون أن تأثير الذكاء الاصطناعي يساهم في (تحسين طفيف) على دقة الأخبار المقدمة، وذلك بنسبة (26.1%)، فيما يرى المبحوثون أن الذكاء الاصطناعي لا يساهم (في أي تأثير) على دقة الأخبار المقدمة، وذلك في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (3.1%).

### 9. رأي المبحوثين في مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل تكاليف إنتاج الأخبار:

جدول (10): رأي المبحوثين في مساهمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقليل تكاليف إنتاج الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		الرأي
%	ك	%	ك	%	ك	
44.6	29	41.7	15	48.3	14	تقلل إلى حد كبير
44.6	29	41.7	15	48.3	14	تقلل إلى حد ما
10.8	7	16.6	6	3.4	1	لا تقلل من التكلفة
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

تقاسم في الترتيب الأول كل من المبحوثين ممن يرون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي (تقلل إلى حد كبير) من تكاليف إنتاج الأخبار، والمبحوثين ممن يرون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي (تقلل إلى حد ما) من تكاليف إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (44.6%) لكل منهما.

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثون ممن يرون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي (لا تقلل من التكلفة) بنسبة مئوية بلغت (10.8%).

### 10. رأي المبحوثين في مدى مساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي في توسيع نطاق تغطية الأخبار:

جدول (11): رأي المبحوثين في مدى مساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي في توسيع نطاق تغطية الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		الرأي
%	ك	%	ك	%	ك	
60	39	61.1	22	58.6	17	تساعد إلى حد كبير
33.8	22	33.3	12	34.5	10	تساعد إلى حد ما
6.2	4	5.6	2	6.9	2	لا تساعد
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين عينة الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي (تساعد إلى حد كبير) في توسيع نطاق تغطية الأخبار، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (60%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي (تساعد إلى حد ما) في توسيع نطاق تغطية الأخبار، وذلك بنسبة (33.8%)، يليهم في الترتيب الثالث المبحوثين ممن يرون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي (لا تساعد) في توسيع نطاق تغطية الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (6.2%).

### 11. وجهة نظر المبحوثين في مدى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة:

جدول (12): وجهة نظر المبحوثين في مدى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة وجهة نظر المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
61.5	40	63.9	23	58.6	17	استفادة كبيرة
35.4	23	33.3	12	37.9	11	استفادة محدودة
3.1	2	2.8	1	3.5	1	لا توجد فائدة
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين عينة الدراسة أن هناك (استفادة كبيرة) من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (61.5%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن هناك (استفادة محدودة) من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة، وذلك بنسبة (35.4%)، فيما جاء المبحوثين ممن يرون أنه (لا توجد فائدة) من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة في الترتيب الثالث والأخير، وذلك بنسبة (3.1%).

### 12. رأي المبحوثين في كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على اتخاذ القرارات التحريرية في إنتاج الأخبار:

جدول (13): وجهة نظر المبحوثين في مدى الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة، ن = 65

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
63.1	41	58.3	21	69	20	يسرع عملية اتخاذ القرار
35.4	23	36.1	13	34.5	10	يحد من دور التحرير البشري
7.7	5	8.3	3	6.9	2	لا يؤثر
		36		29		الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن (تسريع عملية اتخاذ القرار) تأتي في مقدمة تأثير الذكاء الاصطناعي على اتخاذ القرارات التحريرية في إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (63.1%).

وفي الترتيب الثاني جاء (يحد من دور التحرير البشري) نسبة مئوية بلغت (35.4%)، وفي الترتيب الثالث جاء المبحوثين ممن يرون أنه الذكاء الاصطناعي (لا يؤثر) على اتخاذ القرارات التحريرية في إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (7.7%).

### 13. رأي المبحوثين في تحديات توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار:

جدول (14): رأي المبحوثين في تحديات توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، ن = 65

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
44.6	29	47.2	17	41.4	12	قلة المهارات التقنية
44.6	29	33.3	12	58.6	17	التخوف من فقدان الوظائف
43.1	28	44.4	16	41.4	12	التكلفة العالية
20	13	22.2	8	17.2	5	قضايا أخلاقية
الإجمالي		36		29		

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

تقاسم (قلة المهارات التقنية) و(التخوف من فقدان الوظائف) صدارة تحديات توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار من وجهة نظر المبحوثين، وذلك بنسبة مئوية بلغت (44.6%) لكل منهما.

