



Original article

Artificial Intelligence in Television Production and Its Implications for the Organizational Management of Television Institutions

Shebat Al-Hamd Jabbar Sajit

University of Wasit- College of Arts- Department of Media

ABSTRACT

The contemporary media sector is undergoing rapid transformations driven by advancements in artificial intelligence technologies, which have become a central force in digital transformation, particularly in television production. Intelligent algorithms and data analytics systems have contributed to reshaping content production and management practices. Artificial intelligence is no longer merely a supportive tool but has evolved into a strategic component that enhances planning and decision-making within media institutions. Despite growing international interest, existing studies remain insufficient in addressing its organizational and managerial implications. This study aims to analyze the role of artificial intelligence in advancing television production and to examine its impact on organizational structures and work patterns. It adopts a descriptive survey approach by examining the professional and organizational landscape. The findings indicate that the integration of these technologies enhances production efficiency and accelerates processes, while supporting data-driven management. However, this integration also necessitates advanced digital skills and presents professional challenges that require effective synergy between intelligent systems and editorial processes.

*Correspondence author:
shebatalhmd@uowasit.edu.iq

Received: 16 March 2026
Accepted: 01 April 2026
Published: 01 May 2026

DOI:

<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss2.1787>



1812-0512 /© 2026 The Author(s). Published by Wasit Journal for Humanities Sciences, Wasit University. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Cite:

Sajit, S. A.-H. J. (2026). "Artificial Intelligence in Television Production and Its Implications for the Organizational Management of Television Institutions". Wasit Journal for Human Sciences, 22(2).
<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol22.Iss2.1787>

Keywords: Artificial intelligence, television production, organizational management, media institutions, digital transformation

الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني وانعكاساته على الإدارة التنظيمية للمؤسسات التلفزيونية

م.م. شيببت الحمد جبار ساجت
جامعة واسط- كلية الآداب- قسم الإعلام

المستخلص

يشهد قطاع الإعلام المعاصر تحولات متسارعة بفعل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت محركاً للتحول الرقمي، لا سيما في الإنتاج التلفزيوني، وأسهمت الخوارزميات الذكية وأنظمة تحليل البيانات في إعادة تشكيل أساليب إنتاج المحتوى وإدارته، إذ لم يعد الذكاء الاصطناعي أداة مساندة، بل عنصراً استراتيجياً يدعم التخطيط واتخاذ القرار داخل المؤسسات الإعلامية، وعلى الرغم من تزايد الاهتمام الدولي، لا تزال الدراسات قاصرة عن معالجة انعكاساتها التنظيمية والإدارية. تهدف الدراسة إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الإنتاج التلفزيوني والكشف عن تأثيره في الهياكل التنظيمية وأنماط العمل، واعتمدت المنهج المسحي الوصفي من خلال وصف الواقع المهني والتنظيمي وتوصلت إلى أن دمج هذه التقنيات يعزز كفاءة الإنتاج ويسرعه، ويدعم إدارة قائمة على البيانات، مع الحاجة إلى مهارات رقمية متقدمة، إلى جانب تحديات مهنية تتطلب تكاملاً فعالاً بين الأنظمة الذكية والعمليات التحريرية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الإنتاج التلفزيوني، الإدارة التنظيمية، المؤسسات الإعلامية، التحول الرقمي

المقدمة

يشهد قطاع الإعلام المعاصر تحولات ملحوظة نتيجة التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت تلعب دوراً محورياً في تحسين جودة الإنتاج التلفزيوني، وتعزيز كفاءة العمليات، وفهم سلوك الجمهور بشكل أدق، إلا أنه مع أهمية هذه التقنيات ما تزال الدراسات المتعلقة بتأثير الذكاء الاصطناعي على الهياكل التنظيمية والتحويلات المهنية والإدارية محدودة، خاصة في السياق العربي، مما يبرز حاجة إلى دراسة تحليلية متعمقة لتوضيح العلاقة بين هذه المتغيرات. تتمثل أهمية هذه الدراسة في عدة اعتبارات علمية وتطبيقية، إذ تساهم على المستوى العلمي في إثراء الأدبيات البحثية المتعلقة بدراسة تأثير الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، ولا سيما في مجال الإدارة الإعلامية والتنظيم المؤسسي، وهو مجال بحثي يشهد اهتماماً متزايداً في الدراسات الإعلامية الحديثة، أما على المستوى التطبيقي، فإن نتائج هذه الدراسة يمكن أن تساهم في مساعدة المؤسسات التلفزيونية على فهم طبيعة التحويلات التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي على بيئة العمل الإعلامي، الأمر الذي قد يساعد صناع القرار في هذه المؤسسات على تطوير استراتيجيات تنظيمية وإدارية أكثر قدرة على مواكبة متطلبات التحول الرقمي في صناعة الإعلام، كما تساهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على التحديات التنظيمية والمهنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، بما يمكن أن يساعد في تطوير سياسات إعلامية أكثر توازناً في التعامل مع هذه التقنيات. تمثلت مشكلة الدراسة في أنه على الرغم من الانتشار المتزايد لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني، لا يزال غياب الوضوح بشأن العلاقة التأثيرية بين مستوى استخدام هذه التقنيات والتغيرات المهنية لدى العاملين، والتحويلات التنظيمية والإدارية يمثل تحدياً معرفياً، لذلك، تستلزم الدراسة بناء نموذج تحليلي متكامل يوضح آليات هذه العلاقة واتجاهاتها وقوتها لتوفير إطاراً

علمياً متيناً يمكن الاعتماد عليه في تطوير استراتيجيات تنظيمية وإدارية متوافقة مع التحولات الرقمية الحديثة، وتطرح الدراسة التساؤل الآتي:

ما هو تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني على الهياكل التنظيمية والتحويلات المهنية والإدارية داخل المؤسسات الإعلامية في السياق العربي؟

ومن هذه الاشكالية تتطرق التساؤلات الآتية:

1. ما مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل الإنتاج التلفزيوني داخل المؤسسات الإعلامية؟
 2. ما أثر استخدام هذه التقنيات على التغيرات المهنية لدى العاملين من حيث المهارات، الأدوار، وأنماط الأداء؟
 3. ما طبيعة العلاقة بين التغيرات المهنية والتحويلات التنظيمية والإدارية؟
 4. هل يكون تأثير الذكاء الاصطناعي مباشراً على التحويلات التنظيمية والإدارية أم عبر التغيرات المهنية كوسيط؟
 5. ما حجم وقوة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة ضمن نموذج تحليلي تكاملي؟
- وتفترض الدراسة وجود علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وكفاءة العمليات الإنتاجية داخل المؤسسات الإعلامية، حيث يسهم الاستخدام الفعال لهذه التقنيات في تحسين جودة الإنتاج وتعزيز الأداء المؤسسي وتطوير مهارات العاملين، كما تفترض أن مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي يرتبط بشكل مباشر بالتغيرات المهنية لدى العاملين من حيث المهارات والأدوار وأنماط الأداء، وأن هذه التغيرات المهنية تعمل كمتغير وسيط يربط بين إدماج الذكاء الاصطناعي والتحويلات التنظيمية والإدارية، مما يوضح آليات التأثير المباشر وغير المباشر لهذه التقنيات، وكذلك تفترض أن النموذج التحليلي المقترح قادر على تفسير حجم وقوة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة بدرجة معنوية إحصائية، بما يعكس تكامل الأبعاد التقنية والمهنية والتنظيمية ويتيح فهماً علمياً متيناً لدور الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل بيئة العمل التلفزيوني.

