

## The Future of Television Work in the Light of Artificial Intelligence Challenges an Exploratory Study

Mohaned Hameed Obaid<sup>1a</sup> 

<sup>1</sup> Department of Media, Imam Al-Kadhum College, Wasit, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

### Abstract

This research examines the future of television work in light of the challenges posed by artificial intelligence (AI). The study aims to explore the impact of AI on the form and content of television messages and identify areas where AI can be employed in television production. This study adopts a future-oriented exploratory approach, utilizing survey methodology. As the research focuses on foresight, the researcher gathers the opinions of AI experts and media specialists through in-depth interviews to obtain data and insights. The researcher selected 30 experts, with 15 experts in AI and 15 experts in media. The study reveals several findings, including the potential use of machine learning, deep learning, and natural language generation techniques in media work. AI aids television broadcasters in detecting fake news, generating news stories, and improving the quality of broadcasting and transmission. However, significant challenges arise when integrating AI technologies into television, such as the need for a specialized professional and programmatic workforce in the field of information technology.

**Keywords:** Artificial Intelligence; Automation; Television; Automated Journalism.

OPEN  ACCESS

<sup>a</sup> Corresponding author: E-mail address: [mohaned.hamed@alkadhum-col.edu.iq](mailto:mohaned.hamed@alkadhum-col.edu.iq), +964 7714988020

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i60.958>

Received: 17/01/2023, Accepted: 26/04/2023, Published: 28/06/2023

## مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية

مهند حميد عبيد<sup>1</sup>

<sup>1</sup> قسم الإعلام، كلية الإمام الكاظم، واسط، العراق.

### مستخلص

تتاول البحث موضوع مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي، وللدراسة أهداف عدّة منها: معرفة انعكاسات الذكاء الاصطناعي في شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية، والتحري عن مجالات توظيفه في التلفزيون، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستشرافية المستقبلية والتي اعتمد فيها الباحث على المنهج المسحي، وبما أن البحث يتعلق بالرؤية الاستشرافية فقد اعتمد الباحث على أسلوب جمع آراء الخبراء والمتخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي وخبراء الإعلام، واعتمد أيضاً على المقابلات المعمقة لغرض الحصول على البيانات والمعلومات من المبحوثين، وقد تم اختيار (30) خبيراً، توزّعوا بواقع (15) خبيراً من الذكاء الاصطناعي و(15) خبيراً من الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدّة أبرزها: إنّه يمكن استخدام تقنيات التعلم الآلي وتقنيات التعلم العميق وخوارزميات توليد اللغة الطبيعية في العمل الإعلامي، ويساعد الذكاء الاصطناعي الفضائيات في كشف الأخبار المزيفة وكتابة القصص الخبرية وتحسين جودة البث والارسال التلفزيوني، كما أن هناك تحديات كبيرة تواجه الفضائيات عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من أبرزها: وجود كادر مهني وبرمجي متخصص في مجال تكنولوجيا المعلومات.

**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي؛ الأتمتة؛ التلفزيون؛ الصحافة الآلية.

### مقدمة

يشهد الإعلام في العصر الحالي ثورة هائلة وتحولات اتصالية كبيرة أفرزتها التطورات التقنية، ولا سيما الثورة الرابعة التي تحاول أن تطمس الحدود الفاصلة بين الآلة والبشر مما خلق عصرًا جديدًا من الإعلام يتأثر ويتعامل مع تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي، ومن المتوقع أن تقود هذه التطورات إلى إحداث تغييرات جوهرية في آليات العمل الإعلامي ومخرجاته إلى ثورة جذرية في سياقات العمل، وربما سنكون بحاجة ماسة إلى إعادة النظر ببعض المفاهيم الإعلامية أو المهارات أو التخصصات الصحفية بما ينسجم مع المساحات الجديدة والأدوار المبتكرة وإعادة تقسيم وتنظيم

ميدان العمل الصحفي.

وأخذت هذه التقنيات في التطور والتحديث يوماً بعد يوم مثل: برامج الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وتوليد اللغة الطبيعية والبيانات الضخمة والواقع الافتراضي والمعزز والروبوتات وغيرها من التطورات التي تم توظيفها في ميدان العمل الإعلامي والتلفزيوني، والتي تلعب دوراً كبيراً في الحياة اليومية بما توافره من خدمات وتحسينات تساعد القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية على صياغة الرسائل الإعلامية وفقاً لرغبات الجمهور وتوصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المحدد، لذا فإن التطورات التقنية أصبحت إحدى أبرز محركات التطوير والتغيير والابتكار في الوقت الحاضر لما تقدمه من خدمات تساعد على اختصار الوقت والجهد وتجسيد الواقع بفضل وجود التقنيات الرقمية، وقد ظهرت مؤخراً التخصصات التي تحاكي هذه التطورات منها: صحافة الروبوت وصحافة الخوارزميات وصحافة الذكاء الاصطناعي وغيرها من التسميات التي تشير إلى دور الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي.

## الإطار المنهجي

### أولاً: مشكلة البحث

تجسدت مشكلة البحث في التساؤل الرئيس: "ما مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي؟ ويتفرع من هذا التساؤل تساؤلات فرعية كالآتي:

1. ما المهارات والمتطلبات الشخصية والفنية الواجب توافرها في بيئة العمل التلفزيوني في ظل تطورات الذكاء الاصطناعي؟
2. ما انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي في شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية؟
3. ما السيناريوهات والمسارات المحتملة التي يحددها الخبراء لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي؟
4. ما الاستراتيجيات التي يضعها الخبراء لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل الذكاء الاصطناعي؟

### ثانياً: أهمية البحث

تتجسد أهمية البحث من أهمية الظاهرة البحثية التي يتطرق إليها الباحث، وهنا يتطرق إلى موضوع في غاية الأهمية وحديث نسبياً وله علاقة بالتقنيات والتطورات الحديثة وهو الذكاء الاصطناعي، ولا تكمن أهمية الموضوع من تناول موضوع الذكاء الاصطناعي فقط، وإنما يتعلق الموضوع بعلاقة التقنيات والبرامج التي تعمل بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي، ومما لا شك فيه أن المؤسسات الإعلامية التي تتخلف عن استخدام التقنيات الحديثة سواء في التصوير أو المونتاج أو البث أو أي مرحلة من مراحل الإنتاج الإعلامي، فإنها هنا تُعد من المؤسسات التي

لا تواكب التطورات التقنية؛ لأن التقنيات الحديثة تفرض نفسها في كل وقت وفي كل مجال بحسب ما يشير إليه العالم مارشال ماكلوهان بالحمية التكنولوجية، لذا يُعد هذا البحث دراسة استشرافية لاستخدام التقنيات والبرامج التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي ودورها في العمل الإعلامي.