وفي الترتيب الثاني جاء تحدي (التكلفة العالية) بنسبة (43.1%)، فيما جاءت (القضايا الأخلاقية) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (20%).

### 14. وجهة نظر المبحوثين أن تراجع دور الصحفيين التقليديين بسبب الذكاء الاصطناعي:

جدول (15): وجهة نظر المبحوثين أن تراجع دور الصحفيين التقليديين بسبب الذكاء الاصطناعي

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة وجهة نظر المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
44.6	29	41.7	15	48.3	14	نعم
40	26	41.7	15	37.9	11	ربما
15.4	10	16.7	6	13.8	4	لا
الإجمالي		100		100		

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن الذكاء الاصطناعي (تسبب) في تراجع دور الصحفيين التقليديين، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (44.6%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أنه (ربما) للذكاء الاصطناعي سبب في تراجع دور الصحفيين التقليديين، وذلك بنسبة مئوية بلغت (40%)، فيما (رفض) المبحوثين ممن يرون أن الذكاء الاصطناعي له سبب في تراجع دور الصحفيين التقليديين، وذلك في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (15.4%).

### 15. رأي المبحوثين في تأثير الذكاء الاصطناعي على الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في إنتاج الأخبار:

جدول (16): رأي المبحوثين في تأثير الذكاء الاصطناعي على الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في إنتاج الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		سنوات الخبرة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
53.8	35	47.2	17	62.1	18	يزيد الثقة
33.8	22	38.9	14	27.6	8	يقلل الثقة
12.4	8	13.9	5	10.3	3	لا يؤثر
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن استخدام الذكاء الاصطناعي (يزيد من الثقة) بين الجمهور ووسائل الإعلام في عملية إنتاج الأخبار، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (53.8%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن استخدام الذكاء الاصطناعي (يقلل الثقة) بين الجمهور ووسائل الإعلام في عملية إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (33.8%). فيما جاء المبحوثين ممن يرون أن استخدام الذكاء الاصطناعي (لا يؤثر) على الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام في عملية إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (12.4%).

## 16. رأي المبحوثين في الاحتياج لمزيد من التشريعات لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية:

جدول (17): رأي المبحوثين في الاحتياج لمزيد من التشريعات لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية

الإجمالي		أنثى		ذكر		سنوات الخبرة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
93.8	61	91.7	33	96.6	28	نعم
6.2	4	8.3	3	3.4	1	لا
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

جاء المبحوثين ممن يرون أن هناك (احتياج) لمزيد من التشريعات لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية في الترتيب الأول، وذلك بنسبة مئوية بلغت (93.8%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن (لا يوجد احتياج) لمزيد من التشريعات لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار التلفزيونية في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية بلغت (6.2%).

## 17. رأي المبحوثين في قدرة الذكاء الاصطناعي على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة:

جدول (18): رأي المبحوثين في قدرة الذكاء الاصطناعي على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة

الإجمالي		أنثى		ذكر		العيينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
46.2	30	50	18	41.4	12	فعالة جدًا
44.6	29	47.2	17	41.4	12	فعالة جزئيًا
9.2	6	2.8	1	17.2	5	غير فعالة
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن الذكاء الاصطناعي له قدرة (فعالة جدًا) على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (46.2%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن الذكاء الاصطناعي له قدرة (فعالة جزئيًا) على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (44.6%).



فيما جاء المبحوثين ممن يرون أن الذكاء الاصطناعي (غير فعال) في التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، وذلك في الترتيب الثالث والأخير، وذلك بنسبة مئوية بلغت (9.2%).

### 18. رأي المبحوثين في معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام خلال السنوات القادمة:

جدول (19): رأي المبحوثين في معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام خلال السنوات القادمة

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
72.3	47	69.4	25	75.9	22	سيتزايد
15.4	10	16.7	6	13.8	4	سيتراجع
12.3	8	13.9	5	10.3	3	سيبقى كما هو
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (سيتزايد) خلال السنوات القادمة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (72.3%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (سيتراجع) خلال السنوات القادمة، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (15.4%)، وفي الترتيب الثالث جاء المبحوثين ممن يرون أن معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (سيبقى كما هو) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (12.3%).