وقد احتوت الدراسة على عدة عناوين تصبُّ في هذا المنوال وهي:

1. الدراسات السابقة: تضمنت دراسات أجنبية ودراسات عربية.
2. المبحث الأول: الإطار النظري للعلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإدارة التنظيمية في المؤسسات الإعلامية.
3. المبحث الثاني: المنهجية والإجراءات البحثية.
4. المبحث الثالث: تحليل البيانات ومناقشتها.

الدراسات السابقة

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً من الباحثين والممارسين بتحليل تأثيرات الذكاء الاصطناعي على المؤسسات الإعلامية، لا سيما في مجال الإنتاج التلفزيوني وإدارة الهياكل التنظيمية، وقد تنوعت الدراسات السابقة بين البحوث النظرية الكبيرة، والتقارير المهنية واسعة النطاق، والتحقيقات التطبيقية الميدانية، ولتسهيل تحليل هذه الدراسات واستعراضها بشكل واضح، فقد تم تقسيمها إلى فئتين رئيسيتين:

أولاً: الدراسات الأجنبية

1. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2024 (Newman, 2024)

قدم تقرير Reuters Institute for the Study of Journalism رؤية عميقة حول تبني المؤسسات الإعلامية العالمية لتقنيات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى بيانات مقارنة بين دول ووسائل إعلامية متعددة، أظهرت النتائج أن المؤسسات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في مراحل الإنتاج والبت تتمتع بقدرات أعلى على التنافس والابتكار، وأن التحليل الخوارزمي للبيانات أصبح جزءاً أساسياً من استراتيجيات اتخاذ القرار الإعلامي، وساعدت هذه الدراسة الباحث على توضيح الدور الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العمليات واتخاذ القرار داخل المؤسسات الإعلامية.

2. Beckett & Yaseen (2023) – Generating Change

ركزت الدراسة على إعادة تشكيل بيئات العمل الصحفية والإخبارية من خلال الذكاء الاصطناعي، مع تسليط الضوء على التحديات التنظيمية في إدارة المحتوى وتوزيعه، وإعادة هيكلة الأدوار المهنية داخل المؤسسات الإعلامية، وساعدت هذه الدراسة الباحث على فهم العلاقة بين إدماج الذكاء الاصطناعي والتغيرات المهنية، وتوضيح الحاجة لإعادة هيكلة الأدوار بما يتوافق مع أدوات الذكاء الاصطناعي.

3. Pavlik (2023)

قدّم Pavlik رؤية نقدية حول تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية (Generative AI) على التدريب الإعلامي وتطوير المهارات الرقمية والتحليلية للعاملين، وهو ما يعكس تأثيرها على بيئة الإنتاج التلفزيوني، إذ استفاد الباحث من هذه الدراسة لتوضيح كيف يمكن للذكاء الاصطناعي إعادة تشكيل المهارات المهنية للعاملين داخل المؤسسات الإعلامية.

4. European Broadcasting Union (2024) – Generative AI & Public Service Media

سلّط التقرير الضوء على التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في بيئات البث العام، مع تقديم توصيات تنظيمية لإدارة الذكاء الاصطناعي بشكل متوازن، وأظهر الحاجة إلى تطوير إطار إداري قائم على البيانات لضمان التكامل بين التكنولوجيا والممارسات المهنية، واستند الباحث إلى هذه الدراسة لتحديد المعايير التنظيمية المطلوبة لإدماج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات التلفزيونية بشكل مسؤول وفعال .

5. Kenjayevev (2025) – The Importance of Artificial Intelligence in Broadcasting

أوضحت هذه الدراسة كيفية اسهام الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الإنتاج التلفزيوني، بما في ذلك التحرير والتصميم والتفاعل مع الجمهور، مع التأكيد على أهمية البنية التنظيمية المرنة لاستيعاب هذه التقنيات بسلاسة، وفرت هذه الدراسة للباحث إطاراً لفهم العلاقة بين تبني الذكاء الاصطناعي ومرونة الهياكل التنظيمية في المؤسسات الإعلامية، ومدى تأثير التكنولوجيا على الأداء اليومي.

ثانياً: الدراسات العربية

1. دراسة "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية" (اللبان وآخرون، 2025):

أظهرت الدراسة الجوانب المهنية والتنظيمية لتبني الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك التحديات المتعلقة بالمهارات والبنية التقنية

وثقافة المؤسسة في التعامل مع التكنولوجيا، وساعدت هذه الدراسة الباحث على فهم التحديات العملية، وأهمية تهيئة البنية التنظيمية والكوادر البشرية لإدماج الذكاء الاصطناعي بكفاءة عالية.

2. دراسة "إشكاليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية المصرية" و"اتجاهات القائمين بالاتصال في الإذاعات التقليدية والرقمية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي" (زقزوق وآخرون، 2024؛ الهايج، 2024): ركزت هذه الدراسات على التكيف المهني والتنظيمي، موضحة أن التحدي لا يقتصر على امتلاك التكنولوجيا، بل يشمل إدارة التغيير داخل المؤسسة، وتطوير المهارات والكفاءات الرقمية للعاملين، وأظهرت هذه الدراسات للباحث أهمية ربط التكنولوجيا بالمهارات المهنية وإدارة التغيير، وهو ما تم الاستفادة منه في صياغة فرضيات البحث حول التأثير المباشر وغير المباشر للذكاء الاصطناعي.

3. دراسات في الصحافة العراقية (نعيم، 2025؛ الشمري، 2024):

تناولت تأثير الذكاء الاصطناعي على نماذج العمل الصحفي وإعادة توزيع الأدوار المهنية والكفاءات الرقمية المطلوبة، مشيرة إلى التحديات المرتبطة بإدارة التغيير داخل المؤسسات الإعلامية العراقية، إذ ساعدت الباحث على تحديد الفجوة البحثية، وأكد الحاجة إلى تحليل منهجي يربط بين استخدام الذكاء الاصطناعي والتحولات المهنية والتنظيمية في الإنتاج التلفزيوني.