### ثالثاً: أهداف البحث

1. التعرف على المهارات والمتطلبات الشخصية والفنية الواجب توافرها في بيئة العمل التلفزيوني في ظل تطورات الذكاء الاصطناعي.
2. معرفة انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي في شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية.
3. الكشف عن السيناريوهات والمسارات المحتملة التي يحددها الخبراء لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي.
4. التقصي عن الاستراتيجيات التي يضعها الخبراء لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل الذكاء الاصطناعي.

### رابعاً: نوع البحث ومنهجه

يُعدّ هذا البحث من البحوث الاستكشافية، فمن جهة تعنى هذه الدراسة باستكشاف ظاهرة بحثية بالاعتماد على الأدوات البحثية للوصول إلى حقائق وتصورات حول الظاهرة، ومن جهة أخرى تُعدّ هذه الدراسة من الدراسات الاستشرافية أو المستقبلية؛ وذلك لأنها تكشف عن الحدود المستقبلية للظاهرة البحثية ودراسة تطوراتها وتحديد مساراتها وتبين ملامح تطورها في المستقبل وفقاً لمنهج علمي محدد، ونعني بالبحوث الاستشرافية أو المستقبلية هي تلك البحوث التي تسعى إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل والتي يطلق عليها بـ"الدراسات المستقبلية" Studies Futures (عبد المجيد عبد العزيز منصور، 2021، صفحة 1411).

ويُعدّ هذا البحث من البحوث النوعية "الكيفية"، اعتمد الباحث على أداة المقابلة المعمقة مع الخبراء وهي إحدى الأدوات الخاصة بالبحوث الكيفية (لعياضي، 2020، صفحة 107)، ووضع السيناريوهات الخاصة بالبحوث المستقبلية، فقد تم الاعتماد على هاتين الأداةين للحصول على البيانات التي يرغب بها، وهناك سيناريوهات عدّة تستخدم في الدراسات المستقبلية استخدمها الباحث في بحثه وهي: (عبد المجيد عبد العزيز منصور، 2021، صفحة 1400):

1. السيناريو الاتجاهي "المرجعي": وهو يتعلق باستمرار الوضع الراهن وما فيه من تفاؤل أو تشاؤم مع العجز عن التغيير.
2. السيناريو الإصلاحي "متفائل": هو ما يتعلق بإدخال بعض الإصلاحات بقصد الوصول بالاتجاهات الحالية نحو انسجام أكثر من أجل إنجاز حد أدنى من الأهداف التفاوضية.
3. سيناريو الانهيار "متشائم": وهو يمثل عجز النظام عن الاستمرار أو فقدانه الاستثمار.

وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي الذي يرمي إلى جمع البيانات والمعلومات عبر مسح المبحوثين خلال مدة زمنية محددة وفي سياق زمني معين، وبما أن البحث يتعلق بالرؤية الاستشرافية فقد اعتمد الباحث على أسلوب جمع آراء الخبراء والمتخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي وخبراء الإعلام، كما أن هذا النوع من الدراسات يتعلق بنخبة معينة لدراسة آرائهم والتعليق عليها فقد اعتمد الباحث على المنهج الكيفي "النوعي" لغرض بناء التصورات المستقبلية للنخبة الأكاديمية.

#### خامساً: مجالات البحث

1. **المجال الزمني:** حدد الباحث المجال الزمني في دراسته للمدة الممتدة من (11/10 لغاية 2022/12/30)، وهي المدة التي استغرقها الباحث في إعداد استمارة المقابلة وإجراء المقابلة مع المبحوثين وتدوين إجاباتهم وتصوراتهم بشأن موضوع البحث.
2. **المجال المكاني:** حدد الباحث المجال المكاني لبحثه في جامعة بغداد والجامعة التكنولوجية وجامعة تكريت لغرض الحصول على آراء الخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي والإعلام.
3. **المجال البشري:** حدد الباحث المجال البشري في خبراء الذكاء الاصطناعي وهندسة البرمجيات في جامعتي بغداد والتكنولوجية وخبراء الإعلام في جامعتي بغداد وتكريت.

#### سادساً: مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث في خبراء الذكاء الاصطناعي وهندسة البرمجيات في جامعتي بغداد والتكنولوجية وخبراء الإعلام في جامعتي بغداد وتكريت، وقد اختار الباحث عينة قصدية من الخبراء الذين يحملون لقب الأستاذية، وتم إجراء المقابلات مع (30) خبيراً "أستاذ دكتور"، توزعت بواقع (15) خبيراً في مجال الذكاء الاصطناعي و(15) خبيراً في مجال الإعلام.

#### سابعاً: أدوات البحث

1. **المقابلة المعمقة:** اعتمد الباحث على أداة المقابلة المعمقة مع المتخصصين في مجال الذكاء الاصطناعي وهندسة البرمجيات وخبراء الإعلام في الجامعات العراقية، للوصول إلى نتائج وتصورات كيفية عن مستقبل العمل التلفزيوني في ظل تطورات الذكاء الاصطناعي.
2. **السيناريوهات:** وضع الباحث سيناريوهات عدّة لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي، لذا فإن طريقة السيناريوهات من الأساليب المهمة في جمع المعلومات في البحوث الاستشرافية المستقبلية.

#### ثامناً: الصدق

اعتمد الباحث على الصدق الظاهري المتمثل في عرض استمارة المقابلة المعمقة على مجموعة

من الخبراء في مجال الإعلام<sup>(٦)</sup>، وحصلت على نسبة اتفاق عالية وبنسبة 100% ولم يجز الخبراء أي تعديل أو حذف أو إضافة لأي فقرة من فقرات استمارة المقابلة.

تاسعًا: الدراسات السابقة

### 1. دراسة (Chan-Olmsted, 2019)

#### "A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry".

تناولت هذه الدراسة اعتماد الإعلام على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المضامين، والتحديات التي تواجه الإعلام في دمج التقنيات المعرفية في هذه الصناعة، ويُعد هذا البحث من البحوث النظرية التي تتطرق إلى دور الذكاء الاصطناعي في صناعة المضامين الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى وجود ثمانية مجالات رئيسة في هذه الصناعة وهي: اكتشاف محتوى الجمهور، ومشاركة الجمهور، وتجربة الجمهور المعززة، وتحسين الرسائل، وإدارة المحتوى، وإنشاء المحتوى، ورؤى الجمهور، والأتمتة التشغيلية، وتوصلت الدراسة أيضًا إلى وجود تحديات كبيرة في الموازنة بين الفعالية والكفاءة والحكم البشري والذكاء الاصطناعي.