### 19. توقع المبحوثين لإمكانية أن يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب إنتاج الأخبار في المستقبل:

جدول (20): توقع المبحوثين لإمكانية أن يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب إنتاج الأخبار في المستقبل

الإجمالي		أنثى		ذكر		سنوات الخبرة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
44.6	29	38.9	14	51.7	15	ربما
32.3	21	36.1	13	27.6	8	نعم
23.1	15	25	9	20.7	6	لا
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن (ربما) يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب إنتاج الأخبار في المستقبل، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (44.6%).

بينما (يتوقع) المبحوثين عينة الدراسة أن يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب الأخبار في المستقبل، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (32.3%)، فيما جاء المبحوثين ممن (لا يتوقعون) أن يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب الأخبار في المستقبل، وذلك في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (23.1%).

**20. رأي المبحوثين في المهارات الواجب على العاملين بالأخبار أن يتعلموها لمواكبة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي:**

جدول (21): رأي المبحوثين في المهارات الواجب على العاملين بالأخبار أن يتعلموها لمواكبة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
53.8	35	50	18	58.6	17	البرمجة
50.8	33	47.2	17	55.2	16	تحليل البيانات
35.4	23	33.3	12	37.9	11	التفاعل مع الروبوتات
36		29				الإجمالي

تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن مهارة (البرمجة) تأتي في مقدمة المهارات الواجب على العاملين بالأخبار أن يتعلموها لمواكبة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.8%).

وفي الترتيب الثاني جاءت مهارة (تحليل البيانات) بنسبة مئوية بلغت (50.8%)، تلتهم مهارة (التفاعل مع الروبوتات) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (35.4%).

**21. رأي المبحوثين في قدرة الذكاء الاصطناعي على زيادة فرص الابتكار في إنتاج الأخبار:**

جدول (22): رأي المبحوثين في قدرة الذكاء الاصطناعي على زيادة فرص الابتكار في إنتاج الأخبار

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
73.8	48	75	27	72.4	21	نعم
23.1	15	22.2	8	24.1	7	ربما
3.1	2	2.8	1	3.5	1	لا
100	65	100	36	100	29	الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن الذكاء الاصطناعي لها قدرة على زيادة فرص الابتكار في إنتاج الأخبار، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (73.8%).

وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن الذكاء الاصطناعي قدرة على زيادة فرص الابتكار في إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة (23.1%)، فيما جاء المبحوثين ممن يرون أن الذكاء الاصطناعي (ليس لديه قدرة) على زيادة فرص الابتكار في إنتاج الأخبار، وذلك بنسبة مئوية بلغت (3.1%).

### 22. وجهة نظر المبحوثين في مجالات الإعلام التي يمكن أن يحقق فيها الذكاء الاصطناعي تأثيرًا كبيرًا:

جدول (23): رأي المبحوثين في المهارات الواجب على العاملين بالأخبار أن يتعلموها لمواكبة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ن = 65

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
60	39	55.6	20	65.5	19	تحرير الأخبار
55.4	36	55.6	20	55.2	16	تطوير الإعلانات
49.2	32	47.2	17	55.2	16	تحليل الجمهور
44.6	29	41.7	15	48.3	14	إنتاج الفيديو
36		29				الإجمالي

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

يرى المبحوثين أن مجال (تحرير الأخبار) يأتي في مقدمة مجالات الإعلام التي يمكن أن يحقق فيها الذكاء الاصطناعي تأثيرًا كبيرًا، وذلك بنسبة مئوية بلغت (60%).

وفي الترتيب الثاني جاء مجال (تطوير الإعلانات) بنسبة (55.4%)، تلاها مجال (تحليل الجمهور) في الترتيب الثالث بنسبة (49.2%)، فيما جاء مجال (إنتاج الفيديو) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (44.6%).