المبحث الأول: الإطار النظري للعلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإدارة التنظيمية في المؤسسات الإعلامية

شهدت المؤسسات الإعلامية المعاصرة تحولات بنيوية متسارعة نتيجة التطور المتنامي في تقنيات الذكاء الاصطناعي، إذ لم يعد دور هذه التقنيات مقتصرًا على دعم العمليات الإنتاجية، بل امتد ليشمل إعادة تشكيل الوظائف الإدارية والهياكل التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية، وبرزت الحاجة إلى بناء إطار نظري يفسر طبيعة العلاقة بين توظيف الذكاء الاصطناعي والتحولات التنظيمية والمهنية المصاحبة له، إذ يرتبط إدماج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية بمفهوم الإدارة القائمة على البيانات (Data-Driven Management)، المعتمدة على تحليل البيانات الضخمة في دعم عمليات اتخاذ القرار الإداري والتحريري، وتتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي للمؤسسات الإعلامية معالجة كميات كبيرة من البيانات المتعلقة بسلوك الجمهور، مما يساهم في تحسين كفاءة التخطيط الإعلامي وتعزيز دقة القرارات الإنتاجية (Pavlik, 2023; Newman, 2024)، هذا من جانب، ومن جانب آخر أدى استخدام الذكاء الاصطناعي إلى إعادة تشكيل الوظائف الإدارية الأساسية داخل المؤسسات الإعلامية، إذ أصبح التخطيط يعتمد على التحليل التنبؤي والتنظيم القائم على تكامل الوظائف التقنية والتحريرية، في حين تعززت عملية التوجيه من خلال مؤشرات أداء رقمية دقيقة، كما تطورت وظائف الرقابة عبر استخدام أنظمة ذكية لمتابعة الأداء وتحليل جودة المحتوى بشكل مستمر، ويعكس هذا التحول انتقال الإدارة الإعلامية من نماذج تقليدية إلى نماذج رقمية مرنة تعتمد على التكامل بين التقنية والإنسان (Diakopoulos, 2019; Beckett, 2019).

وكذلك أسهم إدماج الذكاء الاصطناعي في إحداث تحولات تنظيمية واضحة، تمثلت في الانتقال من الهياكل التنظيمية الهرمية إلى نماذج أكثر مرونة تعتمد على العمل التكاملي بين الفرق، إضافة إلى ظهور وحدات تنظيمية جديدة مثل أقسام تحليل البيانات ووحدات إدارة الأنظمة الذكية، وتشير الدراسات السابقة إلى أن هذا التحول يبين توجه المؤسسات الإعلامية نحو نماذج إنتاج قائمة على البيانات والتحليل الخوارزمي (Beckett et al., 2023; Newman, 2024).

كما انعكس استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مباشر على طبيعة الأدوار المهنية داخل المؤسسات الإعلامية، حيث أدى إلى ظهور مهارات رقمية جديدة مثل تحليل البيانات والتعامل مع الخوارزميات وإدارة المحتوى الرقمي، بينما تراجعت بعض المهام التقليدية نتيجة الأتمتة، وأدى ذلك إلى بروز نماذج مهنية جديدة، مثل الصحفي الرقمي متعدد المهارات، الذي يجمع بين الكفاءات التحليلية والتقنية (Graefe, 2016; Newman, 2024; Thurman et al., 2017)، ولا تقتصر تأثيرات الذكاء الاصطناعي على الجوانب التنظيمية والمهنية، بل تمتد لتشمل الأبعاد الأخلاقية والإدارية، إذ تثير هذه التقنيات تحديات تتعلق بالشفافية والمصادقية والتحكم في الخوارزميات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي، وفي هذا المجال تؤكد الدراسات على أهمية تطوير أطر تنظيمية وأخلاقية تضمن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية (Diakopoulos, 2019; Shexany, 2025).

بناءً على ما تقدم، يمكن القول إن العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإدارة التنظيمية هي علاقة تفاعلية مركبة، إذ يسهم إدماج التقنيات الذكية في إحداث تغييرات مهنية تمثل بدورها وسيطاً يؤثر في طبيعة التحولات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية، لذا إن نجاح توظيف الذكاء الاصطناعي لا يعتمد فقط على توفر التكنولوجيا، بل يرتبط بمدى قدرة المؤسسات على تطوير هياكلها التنظيمية وتأهيل مواردها البشرية بما يتلاءم مع متطلبات البيئة الرقمية، ومن هذا الإطار المفاهيمي ينطلق النموذج التحليلي للدراسة الحالية، ويفترض أن استخدام الذكاء الاصطناعي (كمتغير مستقل) يؤثر بصورة مباشرة في كفاءة العمليات الإنتاجية، وبصورة غير مباشرة عبر التغييرات المهنية والتقنية (كمتغير وسيط)، مما ينعكس في النهاية على إعادة تشكيل الهياكل التنظيمية وأنماط الإدارة داخل المؤسسات التلفزيونية (كمتغير تابع)، وبذلك يسعى النموذج إلى تفسير العلاقات التفاعلية بين الأبعاد التقنية والمهنية والتنظيمية ضمن إطار تحليلي تكاملي قائم على منطق الإدارة المعتمدة على البيانات والتحول الرقمي.

المبحث الثاني: المنهجية والإجراءات البحثية

أولاً: المنهج البحثي

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي من النوع الوصفي، الذي يُعد الأنسب لدراسة تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني على الهياكل التنظيمية والتحولات المهنية والإدارية داخل المؤسسات الإعلامية، يتيح المنهج المسحي جمع بيانات دقيقة وشاملة من عينات واسعة من العاملين في المؤسسات الإعلامية، ما يمكن الباحث من وصف الواقع المهني والتنظيمي وتحليل العلاقات بين المتغيرات بدقة علمية، مع التركيز على تقديم صورة شاملة عن طبيعة التغييرات المهنية والتنظيمية الناتجة عن إدماج أدوات الذكاء الاصطناعي، ويكمل هذا المنهج التحليلي من خلال دمج البيانات النوعية والكمية عبر الاستبيانات، بالإضافة إلى تحليل المحتوى الإعلامي للحصول على فهم متكامل لتأثير الذكاء الاصطناعي على الإنتاج الإعلامي والهياكل التنظيمية.

ويبرر اختيار المنهج المسحي الوصفي لعدة اعتبارات:

أولاً: القدرة على قياس مستوى استخدام التقنيات الذكية عبر مؤسسات متعددة بطريقة موثوقة وموضوعية.

ثانياً: إمكانية دراسة التغييرات المهنية والإدارية بشكل شامل من خلال بيانات كمية تدعم التحليل الإحصائي، مع الاستفادة من البيانات النوعية لتفسير هذه التغييرات بعمق.