### 2. دراسة (حرب، 2022) بعنوان: "رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في

#### القنوات الفضائية الفلسطينية".

استهدفت الدراسة إلى تقديم رؤية مستقبلية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال المدة (2021-2030)، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 12 مفردة من القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الفلسطينية، وتقديم سيناريوهات مستقبلية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية خلال العقد القادم، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدّة منها:

- 1.2. إن معظم المبحوثين أكدوا أن أهم العوامل المؤثرة على تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية خلال العقد القادم تتمثل في العوامل الاقتصادية وذلك لأن التحول التكنولوجي لتقنيات الذكاء الاصطناعي يحتاج إلى إمكانيات مادية ضخمة.
- 2.2. هناك حاجة إلى العوامل المهنية المرتبطة بالتدريب والتأهيل للإعلاميين في تلك المؤسسات.

#### عاشراً: تحديد المفاهيم والمصطلحات

1. العمل التلفزيوني: يقصد به طبيعة الممارسة الإعلامية في القنوات التلفزيونية من كوادرات إعلامية وفنية وأجهزة ومعدات وجميع المراحل والمهن الموجودة في التلفزيون، لدراسة مدى تأثيره بظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي.

2. الذكاء الاصطناعي: مجموعة البرامج الحاسوبية والخوارزميات والتقنيات الرقمية والأدوات والأجهزة التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي التي يتم استخدامها في المجال الإعلامي.

## الإطار النظري

### أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي

يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه "مجال من مجالات علوم الكمبيوتر والذي يحاول فيه المبرمجون إنشاء آلات ذكية يمكنها التصرف والتفكير واتخاذ القرارات مثل البشر، إذ يشير هذا المصطلح إلى فكرة أن الآلات ستكون قادرة في يوم من الأيام على تكرار الخصائص البشرية والقيام بالأعمال التي يقوم بها البشر" (Ehlers, 2021, p. 12)، لذا فإن الذكاء الاصطناعي يحاول طمس الحدود الفاصلة بين البشر والآلة، والسماح للبرامج والتقنيات الحديثة القيام بالمهام التي يقوم بها بنو البشر.

### ثانياً: الإعلام وتقنيات الذكاء الاصطناعي

ظهرت فكرة تعليم أجهزة الكمبيوتر كميدان لفهم اللغة البشرية في بداية الخمسينيات من القرن الماضي كجزء من الترجمة الآلية، كما حدث عندما عرضت شركة (IBM) وجامعة جورج تاون جهاز كمبيوتر يمكنه ترجمة الجمل الروسية إلى اللغة الانكليزية في عام 1954، وقد بدأ الذكاء الاصطناعي مع العالم "جون مكارثي John McCarthy" والذي ابتكر هذا المصطلح وقدمه عام 1956، بحيث وصف الذكاء الاصطناعي بأنه "علم وهندسة صناعة الآلات الذكية" في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) في عام 1958 (Whittaker, 2019, p. 108)، وبدأت الأتمتة واستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام ببداية متواضعة، ففي عام 2007 قام "روبي ألن Robbie Allen" وهو مهندس في شركة سيسكو المتخصصة في أجهزة وبرامج الشبكات بتأسيس شبكة رياضية على الانترنت تسمى "Stat Sheet" إذ لاحظ ألن في منشور له وجود أتمتة أو رؤى آلية للمعلومات التي نشرها، وبعدها بدأ ألن شركته في تتبع ونشر المعلومات حول كرة السلة (Saad & Issa, 2020, p. 5).

وبدأ دور الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي بالتزايد منذ عام 2012 بحيث بدأت ما تسمى بـ"صحافة الروبوت" بالانتشار والتي تعتمد على الروبوت في صناعة المحتوى الإعلامي ونشره عبر منصات التواصل الاجتماعي، لهذا أصبح من الضروري أن تستفيد المؤسسات الإعلامية من هذه التقنيات، وذلك لأن وسائل الإعلام ترتبط بشكل كبير بالمستحدثات الاتصالية، كما استفادت المؤسسات الإعلامية من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجالات عدّة منها: القيام بتنفيذ المهام المختلفة بشكل أسرع وأسهل مرة بعد مرة، وكتابة القصص الإخبارية (البياتي، 2022).

ولقد وجد قطاع الإعلام العالمي في تقنيات الذكاء الاصطناعي أداة جديدة وفعالة لتوسيع رقمنة استراتيجيات الاستهلاك الإعلامي للجمهور، وظهرت هذه التقنيات على الساحة في وقت كان فيه التركيز المفرط على تقنيات الاتصال في جميع أنحاء العالم، بحيث لا تستطيع أي مؤسسة إعلامية الاستغناء أو استبعاد استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في الإنتاج الإعلامي، وأدت هذه

التقنيات إلى تطوير عمل المؤسسات الكبيرة والعملاقة في العالم مثل: مؤسسة ديزني وأي بي سي الأمريكية وبي بي سي والعديد من الصحف ووكالات الأنباء العالمية، ووفرت هذه التقنيات لتلك المؤسسات العديد من الخدمات الاتصالية منها: سهولة معالجة البيانات والمعلومات وإمكانية إنتاج المحتوى الإعلامي من دون التدخل البشري، فضلاً عن أنها وفرت معلومات وبيانات عن الجمهور الذي يتابع وسائل الإعلام من خلال ما يشاهدونه أو ما يبحثون عنه في وسائل الإعلام المختلفة (Merskin, 2019, p. 4).

ووفقاً لأحد التقارير الدولية التي تتحدث عن دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز العمل الإعلامي، والتي تشير إلى أنه في السنوات القادمة ستساعد خوارزميات الذكاء الاصطناعي في تحسين بيئة العمل الإعلامي من خلال طرق مختلفة منها: إنها ستجعل إنتاج المحتوى الإعلامي بصورة أكثر فعالية، وستسمح في العثور على المزيد من الأخبار من البيانات والمواقع المتوافرة، وستسهل على القائم بالاتصال مراجعة التعليقات وتفاعلات الجمهور بشأن الرسالة الإعلامية وكشف المعلومات والأخبار المضللة، وستساعد في توزيع المحتوى الإعلامي بشكل أفضل، فضلاً عن التحكم في أسعار الإعلانات والتعامل معها للوصول إلى الجمهور المستهدف (Pocino, 2021, p. 8).