### 23. مقترحات المبحوثين من أجل تحقيق التوازن في استخدام الذكاء الاصطناعي ودور العنصر البشري:

جدول (24): مقترحات المبحوثين من أجل تحقيق التوازن في استخدام الذكاء الاصطناعي ودور العنصر البشري، ن = 65

الإجمالي		أنثى		ذكر		العينة	رأي المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك		
83.1	54	77.8	28	89.7	26	تطوير مهارات العاملين في إنتاج الأخبار التلفزيونية	
47.7	31	47.2	17	48.3	14	وضع قيود في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي	
44.6	29	44.4	16	44.8	13	الاستعانة بالتطبيقات محددة من تطبيقات الذكاء في إنتاج الأخبار	
الإجمالي		36		29			

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

جاء مقترح (تطوير مهارات العاملين في إنتاج الأخبار التلفزيونية) في صدارة مقترحات المبحوثين من أجل تحقيق التوازن في استخدام الذكاء الاصطناعي ودور العنصر البشري، وذلك بنسبة مئوية بلغت (83.1%).

وفي الترتيب الثاني جاء مقترح (وضع قيود في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (47.7%)، تلاها مقترح (الاستعانة بالتطبيقات محددة من تطبيقات الذكاء في إنتاج الأخبار) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (44.6%).

### ■ نتائج اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية.

جدول (25): العلاقة بين استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية

استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية.				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0,345	طردي	قوي	0,01	جودة إنتاج الأخبار التلفزيونية

### تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

وجود علاقة طردية قوية بين استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية، حيث كانت "R" (0,345) وهي دالة عند مستوى 0,01.

وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل: علاقة إيجابية بين استخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجودة إنتاج الأخبار التلفزيونية.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامها في الأخبار التلفزيونية.

جدول (26): العلاقة بين توظيف الوسائل الاتصالية الحديثة في الاتصال المؤسسي وأداء العاملين في المؤسسة

العلاقة بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامها في الأخبار التلفزيونية				المتغير
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة	
0,340	طردي	قوي	0,01	سهولة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الأخبار التلفزيونية

تشير نتائج الجدول إلى الآتي:

وجود علاقة طردية قوية بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامها في الأخبار التلفزيونية، حيث كانت "R" (0,340) وهي دالة عند مستوى 0,01.

وبالتالي ثبت صحة الفرض القائل: توجد علاقة ارتباطية بين استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسهولة استخدامها في الأخبار التلفزيونية.

### أهم نتائج الدراسة

- يرى الباحثون عينة الدراسة أن (تطبيقات الذكاء الاصطناعي الداعمة لجمع الأخبار) جاءت في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في إنتاج الأخبار التلفزيونية، وذلك بنسبة مئوية بلغت (38.9%). وفي الترتيب الثاني جاءت (تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بتحرير الأخبار)، بنسبة مئوية بلغت (36.1%)، فيما جاءت (تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تصوير الأخبار) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (25%).

- يرى الباحثون أن مهارة (البرمجة) تأتي في مقدمة المهارات الواجب على العاملين بالأخبار أن يتعلموها لمواكبة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك بنسبة مئوية بلغت (53.8%). وفي الترتيب الثاني جاءت مهارة (تحليل البيانات) بنسبة مئوية بلغت (50.8%)، تلتهم مهارة (التفاعل مع الروبوتات) في الترتيب الثالث والأخير بنسبة مئوية بلغت (35.4%).



- يرى المبحوثين أن (ربما) يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب إنتاج الأخبار في المستقبل، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (44.6%). بينما (يتوقع) المبحوثين عينة الدراسة أن يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب الأخبار في المستقبل، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (32.3%)، فيما جاء المبحوثين ممن (لا يتوقعون) أن يحل الذكاء الاصطناعي محل الإنسان بشكل كامل في بعض جوانب الأخبار في المستقبل، وذلك في الترتيب الثالث والأخير بنسبة (23.1%).

- يرى المبحوثين أن معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (سيتراد) خلال السنوات القادمة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة مئوية بلغت (72.3%). وفي الترتيب الثاني جاء المبحوثين ممن يرون أن معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (سيتراد) خلال السنوات القادمة، وذلك في الترتيب الثاني بنسبة (15.4%)، وفي الترتيب الثالث جاء المبحوثين ممن يرون أن معدل انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام (سيبقى كما هو) في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (12.3%).