ثالثاً: يُتيح المنهج المسحي تعميم النتائج على المجتمع المستهدف، مما يعزز القيمة العملية والتطبيقية للدراسة، ويوفر أساساً علمياً لإعادة صياغة استراتيجيات الإدارة وتنظيم العمل الإعلامي في ظل التحول الرقمي. وأكدت الدراسات الحديثة فعالية **المنهج المسحي الوصفي** في تحليل تأثير التقنيات الرقمية على بيئات العمل الإعلامية، وفهم التغيرات المهنية والتنظيمية الناتجة عن إدماج أدوات الذكاء الاصطناعي (Alshawi, 2025; Konstantinova, 2025; Ridwan et al., 2023)

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في المؤسسات التلفزيونية داخل جمهورية العراق، ولا سيما القنوات الفضائية التي تعتمد على التقنيات الرقمية وتوظف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات الإنتاج والإدارة الإعلامية، ويشمل هذا المجتمع فئات مهنية متعددة تتمثل في: المخرجين والمحريين والمنتجين ومديري الإنتاج وخبراء التقنيات الرقمية، إضافة إلى القيادات الإدارية في الأقسام الإنتاجية والتنظيمية، وقد تم تقدير حجم مجتمع الدراسة استناداً إلى عدد القنوات التلفزيونية العاملة ومتوسط عدد العاملين فيها، إذ يُقدّر مجتمع الدراسة بنحو (300) مفردة تقريباً في ظل غياب إحصاءات رسمية دقيقة منشورة، ويُعد هذا مقبولاً في الدراسات المسحية ضمن البيانات الإعلامية.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها باستخدام أسلوب العينة القصدية المتدرجة، حيث بلغ حجمها (120) مفردة من العاملين في عدد من القنوات التلفزيونية العراقية، مع مراعاة التنوع في الخبرة والموقع الوظيفي، بما يضمن تمثيل مختلف المستويات المهنية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد تم تبرير حجم العينة استناداً إلى معايير الدراسات المسحية، إذ تمثل هذه العينة نسبة تقارب (40%) من مجتمع الدراسة، وهي نسبة كافية لتحقيق مستوى الثقة الإحصائية بشكل مقبول، ولنتمكن من تعميم النتائج بدرجة معقولة، خاصة في الدراسات التي تهدف إلى تحليل العلاقات بين المتغيرات باستخدام الأساليب الإحصائية، ويوضح الجدول أدناه الفئة الوظيفية وعدد المشاركين ونسبتهم المئوية من حجم العينة الكلي.

جدول (1)

الفئة الوظيفية	عدد المشاركين	نسبة مئوية من العينة
المخرجون	20	16.7%
المحررون	25	20.8%
المنتجون	15	12.5%
مدراء الإنتاج	15	12.5%
خبراء التقنيات الرقمية	20	16.7%
القيادات الإدارية	25	20.8%
المجموع	120	100%

وقد تم اختيار أفراد العينة بناء على خبرتهم العملية المباشرة في استخدام التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي في مراحل الإنتاج الإعلامي، بما يضمن الحصول على بيانات دقيقة وموثوقة تعكس الواقع المهني والتنظيمي داخل المؤسسات التلفزيونية العراقية.

ثالثاً: مجالات الدراسة

تحدد الدراسة في عدة مجالات:

- المجال المكاني: المؤسسات التلفزيونية في جمهورية العراق.
- المجال البشري: العاملون في الأقسام الإنتاجية والإدارية (مخرجون، محررون، منتجون، إداريون، خبراء تقنيات).
- المجال الزمني: الفترة التي تم فيها جمع البيانات (يناير-فبراير من سنة 2026م).
- المجال الموضوعي: دراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني وانعكاساته على الإدارة التنظيمية.

رابعاً: أدوات جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان بوصفه الأداة الرئيسة لجمع البيانات، نظراً لملائمته لطبيعة المنهج المسحي، وقدرته على جمع بيانات كمية دقيقة من عينة الدراسة، بما يتيح تحليل العلاقات بين متغيرات البحث بصورة علمية. وقد تم تصميم الاستبيان بما ينسجم مع أهداف الدراسة ومتغيراتها، إذ تكوّن من (30) بنداً موزعة على أربعة محاور رئيسة، كما هو موضح في الجدول الآتي:

(2) جدول

محاور الاستبيان وتوزيع البنود

المحور	عدد البنود	الهدف
استخدام الذكاء الاصطناعي	8	قياس درجة إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مراحل الإنتاج التلفزيوني
كفاءة الإنتاج	7	تقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على كفاءة وسرعة العمليات الإنتاجية
التغيرات المهنية	8	قياس أثر الذكاء الاصطناعي على التغيرات المهنية والمهارات لدى العاملين
التحديات التنظيمية	7	تحديد التحديات والاحتياجات التنظيمية المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي
المجموع	30	—

وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات أفراد العينة، حيث تتدرج الإجابات من (1 = ضعيف جدا) إلى (5 = مرتفع جدا)، بما يسمح بإجراء التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات بدقة. وللتأكد من جودة الأداة، تم اختبار ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) حيث بلغت قيمته (0.91)، وهي قيمة مرتفعة تدل على مستوى عالٍ من الاتساق الداخلي وموثوقية الأداة. كما تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام والإدارة، للتأكد من مدى ملاءمة الفقرات لقياس متغيرات الدراسة وإجراء التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظاتهم، بما يعزز من دقة القياس وسلامة النتائج.

خامساً: نموذج التحليل في الدراسة

يعتمد البحث على نموذج تحليلي يوضح العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني والتحويلات المهنية والتنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية، ويهدف النموذج إلى تحديد أثر إدماج الذكاء الاصطناعي (المتغير المستقل) على التغيرات المهنية والتقنية (المتغير الوسيط)، وما يترتب على ذلك من تحولات في الهياكل الإدارية وأنماط الإدارة (المتغير التابع)، ويوضح الجدول أدناه هذه المتغيرات بالتفصيل.