يرتبط الإعلام بالمتغيرات والتطورات التقنية والتكنولوجية الحديثة بشكل كبير، بحيث تدخل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع مفاصل العمل الإعلامي من حيث الإنتاج والتسويق والرصد والتوزيع، فلا يمكن لأي وسيلة من وسائل الإعلام العمل من دون الاعتماد على تلك التقنيات، فضلاً عن أن وسائل الإعلام تتطور وتنمو في ظل التطورات التقنية الحديثة، وهذا ينطبق مع التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وطرق استقادة وسائل الإعلام المختلفة منه، لذا يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً بارزاً في تطور الطرق التي يتم بها إنتاج المحتوى الإعلامي وطرق توزيعه واستهلاكه.

### ثالثاً: التلفزيون والذكاء الاصطناعي

تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى التلفزيوني وتنظيمه بكفاءة عالية، والتي كانت سابقاً بمثابة مشكلة تواجه العاملين في التلفزيون؛ بسبب قلة البيانات والمعلومات الوصفية عن الموضوعات والأحداث الجارية، ومن نماذج الذكاء الاصطناعي في مجال التلفزيون ما قدمته وكالة "شينخوا" الصينية من مذيع الذكاء الاصطناعي من خلال دمج التسجيل الصوتي والفيديو مع شخصية افتراضية تستطيع محاكاة الصوت والعبارات وحركة الشفاه لتمثيل المذيع الإخباري الفعلي، ويساعد الذكاء الاصطناعي التلفزيون على القيام ببعض المهام منها: (محمد محمود عبد الحميد، 2020، صفحة 2818)

1. المصور الآلي: أو ما يطلق عليه "كاميرا الروبوت" وهي الروبوتات أو الكاميرات القادرة على

التصوير وإنتاج اللقطات الجيدة والتعامل الجيد مع زوايا الكاميرا، بحيث يرى بعض الباحثين بأنها من الممكن أن تصبح بديلاً عن المصور التقليدي داخل الاستوديوهات التلفزيونية.

**2. إنتاج الفيديوها الآلية:** تساعد تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات على إنتاج الفيديوها لغرض الاستخدام التلفزيوني والإعلامي، بحيث تعمل هذه الأدوات والتقنيات بشكل آلي على تحليل محتوى الفيديو واختيار أهم المقطعات الواردة فيه وإعداد فيديو قصير لتلك المقطعات وهو ما يستخدمه موقع يوتيوب.

## الدراسة الميدانية

اعتمد الباحث على أسلوب التحليل الكيفي "النوعي" لنتائج المقابلات المعمقة التي أجراها مع خبراء الذكاء الاصطناعي وهندسة برمجيات الحاسوب وخبراء الإعلام، وقد تم توجيه أسئلة متخصصة إلى كل فئة من هؤلاء الخبراء وفقاً لما يأتي:

### أولاً: خبراء الذكاء الاصطناعي

#### 1. تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي التي يمكن الاستفادة منها في مجال العمل الإعلامي

بينت نتائج المقابلة التي أجراها الباحث مع خبراء الذكاء الاصطناعي وهندسة برمجيات الحاسبات أن التقنيات والبرامج التي يمكن استخدامها والاعتماد عليها في العمل الإعلامي تقنيات التعلم الآلي (Machine Learning) وتقنيات التعلم العميق (Deep Learning)، وخوارزميات توليد اللغة الطبيعية (GPT-3) والتي تساعد الإعلاميين في كتابة الأخبار والإجابة عن بعض التساؤلات بشكل آلي وبالأخص القنوات التلفزيونية التي تمتلك مواقع الكترونية لها، وتتيح الإجابة عن استفسارات الجمهور وفرز بعض التعليقات والمعلومات المهمة، ويتفق بذلك أغلب الخبراء، وأضاف (العامري، 2022) أن هناك تقنيات أخرى يمكن الاستفادة منها في المجال الإعلامي منها تقنية المنطق الضبابي (Fuzzy Logic) وهي تقنيات وأنظمة يمكنها التعامل مع المعلومات والمعطيات غير الدقيقة والمتحركة.

#### 2. فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل التلفزيوني

هناك العديد من فوائد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل التلفزيوني بحسب ما أشار إليه خبراء الذكاء الاصطناعي مثل: توسيع التغطية الإعلامية في المناطق التي لا يستطيع المراسل التلفزيوني الوصول إليها، وإنجاز التغطيات الإخبارية في الوقت الفعلي وكتابة القصص الإخبارية، ومعالجة البيانات والمعلومات التي يحتاج إليها الصحفي في كتابة التقارير والتحقيقات التلفزيونية، وتحليل الأخبار وتصنيفها والتنبؤ بها، فضلاً عن توافر تقنيات الذكاء الاصطناعي مكانية البرمجة التلقائية في البث الإذاعي والتلفزيوني في أوقات العمل غير الرسمي أو أوقات

### 3. تأثير الذكاء الاصطناعي على شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية

للذكاء الاصطناعي والخوارزميات تأثير كبير على شكل الرسالة الإعلامية من حيث جودتها وامكانية معالجة الخلل الفني ومعالجة المشكلات البرمجية والتنمؤ بها قبل حدوثها، بحيث يمكن لتلك الخوارزميات معالجة وتحليل كم هائل من البيانات بسرعة وجودة عالية، وكذلك التنبؤ بالبيانات وبالتالي تقليل التكاليف الخاصة بإنتاج أي مضمون تلفزيوني (رحيم، 2022)، كما يساعد الذكاء الاصطناعي في استمرارية العمل التلفزيوني وتقليل تكاليف إنتاج المضامين والقدرة على الحفاظ وحماية المادة من الاختراق والتلف.

### 4. التحديات الفنية والتقنية التي تواجه المؤسسات الإعلامية والقنوات التلفزيونية في الاعتماد

#### على الذكاء الاصطناعي

تتمن التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في توفير معدات مختصة وكذلك جمع البيانات ومعالجتها، وهناك تحدي كبير في إمكانية عمل البرامج والتقنيات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي باللغة العربية؛ لأن أغلب البرامج تعمل باللغة الانجليزية (رحيم، 2022)، وتحتاج الفضائيات أيضًا إلى كادر مهني وبرامجي متخصص في مجال تكنولوجيا المعلومات بحيث يوجد تحدي كبير يتمثل في إمكانية استبدال الإعلاميين بالفنيين (سعيد، 2022)، ومن التحديات التي أشار إليها (جليل، 2022) هي إعداد نصوص المادة الإعلامية وطريقة تقديمها للمتلقى، إذ تعد من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية، فضلًا عن اختيار برامج الـ (Graphics) التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي إذ تعد هي الأخرى من المهام الصعبة التي تواجه القنوات التلفزيونية.