- يرى المبحوثين أن مجال (تحرير الأخبار) يأتي في مقدمة مجالات الإعلام التي يمكن أن يحقق فيها الذكاء الاصطناعي تأثيراً كبيراً، وذلك بنسبة مئوية بلغت (60%). وفي الترتيب الثاني جاء مجال (تطوير الإعلانات) بنسبة (55.4%)، تلاها مجال (تحليل الجمهور) في الترتيب الثالث بنسبة (49.2%)، فيما جاء مجال (إنتاج الفيديو) في الترتيب الرابع والأخير بنسبة مئوية بلغت (44.6%).

- جاء مقترح (تطوير مهارات العاملين في إنتاج الأخبار التليفزيونية) في صدارة مقترحات المبحوثين من أجل تحقيق التوازن في استخدام الذكاء الاصطناعي ودور العنصر البشري، وذلك بنسبة مئوية بلغت (83.1%). وفي الترتيب الثاني جاء مقترح (وضع قيود في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي) بنسبة (47.7%)، تلاها مقترح (الاستعانة بالتطبيقات محددة من تطبيقات الذكاء في إنتاج الأخبار) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (44.6%).

### التوصيات

- زيادة الاهتمام بتطوير مهارات العاملين في إنتاج الأخبار التليفزيونية من خلال قيام المؤسسات الإعلامية بتقديم التدريب على أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يمكن الاستفادة منها.

- تقديم الوعي اللازم للممارسين في المجال التلفزيوني بمخاطر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لزيادة حالة الوعي لدى المستخدمين.

### ■ مراجع الدراسة

#### أولاً: المراجع العربية:

1. أسماء مغربي، (2023)، تقنيات الواقع المعزز في عرف الأخبار وانعكاساتها على المضامين الإخبارية، جامعة صال بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة.
2. تمارا محمد الرمحي. (2018). توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط) الأردن.
3. حسن مكاي وليلى السيد، (2002)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 73-68.
4. ذوقان عبيدات، وعبد الرحمن عدس وكابد عبد الحق، (1994)، البحث العلمي مفهومه وأدواته، تونس منشورات جامعة قابوس، ص 21.
5. رباب هاشم، (2023)، توظيف صحافة الموبايل في إنتاج وتقديم المحتوى بالقنوات التلفزيونية المصرية ومواقعها الإلكترونية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 83، الجزء 2.
6. السيد أحمد المصطفى، (1994م)، البحث العلمي مفهومه وإجراءاته، تونس، منشورات جامعة قابوس، ص 210.
7. عبد الفتاح عبد النبي، (1995) تكنولوجيا الاتصال والثقافة (بين النظرية والتطبيق)، القاهرة، دار الفكر العربي.
8. عمرو عبد الحميد، (2020)، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقته بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، القاهرة، العدد 55، الجزء 5.

9. عمرو محمد محمود. (2023). العوامل المؤثرة في تقبل القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال (10)، 175-239.
10. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، ط 2، 1992.
11. فتحي حامد بشارة أحمد. (2021). تقنيات الاتصال ودورها في تطوير إعداد وتقديم الأخبار التلفزيونية. مجلة علوم الاتصال، 6(3)، 65-108.
12. كرم شلبي، (1989)، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع.
13. محمد معوض، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي.
14. مهند عبيد، (2023)، مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، بغداد، المجلد 15، العدد 60.
15. مي عبدالرزاق، (2022)، تقنيات الذكاء الاصطناعي، الواقع والتطورات المستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 81، الجزء 1.

#### ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. <https://saudipedia.com/article/10688/الحكومة-والسياسة/الإعلام/قناة-الإخبارية/>
2. Rogers, EM. (1983). Diffusion of Innovations> 1<sup>st</sup> Edition, New York: Free Press. P.15.
3. Series, B. T. (2019). Artificial intelligence systems for program production and exchange.
4. Jairo Esteban Rivera Estrada, Diana Vanessa Sánchez Salazar, (2016) Inteligencia artificial? tremolando al humano en la psicoterapia?, Rivera Estrada, Vol. 24, N 53,2016.