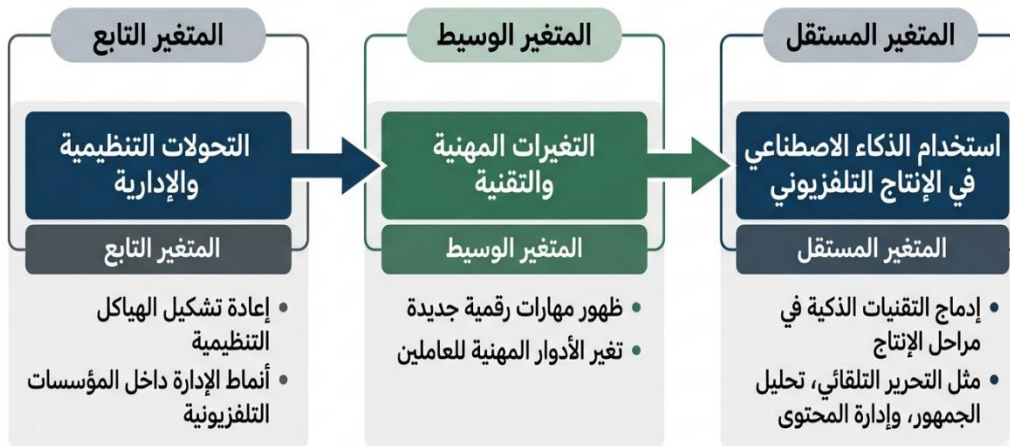
جدول (3)

المتغير	النوع	الوصف
استخدام الذكاء الاصطناعي	مستقل	درجة إدماج التقنيات في الإنتاج التلفزيوني
التغيرات المهنية والتقنية	وسيط	ظهور مهارات جديدة وتغير الأدوار المهنية
التحويلات التنظيمية	تابع	إعادة تشكيل الهياكل وأنماط الإدارة

الشكل (1)

النموذج التحليلي يوضح العلاقة بين إدماج الذكاء الاصطناعي والتحويلات المهنية والتنظيمية في الإنتاج التلفزيوني

نموذج تحليلي للعلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي والتحويلات المؤسسية في الإعلام التلفزيوني



يوضح الشكل (1) العلاقة بين إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحويلات المهنية والتنظيمية في الإنتاج التلفزيوني، حيث يمثل المتغير المستقل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي، والمتغير الوسيط التغيرات المهنية والتقنية، والمتغير التابع التحويلات التنظيمية والإدارية، يتيح هذا النموذج تحليل العلاقة بين المتغيرات كمياً من خلال الانحدار والارتباط، وربطها نظرياً بسياق الدراسة.

سادساً: أساليب تحليل البيانات

- التحليل الإحصائي الوصفي: لعرض خصائص العينة وتوزيع البيانات الديموغرافية والمهنية.
 - تحليل العلاقات الإحصائية (Correlation & Regression Analysis): لدراسة العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي والتحويلات التنظيمية والإدارية واختبار قوة التأثير.
 - التحليل النوعي لإجابات الأسئلة المفتوحة في الاستبانة: لاستخلاص الاتجاهات العامة وأنماط الإدراك لدى المشاركين باستخدام برنامج NVivo.
 - تحليل الاستبيانات: باستخدام برنامج SPSS لاختبار الفرضيات وتقدير العلاقات بين المتغيرات.
- المبحث الثالث: تحليل البيانات ومناقشتها
- أولاً: تحليل البيانات الكمية
- خصائص العينة

تم تحليل 115 استبياناً صالحاً من أصل 120، موزعة حسب الفئة المهنية كما يلي:

جدول (4)

النسبة المئوية	عدد المشاركين	الفئة الوظيفية
17.4%	20	المخرجون
20.9%	24	المحررون
13.0%	15	المنتجون
12.2%	14	مدراء الإنتاج
17.4%	20	خبراء التقنيات الرقمية
19.1%	22	القيادات الإدارية
100%	115	المجموع

• استخدام الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني

أظهرت نتائج الاستبيانات أن (82%) من المشاركين أكدوا أن إدماج الذكاء الاصطناعي أصبح جزءاً أساسياً من العمليات الإنتاجية، فيما أشار (74%) منهم إلى أن AI أسهم في تسريع تحرير الأخبار وإدارة المحتوى الرقمي.

• تحليل كفاءة الإنتاج الإعلامي

أظهرت نتائج تحليل الارتباط وجود علاقة إيجابية قوية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وكفاءة العمليات الإنتاجية:

$$r = 0.68, p < 0.01$$

تشير إلى علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية، حيث أن زيادة استخدام الذكاء الاصطناعي يرتبط مباشرة بتحسين سرعة وكفاءة الإنتاج.

تحليل الانحدار الخطي البسيط

معامل الانحدار	β	R^2	قيمة F	الدلالة (p)
استخدام الذكاء الاصطناعي	0.68	0.46	97.2	<0.01

$R^2 = 0.46$: يفسر 46% من التغير في كفاءة الإنتاج كنتيجة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ويعتبر هذا تأثير قوي نسبياً.

$\beta = 0.68, p < 0.01$: تأثير مباشر وإيجابي إذ أن كل زيادة وحدة واحدة في استخدام الذكاء الاصطناعي تؤدي إلى زيادة 0.68 وحدة في كفاءة الإنتاج، ما يعكس تأثيراً عملياً ملموساً في تقليل زمن التحرير وزيادة جودة المحتوى.

$F = 97.2$: يشير إلى ملاءمة النموذج ككل لتفسير العلاقة بين المتغيرات.

وتُفسر النتائج تفسيراً نظرياً وفق الإدارة القائمة على البيانات (Data-Driven Management)، حيث يسهم الذكاء الاصطناعي في:

- تحسين دقة اتخاذ القرار التحريري.
- تسريع العمليات الإنتاجية.
- دمج الفرق التقنية والتحريرية لتطوير استراتيجيات إنتاجية قائمة على البيانات.

• كفاءة الإنتاج الإعلامي

أظهرت التحليلات الإحصائية (Correlation & Regression Analysis) وجود علاقة إيجابية قوية ($r = 0.68, p < 0.01$) بين درجة استخدام الذكاء الاصطناعي وسرعة العمليات الإنتاجية، إذ أكد 76% من المشاركين أن استخدام AI قلل زمن الإنتاج بنسبة تتراوح بين 25-40%، وأشار 69% إلى أن جودة المحتوى تحسنت بشكل ملحوظ بفضل التحليل الخوارزمي للبيانات، ويبين الجدول 5 مدى تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في مراحل الإنتاج.

جدول (5)

مقارنة زمن الإنتاج قبل وبعد إدماج الذكاء الاصطناعي في مراحل التحرير وإنتاج الرسومات

المرحلة الإنتاجية	الزمن قبل إدماج الذكاء الاصطناعي (ساعة/اليوم)	الزمن بعد إدماج الذكاء الاصطناعي (ساعة/اليوم)	نسبة التوفير (%)

40%	6	10	التحرير
37.5%	5	8	إنتاج الرسومات الرقمية
33.3%	4	6	توزيع المحتوى الرقمي
40%	3	5	تحليل بيانات الجمهور

ثانياً: التحليل النوعي - التحولات المهنية والتنظيمية

• التحولات المهنية

كشفت نتائج الاستبانة ولا سيما تحليل الإجابات النوعية لعينة مكونة من (30) مختصاً أن إدخال الذكاء الاصطناعي أدى إلى:

- ظهور مهارات رقمية جديدة مثل تحليل البيانات، تحرير المحتوى الرقمي، إدارة الرسومات الرقمية.
- الحاجة لفهم كيفية عمل الخوارزميات قبل الاعتماد على نتائجها.
- إن الذكاء الاصطناعي يعمل كمساعد وليس كبديل للمهام اليومية.