### 5. ميادين العمل الإعلامي الأكثر تأثرًا بتقنيات الذكاء الاصطناعي

أشار الخبراء إلى أن الذكاء الاصطناعي يخدم العديد من ميادين العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية وبالخصوص ميدان الكتابة الصحفية وكتابة الأخبار والقصاص الصحفية التي تعتمد بشكل كبير على تقنيات وبرامج توليد اللغة الطبيعية، وتعمل التقنيات أيضًا في ميدان العمل الإعلامي الذي يحتاج إلى تحليل دقيق ومعمق للبيانات والمعلومات المخزونة مسبقًا أو البيانات الموجودة على موقع أو صفحة معينة (الشمري، 2022)، وهناك من يشير إلى إمكانية الاستفادة من تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي في جميع ميادين العمل التلفزيوني من تصوير وتحرير وكتابة صحفية ومعالجة البيانات والمعلومات (رحيم، 2022)، وهناك من يركز على البث المباشر في الأحداث والكوارث والأزمات التي يمكن الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والروبوتات لغرض إجراء مقابلات صحفية (جليل، 2022).

## 6. المهارات الفنية التي يحتاجها الصحفي في العمل على الذكاء الاصطناعي

يحتاج الصحفيون الى مهارات شخصية لغرض العمل على تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي ومن هذه المهارات: القدرة على التعامل مع البيانات وتحليلها والتعامل مع البرامج الخاصة بالذكاء الاصطناعي (رحيم، 2022)، وجمع تلك المعلومات والبيانات بشكل صحيح؛ لأن تغذية الخوارزميات بالمعلومات تعتمد على المستخدم أو الإعلامي، لذلك يجب أن تكون هناك دقة في المعلومات وأن تكون صحيحة؛ لأن أي خلل بالمعلومات المدخلة سينعكس سلباً على المخرجات، فالمبرمج أو مدخل البيانات هو الذي يغذي الخوارزميات بالمعلومات، فضلاً عن عدم قدرة الصحفي في التعامل مع الروبوتات؛ لأن صحافة الروبوت والخوارزميات هي صحافة المستقبل بحسب (جبر، 2022).

### ثانياً: خبراء الإعلام

## 1. التحديات التي تواجه الصحفيين في ظل تطورات الذكاء الاصطناعي

أوضح وسام فاضل راضي(\*) أن مواكبة التطورات التقنية والقدرة على استخدام الأجهزة والبرمجيات وغياب البنى التحتية التقنية من أهم التحديات التي تواجه الصحفيين في ظل تطورات الذكاء الاصطناعي (راضي، 2022)، بينما أشار عمار طاهر محمد(\*\*) إلى أن التحديات تظهر في المرتكزات الأساسية لصناعة الرسالة الإعلامية في كتابة المادة الإعلامية وتنفيذها وتقديمها للمتلقي وتصميم المقاطع الصوتية، واختيار الكرافيك وتصميمه والمؤثرات الصوتية وإعداد القصص الإخبارية المقنعة، (محمد، 2022)، ويبيّن حسين علي نور(\*\*\*) أن الخبرات الوظيفية ما زالت متأخرة عن ما تقدمه التقنيات الحديثة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وعدم مواكبة التطور وبالخصوص الفضائيات العراقية (الموسوي، 2022)، وقلة الدورات التطويرية في مجال الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن تحديات سرعة وصول تلك التقنيات والبرامج إلى الفضائيات العراقية والمحلية ودقة العمل عليها وإمكانية مواكبتها للتطورات المتسارعة (الفراجي، 2022).

## 2. التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي

تواجه المؤسسات الإعلامية تحديات في ظل الذكاء الاصطناعي بحيث أوضح وسام فاضل راضي أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل وقوة الانترنت في المؤسسات وجعل إدارات المؤسسات الإعلامية بفائدة الذكاء الاصطناعي، وغياب الإرادة في التحول الرقمي في العمل من أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية، بينما أشار الأستاذ الدكتور عمار طاهر إلى أن أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية هو تأهيل الصحفيين لاستعمال الذكاء الاصطناعي وصناعة المحاكاة وتقديم البرامج والأخبار في القنوات التلفزيونية الفضائية

(\*) أ.د. وسام فاضل راضي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

(\*\*) أ.د. عمار طاهر محمد، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

(\*\*\*) أ.د. حسين علي نور الموسوي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.

(محمد، 2022)، وأكد حسين علي نور أن عدم وجود تطابق أو توافق بين الأجهزة والمعدات الموجودة حاليًا في الفضائيات العراقية مع الأجهزة والمعدات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي (الموسوي، 2022)، ويتفق معه بعض الخبراء الذين تحدثوا عن عدم وجود تقنيات وأدوات تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي.

**3. توصيف المضامين التي تنتجها الآلة مقارنة بالمضامين التي ينتجها الصحفيون من البشر**  
تتسم المضامين التي تنتجها الآلة والروبوتات والخوارزميات بأنها تختلف في طبيعة معالجتها للموضوعات والأفكار والبيانات والمعطيات الإعلامية والمعلوماتية، فإن ما تنتجه الحاسبات والخوارزميات يتسم بالدقة والموضوعية لكنه يفقد إلى العامل الذاتي والعاطفي المرتبط بإسقاطات الكاتب النفسية والاجتماعية (راضي، 2022)، فضلاً عن أنها تقدم ربط معلوماتي واسع ودقيق، إلا أنها تكون خالية من اللمسة الإنسانية وخاصة في الموضوعات الإنسانية التي تحتاج إلى نقل المشاعر والأحاسيس إلى الجمهور (محمد، 2022)، ويتفق مع هذا التصور عبد النبي خزعل(\*) إذ أشار إلى أن بعض الموضوعات لا يمكن للآلة أن تعبر عنها؛ وذلك لارتباطها بمشاعر الجمهور (خزعل، 2022).