• التحولات التنظيمية

أدت هذه التغيرات إلى:

- إنشاء وحدات تنظيمية جديدة مثل أقسام تحليل البيانات وحدات الذكاء الاصطناعي وفرق تطوير المحتوى الرقمي.
- اعتماد نماذج إدارية مرنة حيث تتعاون الفرق التحريرية مع فرق التحليل لتطوير استراتيجيات إنتاجية قائمة على البيانات.

ثالثاً: التحديات المهنية والتنظيمية

يوضح الجدول أدناه نوع التحدي ونسبة المشاركين الذين أشاروا إليه

جدول (6)

التحدي	نسبة المشاركين الذين أشاروا إليه
نقص المهارات الرقمية	63%
المخاوف المتعلقة بالوظائف المستقبلية	55%
القلق بشأن الشفافية والمصادقية في التحرير الآلي	48%
الحاجة لسياسات واضحة لاستخدام الخوارزميات	52%

وتشير نتائج الجدول إلى أن نقص المهارات الرقمية يمثل التحدي الأبرز بنسبة (63%)، مما يعكس فجوة واضحة في جاهزية الكوادر للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، كما تظهر المخاوف المرتبطة بالمستقبل الوظيفي بنسبة (55%)، وهو ما يدل

على إدراك متزايد لتحولات سوق العمل الإعلامي، في المقابل تعكس نسب القلق المرتبطة بالشفافية والحاجة إلى سياسات تنظيمية (48% و52%) أهمية الأبعاد الأخلاقية والمؤسسية في توظيف الخوارزميات داخل بيئات العمل الإعلامي.

رابعاً: متطلبات المهارات الرقمية في المؤسسات الإعلامية

أظهرت نتائج التحليل أن التحول نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية يتطلب تطوير مجموعة من المهارات الرقمية الجديدة لدى العاملين في المجال الإعلامي.

ومن أبرز هذه المهارات:

- مهارات تحليل البيانات الإعلامية: تتمثل في القدرة على جمع البيانات الضخمة المرتبطة بسلوك الجمهور وتحليلها وتفسيرها بهدف دعم عملية اتخاذ القرار الإعلامي، وتوجيه السياسات التحريرية بما يتوافق مع اهتمامات الجمهور واحتياجاته.
 - مهارات التعامل مع أنظمة الذكاء الاصطناعي: تشمل الإلمام بالأدوات والخوارزميات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي، مثل أنظمة توليد النصوص والصور وتحليل البيانات الإعلامية، إضافة إلى القدرة على توظيف هذه التقنيات في تحسين كفاءة العمليات الإنتاجية.
 - مهارات إدارة المحتوى الرقمي: وتتمثل في القدرة على تنظيم المحتوى الإعلامي وإدارته وتوزيعه عبر المنصات الرقمية المختلفة، بما يضمن وصوله إلى الجمهور المستهدف بكفاءة وفاعلية.
 - مهارات التفكير التحليلي واتخاذ القرار المبني على البيانات: وهي مهارات تتيح للعاملين في المؤسسات الإعلامية الاستفادة من نتائج التحليلات الرقمية في تطوير الاستراتيجيات التحريرية وتحسين جودة الإنتاج الإعلامي.
- وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن مستقبل العمل الإعلامي سيتطلب دمج المهارات الصحفية التقليدية مع المهارات الرقمية والتكنولوجية، وهو ما أدى إلى ظهور مفهوم الصحفي الرقمي متعدد المهارات (Newman, 2024; Carlson, 2014).
- كما تشير بعض الدراسات إلى أن المؤسسات الإعلامية التي تستثمر في تطوير المهارات الرقمية للعاملين لديها تكون أكثر قدرة على الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الإنتاج الإعلامي وتعزيز قدرتها التنافسية في البيئة الإعلامية الرقمية (Graefe, 2016; Safira, 2024)، وأن التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية لم يعد يقتصر على إدخال أدوات تقنية جديدة، بل أصبح يتطلب تطوير منظومة متكاملة من المهارات الرقمية لدى العاملين في قطاع الإعلام، إذ تشير النتائج إلى أن نجاح المؤسسات التلفزيونية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي يعتمد بدرجة كبيرة على امتلاك الكوادر الإعلامية لمجموعة من المهارات التقنية والتحليلية التي تمكنهم من التفاعل الفعال مع الأنظمة الذكية وإدارة العمليات الإنتاجية القائمة على البيانات.
- وتؤكد الدراسات الحديثة أن الصحفي الرقمي متعدد المهارات (Digital Hybrid Journalist) أصبح عنصراً أساسياً في بيئة العمل الإعلامي المعاصر، حيث يتطلب العمل الإعلامي الحديث الجمع بين المهارات التحريرية التقليدية والمهارات الرقمية المتقدمة (Newman, 2024)، كما تشير الدراسات إلى أن المؤسسات الإعلامية التي تستثمر في تطوير المهارات الرقمية للعاملين لديها تكون أكثر قدرة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الإنتاج الإعلامي وتعزيز قدرتها التنافسية في بيئة الإعلام الرقمي (Graefe, 2016).

الخاتمة

أولاً: النتائج

أظهرت تحليلات البيانات أن إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني أدى إلى زيادة كفاءة الإنتاج الإعلامي وتحسين جودة المحتوى، حيث أشار (76%) من المشاركين إلى تقليل زمن الإنتاج بنسبة تتراوح بين (33-40%)، في حين أكد (69%) تحسن جودة المحتوى، وهو ما يعكس التأثير المباشر للتقنيات الذكية في تسريع العمليات الإنتاجية وتحسين دقتها. كشفت نتائج التحليل النوعي لإجابات الأسئلة المفتوحة في الاستبانة عن تحولات مهنية واضحة، تمثلت في اكتساب العاملين مهارات رقمية جديدة مثل تحليل البيانات وإدارة المحتوى الرقمي وإنتاج الرسوميات، مع تأكيد المشاركين على أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم بوصفه أداة مساندة في العمل الإعلامي وليس بديلاً كاملاً عن العنصر البشري. كما أظهرت البيانات أن إدماج الذكاء الاصطناعي أسهم في إحداث تحولات تنظيمية داخل المؤسسات التلفزيونية، تمثلت في استحداث وحدات تنظيمية جديدة مثل أقسام تحليل البيانات ووحدات إدارة الأنظمة الذكية، إلى جانب تبني نماذج إدارية مرنة قائمة على التنسيق بين الفرق التحريرية والتقنية. وفي المقابل، رصدت الدراسة مجموعة من التحديات المهنية والتنظيمية، تمثلت في نقص المهارات الرقمية (63%)، والمخاوف المتعلقة بالوظائف المستقبلية (55%)، والحاجة إلى سياسات واضحة لاستخدام الخوارزميات (52%)، إضافة إلى القلق بشأن الشفافية والمصادقية في التحرير الآلي (48%).

ثانياً: الاستنتاجات

- أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً تكاملياً في الإنتاج الإعلامي، حيث يدعم سرعة وكفاءة العمليات دون أن يلغي الدور الأساسي للعنصر البشري، وهو ما يتضح من النتائج الكمية التي أظهرت تحسن الكفاءة، إلى جانب ما أكدته نتائج التحليل النوعي لإجابات المشاركين في الاستبانة من استمرار الاعتماد على العنصر البشري في اتخاذ القرار التحريري، وهو ما يضيف بُعداً تطبيقياً لما طرحته دراسات (Thurman et al (2017) و Newman (2024).
- العلاقة بين الإنسان والآلة في بيئة الإنتاج الإعلامي تتخذ طابعاً تكاملياً وليس تعويضياً، وهو ما تدعمه نتائج الاستبانة التي أظهرت اعتماد العاملين على الذكاء الاصطناعي كأداة مساندة في جميع مراحل الإنتاج، مع بقاء الدور الحاسم للإنسان في التقييم واتخاذ القرار، فضلاً عن ارتباط ذلك بارتفاع كفاءة الإنتاج كما بينت نتائج التحليل الكمي، هذا هو التفسير النقدي الذي جاءت به هذه الدراسة وهو ما يتجاوز الطرح الوصفي في الدراسات السابقة.
- التحولات التنظيمية الناتجة عن إدماج الذكاء الاصطناعي لا تقتصر على إنشاء وحدات جديدة، بل تمتد إلى إعادة تشكيل نماذج الإدارة داخل المؤسسات الإعلامية، من خلال تعزيز التنسيق بين الفرق التقنية والتحريرية، وهو ما يظهر بوضوح في نتائج الدراسة، ويضيف بُعداً تحليلياً لما تناولته دراسات (Beckett (2019) و Diakopoulos (2019) التي ركزت على التحول الرقمي دون تفصيل آلياته التنظيمية.

- تعكس تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي أن نجاح توظيفه مرتبط بمدى جاهزية البيئة التنظيمية والبشرية، حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن نقص المهارات الرقمية والحاجة إلى سياسات تنظيمية واضحة يمثلان عائقاً حقيقياً، وهو ما يدعم نتائج Newman (2024) و Graefe (2016)، مع إضافة تفسير نقدي يؤكد أن التكامل بين الإنسان والتقنية هو العامل الحاسم في تحقيق الكفاءة والاستدامة .

ثالثاً: التوصيات العملية

- تطوير استراتيجيات دمج الذكاء الاصطناعي من خلال وضع سياسات واضحة وخطط طويلة المدى تضمن التكامل بين العمليات التحريرية والتقنية، استناداً إلى النتائج التي أظهرت تأثيره المباشر في تحسين الكفاءة والجودة.
- تطوير الهياكل التنظيمية عبر إنشاء وحدات متخصصة في تحليل البيانات وإدارة الأنظمة الذكية، بما يتوافق مع التحولات التنظيمية التي كشفت عنها هذه الدراسة.
- الاستثمار في تدريب الكوادر الإعلامية من خلال برامج تدريبية متخصصة في المهارات الرقمية وتحليل البيانات، لمعالجة مشكلة نقص المهارات التي أظهرتها النتائج.
- تعزيز التعاون بين الفرق التحريرية والتقنية بما يساهم في دمج الخبرات الصحفية مع القدرات التقنية، وتحقيق تكامل فعال في بيئة العمل الإعلامي.
- تعزيز الأطر الأخلاقية والتنظيمية لاستخدام الذكاء الاصطناعي، من خلال وضع سياسات واضحة تضمن الشفافية والمصادقية في إنتاج المحتوى الإعلامي.

رابعاً: الإسهام العلمي للدراسة

- تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية من خلال تقديم إطار تحليلي نقدي يوضح العلاقة بين إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحولات المهنية والتنظيمية في المؤسسات التلفزيونية، وهو ما يمثل إضافة نوعية تتجاوز الطرح الوصفي في الدراسات السابقة.
- وتتمثل أبرز إسهاماتها في:
- **الإسهام النظري:** تقديم نموذج تحليلي يربط بين التحول الرقمي واستخدام الذكاء الاصطناعي وتطور المهارات المهنية والهياكل التنظيمية، مع إبراز طبيعة العلاقة التكاملية بين الإنسان والآلة .
- **الإسهام التطبيقي:** توفير مؤشرات عملية تساعد المؤسسات الإعلامية على تطوير استراتيجيات فعّالة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي وتحسين الكفاءة والجودة.
- **الإسهام في السياق العربي:** تقديم تحليل علمي قائم على بيانات ميدانية من البيئة الإعلامية العربية، بما يساهم في سد فجوة بحثية واضحة في هذا المجال.

رابعاً: آفاق البحث المستقبلي

يمكن أن تمثل هذه الدراسة منطلقاً لعدد من الدراسات المستقبلية التي تتناول موضوع الذكاء الاصطناعي في الإعلام من زوايا مختلفة، ومن أبرز هذه المجالات البحثية:

- دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الوظائف الإعلامية والتحويلات المهنية في قطاع الإعلام.
- تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإعلامي الرقمي الموجه للمنصات الرقمية.
- دراسة التحديات الأخلاقية المرتبطة باستخدام الخوارزميات في إنتاج المحتوى الإعلامي.
- تحليل العلاقة بين التحول الرقمي ونماذج الإدارة الإعلامية الحديثة في المؤسسات الإعلامية.

المصادر:

أولاً: المصادر العربية

إبراهيم، أ. ك. ع. ح.، زقزوق، ع. إ.، ومنصور، ش. م. م. (2024). إشكاليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية المصرية. *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية*.

https://journals.ekb.eg/article_421277_0.html

الشمري، م. ح. ع. (2024). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين. *مجلة واسط للعلوم الإنسانية، المجلد 20، العدد 4، ص. 88-110*.