**4. إيجابيات استخدام الذكاء الاصطناعي في الفضائيات العراقية**  
يتفق وسام فاضل راضي وحسين علي نور في بعض إيجابيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات العراقية وهي اضافة التنوع والدقة في المضامين وكشف الأخبار المزيفة، وتقديم النشرات الإخبارية وتطوير ملفات الأخبار وخلق التنوع في البرامج التلفزيونية (راضي، 2022) (الموسوي، 2022)، بينما أشار عمار طاهر محمد إلى مجموعة من الإيجابيات وهي أتمتة المهام العادية (التي لا تحتاج إلى قدرات إبداعية) مثل: تتبع آخر الأخبار ورصدها واستكشاف الرؤى الإعلامية من خلال ايجاد الروابط بين المعلومات المتفرقة (محمد، 2022)، وإضافة مسحة جمالية وإبداعية للبرامج وقلة الأخطاء اللغوية (الفراجي، 2022).

**5. سلبيات استخدام الذكاء الاصطناعي في الفضائيات العراقية**  
حدد خبراء الإعلام بعض السلبيات التي تتعلق باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام ومن أبرز هذه السلبيات هي فقدان الوظائف بالنسبة للصحفيين واستبدال الكوادر الصحفية والإعلامية في الفضائيات بالكوادر الفنية من المبرمجين والتقنيين (راضي، 2022) (خزعل، 2022)، بينما حدد عمار طاهر محمد بعض السلبيات التي تتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي وهي:

### 1.5. ضعف اللمسات الإنسانية في صناعة المحتوى.

(\*) أ.د. عبد النبي خزعل، قسم الإعلام، كلية الفارابي الجامعة.

- 2.5. الاعتماد على البرامج مما يؤدي إلى تراجع الإبداع الفني والفكري.
- 3.5. ضعف البنى التحتية للعديد من الفضائيات في مجال توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- 4.5. الجهل المعرفي بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وطرق توظيفها ومجالات استخدامها في الوقت المناسب والموضوعات المناسبة.

#### 6. المهارات التلفزيونية التي يمكن للذكاء الاصطناعي إنجازها

حدد خبراء الإعلام بعض المهارات التلفزيونية التي يمكن للذكاء الاصطناعي إنجازها وهي كل ما يتعلق بإنتاج المضمون والإخراج ويدخل من ضمن الإضافات التي يتيحها الذكاء الصناعي (راضي، 2022)، وتتفاوت نوعية المهارات بحسب نوعية الأقسام المتعددة في القناة الفضائية، ومن أبرز الأقسام التي يخدمها ويساهم في تطوير مهارات العاملين فيها: الأخبار والبرامج المختلفة والجرافكس وأقسام ال IT وقسم ال Link UP والسيطرة وال Control Room (الموسوي، 2022)، وبين عمار ظاهر محمد بعض المهارات التي يمكن للذكاء الاصطناعي أن يجيدها في العمل التلفزيوني مثل: التصوير بزوايا متحركة 360 درجة، وخلق واقع افتراضي غير متوفر أو لا يمكن الوصول إليه، وتعزيز المحتوى الإعلامي من خلال صناعة المرئيات.

#### ثالثاً: السيناريوهات المستقبلية

حدد الباحث ثلاثة سيناريوهات لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل تحديات الذكاء الاصطناعي، وقد اعتمد الباحث على هذه السيناريوهات في بحثه؛ لأنها من أهم الأساليب البحثية في الدراسات المستقبلية أو الاستشرافية، وقد رجح خبراء الإعلام وخبراء الذكاء الاصطناعي الذين تم مقابلتهم السيناريو التفاؤلي (الإصلاحي - التحول الجذري) على غيره من السيناريوهات، بحيث أشار الخبراء من خلال هذا السيناريو إلى أن الذكاء الاصطناعي سيساعد على تطور العمل التلفزيوني في المستقبل، لذا يمكن استعراض نتائج هذه السيناريوهات على النحو الآتي:

1. السيناريو التفاؤلي (الإصلاحي - التحول الجذري): حصل هذا السيناريو على تأييد معدل كبير من خبراء الإعلام وخبراء الذكاء الاصطناعي، بحيث حصل هذا السيناريو على الاتجاه (موافق) بشكل كبير وبمتوسط حسابي إجمالي بلغ (2.69)، وهذا يشير إلى أن اتجاه إجابات الخبراء نحو الموافقة على فقرات المقياس الخاصة بالسيناريو التفاؤلي، انظر جدول (1).

جدول (1) السيناريو التفاؤلي (الإصلاحي - التحول الجذري)

ت	الفقرة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الاتجاه
---	--------	-------	-------	-------	-----------------	---------

1	نتوقع تطور العمل التلفزيوني بفضل وجود واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	100%	0%	0%	3	موافق
2	نتوقع ادخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمل الفضائيات العراقية	73%	20%	6.7%	2.66	موافق
3	نتوقع تطور أداء العاملين وفقاً لمتطلبات الذكاء الاصطناعي	66.6%	26.7%	6.7%	2.61	موافق
4	نتوقع اعتماد الفضائيات العراقية على تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار	86.7%	13.3%	0%	2.86	موافق
5	تطور شكل ومضمون الفضائيات العراقية من خلال الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي	83.3%	10%	6.7%	2.76	موافق
6	اعتماد الفضائيات العراقية على تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار المزيفة	93.3%	6.7%	0%	2.9	موافق
7	معرفة اتجاهات الجمهور من خلال الاعتماد على الذكاء الاصطناعي	66.7%	20%	13.3%	2.53	موافق
8	ايصال المضامين التلفزيونية للجمهور المحدد بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي	50%	33.3%	16.7%	2.33	موافق
9	قدرة الفضائيات العراقية بالمستقبل على تحرير ونشر الأخبار العاجلة بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي	86.7%	13.3%	0%	2.86	موافق
10	زيادة المضامين التي تنتجها تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات العراقية في المستقبل	76.7%	16.7%	6.6%	2.7	موافق
11	ظهور جيل جديد من العاملين في الفضائيات العراقية يتعاملون بشكل جيد مع تقنيات الذكاء الاصطناعي	93.3%	6.7%	0%	2.93	موافق
12	تنوع المضامين التي تنتجها الفضائيات العراقية بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي	33.3%	50%	16.7%	2.16	موافق
	المتوسط الحسابي الإجمالي				2.69	موافق

2. السيناريو المرجعي أو الثابت: لم يحصل هذا السيناريو على تأييد عدد كبير من خبراء الإعلام وخبراء الذكاء الاصطناعي، وهو السيناريو الذي يقترح أن يبقى العمل التلفزيوني على ما هو عليه في ظل وجود تقنيات الذكاء الاصطناعي من دون أي تطور أو تراجع في عمل الفضائيات، بحيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لهذا السيناريو 1.65 وهذا يشير إلى عدم قبول هذا السيناريو، انظر جدول (2).

جدول (2) الاتجاه المرجعي أو الثابت لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل الذكاء الاصطناعي

ت	الفقرة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الاتجاه
1	نتوقع عدم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات العراقية	23.3%	23.3%	53.4%	1.7	معارض
2	نتوقع عدم تطور مهارات العاملين في الفضائيات العراقية في مجال الذكاء الاصطناعي	10%	30%	60%	1.5	معارض
3	الصعوبات الاقتصادية تدفع الفضائيات إلى عدم قدرتها على شراء تقنيات وبرامج الذكاء الاصطناعي	56.7%	13.3%	30%	2.26	موافق
4	وجود حالة تخوف بالمستقبل من استخدام الذكاء الاصطناعي في الفضائيات العراقية	20%	10%	73%	1.5	معارض
5	لا تهتم الفضائيات العراقية بالذكاء الاصطناعي لعدم قدرته على نقل المشاعر والأحاسيس البشرية	46.7%	33.3%	20%	2.6	موافق
6	صعوبة البيئة السياسية والاجتماعية تدفع الفضائيات العراقية إلى عدم الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى	10%	16.7%	73.3%	1.36	معارض
7	عدم زج العاملين في الفضائيات العراقية بالتأهيل والتدريب على برامج وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المستقبل	20%	20%	60%	1.26	معارض
8	نتوقع بقاء الوضع الحالي على ما هو عليه في عمل الفضائيات العراقية	6.7%	13.3%	80%	1.2	معارض
9	نتوقع عدم رغبة جمهور وسائل الإعلام في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين التلفزيونية	13.3%	23.3%	63.4%	1.5	معارض
	المتوسط الحسابي الإجمالي				1.65	معارض

3. السيناريو التشاركي أو السيناريو الترددي: أظهرت نتائج إجابات خبراء الإعلام وخبراء الذكاء الاصطناعي حول مستقبل العمل التلفزيوني بفضل وجود تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى رفض السيناريو التشاركي أو الترددي الذي يقترح تصورًا مسبقًا لواقع الفضائيات العراقية بأنه سيتراجع عند استخدام الذكاء الاصطناعي، انظر جدول (3).

### جدول (3) السيناريو التشاركي أو الترددي نحو مستقبل العمل التلفزيوني

ت	الفقرة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الاتجاه
1	نتوقع تراجع مضمون الفضائيات نتيجة توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي	20%	13.3%	66.7%	1.53	معارض
2	نتوقع فقدان العاملين في الفضائيات للوظائف نتيجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	30%	16.7%	53.3%	1.53	معارض

3	نتوقع اهمال الجمهور للمضامين التي ينتجها الروبوت لأنها لا تنقل المشاعر	16.7%	20%	63.3%	1.53	معارض
4	نتوقع عدم ملائمة المضامين التي تنتجها الخوارزميات مع اهتمامات الجمهور	16.7%	50%	33.3%	1.83	معارض
5	نتوقع انهيار العملية الإعلامية للفضائيات إذا اعتمدت على الذكاء الاصطناعي	3.3%	20%	76.7%	1.26	معارض
6	نتوقع عدم كفاءة الفضائيات العراقية في توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل	0%	26.7%	73.3%	1.26	معارض
7	نتوقع استبدال الصحفيين العاملين في الفضائيات بالمبرمجين لو تم استخدام الذكاء الاصطناعي	6.7%	13.3%	80%	1.26	معارض
8	نتوقع عدم كفاءة الخوارزميات والروبوتات للتعامل مع اللغة العربية مقارنة باللغة الانكليزية	20%	33.3%	46.7%	1.73	معارض
9	نتوقع زيادة الأعباء المالية للفضائيات العراقية عند توظيف الذكاء الاصطناعي	93.3%	6.7%	0%	2.93	موافق
10	نتوقع تراجع العمل التلفزيوني عند الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي	20%	23.3%	56.7%	1.63	معارض
	المتوسط الحسابي الإجمالي				1.64	معارض

### قراءة في أهم النتائج:

- توصلت الدراسة إلى نتائج عدّة تتعلق بمستقبل العمل التلفزيوني من وجهة نظر خبراء الذكاء الاصطناعي وخبراء الإعلام، ومن أبرز هذه النتائج هي:
- بينت نتائج الدراسة الميدانية أن التقنيات والبرامج التي يمكن استخدامها في العمل الإعلامي هي تقنيات التعلم الآلي (Machine Learning) وتقنيات التعلم العميق (Deep Learning) وخوارزميات توليد اللغة الطبيعية (GPT-3) والتي تساعد الإعلاميين في كتابة الأخبار والإجابة عن بعض التساؤلات بشكل آلي.
  - من أبرز فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل التلفزيوني هو توسيع التغطية الإعلامية في المناطق التي لا يستطيع المراسل التلفزيوني الوصول إليها، وانجاز التغطيات الإخبارية في الوقت المحدد، وتحسين الترددات ورفع كفاءة البث الإذاعي والتلفزيوني.
  - تواجه الصحفيين تحديات عدة في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي، ومن أبرزها مواكبة التطورات التقنية والقدرة على استخدام الأجهزة والبرمجيات وغياب البنى التحتية التقنية.
  - إن طبيعة المضامين التي تنتجها تقنيات الذكاء الاصطناعي تتسم بالدقة والموضوعية لكنها تفتقد إلى العامل الذاتي والعاطفي، بحيث تكون خالية من اللمسة الإنسانية.

5. من أبرز سلبيات الذكاء الاصطناعي في العمل التلفزيوني هو ضعف اللمسة الإنسانية في صناعة المحتوى، والاعتماد على البرامج وهذا يؤدي إلى تراجع الإبداع الفني والفكري.
6. أوضحت نتائج إجابات الخبراء أن السيناريو المحتمل لمستقبل العمل التلفزيوني في ظل الذكاء الاصطناعي هو السيناريو التفاؤلي الإصلاحي أو التحول الجذري.

#### الاستنتاجات:

1. إن بيئة العمل في الفضائيات العراقية غير قادرة على توظيف الذكاء الاصطناعي في عمل هذه الفضائيات ما لم يتم توافر التقنيات والمعدات والأجهزة التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي.
2. إن طبيعة المضامين التي يمكن أتمتها تتعلق بالمهام والأعمال الروتينية التي لا تحتاج إلى عنصر الإبداع.
3. لا يمكن للفضائيات أن تستبعد الكوادر الإعلامية وتعتمد على الآلة أو الخوارزميات في جميع مفاصل العمل التلفزيوني وبالخصوص الجوانب التي تحمل لمسات إبداعية وقيم إنسانية.
4. غياب البنى التحتية من الأجهزة والمعدات التي تمكن الفضائيات العراقية من استخدام الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن الحاجة إلى رصد أموال كبيرة وكوادر متخصصة في هذا المجال.

#### التوصيات:

1. نوصي الفضائيات العراقية بإدخال الكوادر الفنية والهندسية في دورات داخل العراق وخارجه للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي.
2. نوصي القائمين على الفضائيات العراقية بالاطلاع على أحدث التقنيات والبرامج الخاصة بالذكاء الاصطناعي والتعرف على كيفية عملها في مجال الإعلام.
3. نوصي القائمين على الفضائيات العراقية بالاطلاع على النماذج العملية في القنوات العالمية التي توظف الذكاء الاصطناعي مثل: قناة الجزيرة وقناة BBC و CNN.

#### الهوامش

##### (\* الخبراء في مجال الإعلام:

1. أ.د. وسام فاضل راضي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
2. أ.د. عبد النبي خزعل، قسم الإعلام، كلية الفارابي الجامعة.
3. أ.د. عبد السلام أحمد السامر، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
4. أ.د. حسين دبي حسان، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
5. أ.د. سينيها محمد عز الدين، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بغداد.
6. أ.م.د. عراك غانم، قسم الإعلام، كلية الفارابي الجامعة.
7. أ.م.د. خلف كريم كيوش، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة واسط.

## المصادر والمراجع

- البياتي، ي. خ. (7 أغسطس، 2022). نكاء مصطنع. جريدة الزمان. <https://bit.ly/3oANiwW>
- الشمري، ح. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل الإعلامي. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- العامري، ف. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل الإعلامي. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- الفرجاني، ي. ح. (5، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- الموسوي، ح. ع. ن. (4، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- جبر، ع. ع. أ. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- جليل، ح. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- حرب، غ. أ. أ. (2022). رؤية استشرافية لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الفضائية الفلسطينية. *المجلة الجزائرية للاتصال*، 24(1)، 8-29. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189698>
- خزل، ع. أ. (12، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- راضي، و. ف. (4، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- رحيم، أ. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على شكل ومضمون الرسالة التلفزيونية. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- سعيد، أ. ط. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- عبد المجيد عبد العزيز منصور، أ. (2021). مستقبل الصحافة المصرية في ظل تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي خلال العقد القادم (في الفترة من 2021 حتى 2030) دراسة استشرافية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 58(3)، 1397-1458. <https://doi.org/10.21608/jsb.2021.184610>
- لعياضي، ن. أ. (2020). البحوث الكيفية في علوم الإعلام والاتصال: إضاءات نظرية ومسالك تطبيقية. *الباحث الإعلامي*، 12(50)، 102-113. <https://doi.org/10.33282/abaa.v12i50.709>
- محمد، ع. ط. (7، 12، 2022). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العمل التلفزيوني. (مهند حميد عبيد، المحاور)
- محمد محمود عبد الحميد، ع. (2020). "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري". *مجلة البحوث الإعلامية*، 55(55-5)، 2797-2860. <https://doi.org/10.21608/jsb.2020.126573>

## References

- Abdel Megeed Abd El Aziz Mansour, A. (2021). The future of Egyptian journalism in light of artificial intelligence journalism techniques over the next decade, from 2021 to 2030, a forward looking study. *Journal of Mass Communication Research "JMCR"*, 58(3), 1397-1458. <https://doi.org/10.21608/jsb.2021.184610>
- Al-Amiri, F. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the future of media work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Al-Bayati, Y. K. (2022, August 7). *Artificial intelligence*. Al-Zaman newspaper. <https://bit.ly/3oANiWw>
- Al-Faraji, Y. H. (2022, 12 5). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Al-Musawi, H. A. N. (2022, 12 4). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Al-Shammari, H. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the future of media work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Chan-Olmsted, S. M. (2019). A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry. *International Journal on Media Management*, 21(3-4), 193-215. <https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>
- Ehlers, R. R. (2021). *The Effects of Artificial Intelligence on Crisis Communication Rebuild Strategies* (Doctoral dissertation, University of South Dakota).
- Harb, G. I. A. (2022). A forward-looking vision for the adoption of artificial intelligence techniques in Palestinian satellite channels. *Algerian Journal of Communication*, 24(1), 8-29. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/189698>
- Jabr, A. A. H. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Jalil, H. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the form and content of the television message*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Khazal, A. N. (2022, 12 12). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Lyadhi, N. (2020). Qualitative Researches in Media and Communication Sciences: Theoretical Highlights and Applied Pathways. *ALBAHITH ALALAMI*, 12(50), 102-113. <https://doi.org/10.33282/abaa.v12i50.709>
- Merskin, D. L. (Ed.). (2019). *The SAGE international encyclopedia of mass media and society*. SAGE Publications.
- Mohamed Mahmoud Abdel Hamid, A. (2020). Implementing artificial intelligence applications in the creation of media content and its relationship to its credibility with the Egyptian public. *Journal of Mass Communication Research "JMCR"*, 55(55-P5), 2797-2860. <https://doi.org/10.21608/jsb.2020.126573>

- Mohammed, A. T. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Pocino, P. V. (2021). *Algorithms in the Newsrooms Challenges and Recommendations for Artificial Intelligence with the Ethical Values of Journalism*. Barcelona: Catalan Press Council. [https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/venglishDIGITAL\\_ALGORITMES-A-LES-REDACCIONS\\_ENG-1.pdf](https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/venglishDIGITAL_ALGORITMES-A-LES-REDACCIONS_ENG-1.pdf)
- Radi, W. F. (2022, 12 4). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Rahim, A. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the form and content of the television message*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Saad, S., & Issa, T. (2020). Integration or replacement: Journalism in the era of artificial intelligence and robot journalism. *International Journal of Media Journalism and Mass Communications (IJMJMC)*, 6(3), 1-13.
- Saeed , A. T. (2022, 12 7). *The impact of artificial intelligence on the future of television work*. (M. H. Obaid, Interviewer)
- Whittaker, J. P. (2019). *Tech Giants, Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781351013758>