<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol20.Iss4.732>

الهايج، ن. م. ح. إ. (2024). اتجاهات القائمين بالاتصال في الإذاعات التقليدية والرقمية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإذاعة. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*.

https://ejst.journals.ekb.eg/article_377224.html

محمود، د. ط.، اللبان، ش. د.، والشهاوي، س. ع. (2025). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية: دراسة لإشكاليات وآليات التطبيق. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*.

https://journals.ekb.eg/article_433545.html

نعيم، م. ح. (2025). دور "الذكاء الاصطناعي" في "صياغة الأخبار العراقية": الصحافة الروبوتية بين الوكالات المحلية والتحول الرقمي. *مجلة واسط للعلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 3، ص. 112-135*.

<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss3.1087>

ثانياً: المراجع الأجنبية

Alshawi, A. S. M. (2025). The impact of artificial intelligence in digital media on the reality of content production and journalists' perceptions of their roles. *International Journal of Emerging Studies*, 11(7).

<https://theaspd.com/index.php/ijes/article/view/9050>

Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. Polis, London School of Economics and Political Science. <https://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/129641>

Beckett, C., & Yaseen, M. (2023). *Generating change: A global survey of what news organisations are doing with AI*. Polis, The London School of Economics and Political Science. https://eprints.lse.ac.uk/129643/1/Generating_Change_The_Journalism_AI_report_English.pdf

Carlson, M. (2014). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674239302>

European Broadcasting Union. (2024). *Generative AI & public service media*. European Broadcasting Union. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reports/open/2024.06.11_Gen-AI-and-PSM_EN.pdf

Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php

Kenjayev Sanjar Kakhramon ugli. (2025). The importance of artificial intelligence in broadcasting. *Modern Education and Development*, 26(6), 326–330. <https://scientific-jl.com/mod/article/view/16305>

Konstantinova, M. (2025). Impact of artificial intelligence (AI) on television media production. *Postmodernism Problems*, 15(1). <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/447>

Newman, N. (2024). *Journalism, media and technology trends and predictions 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. <https://doi.org/10.60625/risj-0s9w-z770>

Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>

Ridwan, D., & Heikal, J. (2023). Application of artificial intelligence (AI) in television industry management strategy using grounded theory analysis. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 4(9). <https://japendi.publikasiindonesia.id/index.php/japendi/article/view/2196>

Safira, S. (2024). Revolutionizing television media: The role of artificial intelligence in modern broadcasting. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 13(2).
<https://www.ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/4303>

Shexany, G. (2025). Artificial intelligence applications in media content production: Emerging risks or technological revolutions? *International Journal of Scientific Research and Modern Technology*, 4(6).
<https://www.ijrmt.com/index.php/ijrmt/article/view/578>

Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing: Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240–1259.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>

الملحق : استبيان الدراسة

مقدمة الاستبيان

السيد/السيدة العاملة(ة) في المؤسسات التلفزيونية،
تحية طيبة وبعد...

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات علمية لأغراض بحثية تتعلق بـ توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على الهياكل التنظيمية والتحويلات المهنية والإدارية داخل المؤسسات الإعلامية.

نأمل منكم التكرم بالإجابة عن جميع الفقرات بدقة وموضوعية، مع العلم أن جميع المعلومات التي سيتم جمعها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وستُعامل بسرية تامة.

يرجى اختيار الإجابة التي تعبر عن رأيكم بدقة.

تتمتع بـ

يرجى تقييم كل عبارة على مقياس ليكرت من 1 إلى 5 باستخدام الكلمات التالية:

• 1 = لا أوافق مطلقاً

• 2 = لا أوافق

• 3 = محايد

• 4 = أوافق

• 5 = أوافق تماماً

أولاً: البيانات الديموغرافية

1. الجنس: ذكر أنثى

2. العمر: أقل من 25 25-34 35-44 45 فأكثر

3. سنوات الخبرة في العمل التلفزيوني: أقل من 5 5-10 11-15 أكثر من 15

4. المؤهل العلمي: بكالوريوس ماجستير دكتوراه آخر
5. نوع المؤسسة: قناة خاصة قناة حكومية مؤسسة إنتاج مستقلة أخرى

ثانياً: الوعي والمعرفة بالذكاء الاصطناعي

رقم	العبرة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً
1	لدي معرفة واضحة بأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الإنتاج التلفزيوني	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	أستطيع التعرف على التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في مجالات الإنتاج والمونتاج والتحليل الإعلامي	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	أتابع باستمرار أحدث التطورات في تقنيات الذكاء الاصطناعي ذات الصلة بالمجال التلفزيوني	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ثالثاً: الاتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي

رقم	العبرة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً
4	أؤمن أن استخدام الذكاء الاصطناعي يحسن جودة الإنتاج التلفزيوني	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	أعتقد أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين سرعة وكفاءة اتخاذ القرار	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	أرى أن دمج الذكاء الاصطناعي يقلل من الأخطاء البشرية ويزيد دقة النتائج الإنتاجية	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	أشعر بالثقة تجاه نتائج الأدوات الذكية عند استخدامها في عمليات التخطيط والتنفيذ التلفزيوني	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

رابعاً: الكفاءة التقنية والمهارات المهنية

رقم	العبارة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً
8	أستطيع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل محتوى الفيديو التلفزيوني بفعالية	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	أتمكن من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الصوت والصورة والمونتاج	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	أمتلك المهارات اللازمة للتكيف مع التغيرات المهنية الناتجة عن تطبيق الذكاء الاصطناعي	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	أستطيع تعلم أدوات جديدة للذكاء الاصطناعي بسرعة عند الحاجة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

خامساً: التحولات المهنية والتنظيمية

رقم	العبارة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً
12	أدى استخدام الذكاء الاصطناعي إلى إعادة توزيع الأدوار والمسؤوليات بين العاملين	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	ساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير الهياكل التنظيمية وأساليب إدارة الفرق	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	أتاح استخدام الذكاء الاصطناعي فرصاً لتوسيع نطاق اتخاذ القرار داخل المؤسسة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	أثر الذكاء الاصطناعي على طرق التخطيط والتنفيذ والإنتاج داخل المؤسسة بشكل إيجابي	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	ساهم الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل بين الأقسام المختلفة وتحسين التنسيق بين الفرق	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

سادساً: التحديات والمعوقات

رقم	العبرة	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماماً
17	أواجه صعوبة في استخدام بعض أدوات الذكاء الاصطناعي بسبب نقص التدريب أو الخبرة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	هناك مقاومة مهنية داخل المؤسسة تجاه دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	القيود المالية أو التقنية تحد من إمكانية تطبيق الذكاء الاصطناعي بكفاءة	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	توجد قضايا تنظيمية أو إدارية تعيق الاستفادة المثلى من الذكاء الاصطناعي	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

سابعاً: سؤال

- يرجى توضيح أي اقتراحات أو ملاحظات لديكم حول تحسين دمج الذكاء الاصطناعي في الإنتاج التلفزيوني وتطوير الهياكل المهنية والتنظيمية:
