

## An Analytic Study of the Effectiveness of Employing Artificial Intelligence in Jordanian News Channels: "Al-Mamlaka" as a Model

Mikhled Khalaf Alnawafah<sup>1</sup> , Obaidah Ali Alrababah\* , Mohammad Fawwaz Eneizat<sup>3</sup> 

<sup>1</sup> Department of Digital Promotional Media, Faculty of Mass Communication, University of Petra

<sup>2</sup> Department of Journalism and Digital Media, Faculty of Mass Communication, University of Petra

<sup>3</sup> Department of Journalism and Digital Media, Faculty of Mass Communication, Zarqa University

Received: 17/2/2024

Revised: 25/3/2024

Accepted: 8/4/2024

Published online: 20/2/2025

\* Corresponding author:

[oubaidahrbabah@gmail.com](mailto:oubaidahrbabah@gmail.com)

Citation: Alnawafah, M. K., Alrababah, O. A., & Eneizat, M. F. . (2025). An Analytic Study of the Effectiveness of Employing Artificial Intelligence in Jordanian News Channels: "Al-Mamlaka" as a Model. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 52(3), 6940.

<https://doi.org/10.35516/hum.v52i3.6940>

[940](https://doi.org/10.35516/hum.v52i3.6940)



© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

### Abstract

**Objectives:** This study aims to investigate the effectiveness of employing artificial intelligence technologies in Jordanian news channels, revealing the important role of these technologies in restructuring news channels and improving their performance. The study uses Al-Mamlaka news channel as a model which employs artificial intelligence to enhance its content.

**Methodology:** Data was collected by analyzing the content of Al-Mamlaka in the period between 1 to 31 December, 2023.

**Results:** The results of the study reveal that Al-Mamlaka's studio announcements that cover political topics rank first in employing artificial intelligence applications. Moreover, the study shows that artificial intelligence technologies are frequently used in montage and content design.

**Conclusion:** The study recommends spreading the culture of artificial intelligence in Jordanian news channels, as it could be variously used for producing and presenting news. Moreover, it calls for training the employees who work for Jordanian news channels in order to develop their skills in using artificial intelligence technologies.

**Keywords:** Artificial intelligence, news channels, Al-Mamlaka news channel.

### توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية قناة المملكة الأردنية نموذجاً "دراسة تحليلية"

مخلد خلف النوافحة<sup>1</sup>، عبيدة علي الرابعة\*<sup>2</sup>، محمد فواز عنييزات<sup>3</sup>

<sup>1</sup> قسم الإعلام الترويجي، كلية الإعلام، جامعة البترا.

<sup>2</sup> قسم الإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة البترا.

<sup>3</sup> قسم الإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء

### ملخص

**الأهداف:** هدفت الدراسة التعرف إلى واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية، قناة المملكة" أنموذجاً في تطوير عملها، والكشف عن التأثيرات التي أوجدتها تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يمكن أن تساهم في إحداث تغييرات كبيرة في إعادة هيكلة القنوات الإخبارية الأردنية وفي تحسين جودتها. المنهجية: جُمعت البيانات من خلال تحليل مضمون قناة المملكة الأردنية في الفترة ما بين 1 إلى 31 ديسمبر 2023م. النتائج: أوضحت نتائج الدراسة، تصدر "خبر" الأنماط المستخدمة في الموضوعات التي اعتمدت عليها البرامج الإخبارية في قناة المملكة الأردنية، ثم تلتها تصدر "سياسية" الموضوعات الإخبارية في قناة المملكة الأردنية توظيفاً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما تصدرت فئة "مونتاج وتصميم المحتوى الإعلامي" مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قناة المملكة الأردنية.

**الخلاصة:** خلصت الدراسة، إلى ضرورة نشر ثقافة الذكاء الاصطناعي والوعي بتقنياتها وأدواتها، وكيفية التعامل معها، واستخداماتها المختلفة في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري، لدى العاملين في القنوات الإخبارية الأردنية، وضرورة أن تكتف القنوات الإخبارية الأردنية، اهتمامها بتدريب العاملين بها وتنمية مهاراتهم. نحو الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتلبية احتياجاتها فيما يتعلق بهذه التقنيات، والاستفادة منها على نحو جيد. الكلمات الدالة: الذكاء الاصطناعي، القنوات الإخبارية، قناة المملكة.

## مقدمة

هناك العديد من التأثيرات التي قامت بها التقنية الرقمية في حياتنا اليومية، وهذا بعد التطور التكنولوجي الذي وصلنا إليه حيث قامت التقنية الرقمية على المساعدة في الإنتاج بكفاءة وسرعة أكبر في الصناعات المختلفة، فالتقنية الرقمية في تطور كبير وبالأخص في هذا الوقت الذي نعيش فيه من خلال دعمها بالذكاء الاصطناعي الذي يدخل في جميع المجالات بشكل مميز: لتوفير أكبر قدر ممكن من الراحة، وأعلى جودة ممكنة من الخدمة. لم تكن تقنيات الذكاء الاصطناعي بعيدة عن تطوير مجال العمل الإعلامي، حيث أحدثت تحولات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة الرأي العام، ووفرت أدوات أكثر ذكاءً وتقدمًا وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، ويشمل هذا التطور وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية.

لم تكن القنوات الإخبارية بعيدة عن ذلك التطور، فقد اتجهت بعض القنوات في الآونة الأخيرة إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي فيها لتحسن جودة الأعمال المقدمة من خلالها في الإنتاج والإخراج وتقديم المحتوى والحلول على البيانات والمعلومات والأخبار، وسهلت من تتبع الأخبار في المواقع العالمية والعربية ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والموضوعات التي تحظى بأكثر قدر من الاهتمام والتعليقات والإعجابات وتقييم تأثيرها على الرأي العام.

وعليه جاء البحث الحالي بغرض الوقوف على واقع توظيف القنوات الإخبارية الأردنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وذلك بالتطبيق على قناة المملكة الأردنية، وذلك من خلال رصد مدى اعتماد القناة على التقنيات وأبرز التقنيات المستخدمة فيها والإسهامات التي حققتها.

## أولاً: مشكلة الدراسة

في ضوء التطورات التي أفرزتها الثورة الرقمية التي أنتجت الذكاء الاصطناعي الذي يعد أهم هذه التطورات، والذي يسعى إلى استخدام الأجهزة والآلات بنفس التفكير الذي يقوم به الإنسان، وما أحدثته من تغيرات جذرية في العديد من المجالات بما فيها وسائل الإعلام، باتت هذه الوسائل مجبرة على مواكبة التطورات الاتصالية، وتوظيفها في القنوات الإخبارية في عمليات الإنتاج البرامي لبلورة مفاهيم وقيم إعلامية جديدة. وبناء على ذلك، تكمن مشكلة الدراسة في التعرف إلى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية، وذلك من خلال دراسة تحليلية على برنامجي (صوت المملكة، العاشرة مع طارق العاص)

## ثانياً: أهمية الدراسة

## من الناحية العلمية

1. أهمية الذكاء الاصطناعي التي وفرتها تكنولوجيا الثورة الصناعية الرابعة وأهمية استخدام تطبيقاته في العمل الإعلامي وفي إنتاج المحتوى، وسعي القنوات الإخبارية لتحقيق أهدافها الاقتصادية والإعلامية وتعزيزاً لتنافسيتها.
2. حداثة تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بوجه عام، وفي القنوات الإخبارية بشكل خاص.
3. إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة للوقوف على مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

## من الناحية النظرية

- 1- تقدم هذه الدراسة قاعدة معلوماتية لدراسات لاحقة في مجال توظيف الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية.
- 2- ترجع أهمية هذه الدراسة إلى كونها تبحث في الذكاء الاصطناعي والقنوات الإخبارية.

## ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة للوصول إلى استخلاص وكشف توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية قناة المملكة الأردنية أنموذجاً من خلال:

1. التعرف إلى واقع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية، قناة "المملكة" أنموذجاً في تطوير عملها.
2. الكشف عن التأثيرات التي أوجدتها تقنيات الذكاء الاصطناعي التي يمكن أن تساهم في إحداث تغيرات كبيرة في إعادة هيكلة القنوات الإخبارية الأردنية وفي تحسين جودتها.
3. الوقوف على مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية.

#### رابعاً: تساؤلات الدراسة

- 1- ما الأنماط المستخدمة في الموضوعات التي اعتمدت عليها البرامج الإخبارية في قناة المملكة الأردنية؟
- 2- كيف وظفت قناة المملكة الأردنية وسائل الإبراز عند تناول الفقرات الإخبارية؟
- 3- ما نوعية الموضوعات التي تتضمن توظيف لتقنيات الذكاء الاصطناعي بقناة المملكة الأردنية؟
- 4- ما مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية؟
- 5- ما أساليب توظيف الخدع الإلكترونية بالبرنامج الإخبارية بقناة المملكة الأردنية؟
- 6- ما آلية توظيف الديكور والكروما في البرامج الإخبارية بقناة المملكة الأردنية؟

#### خامساً: حدود الدراسة

**الحدود الموضوعية للدراسة:** تتمثل الحدود الموضوعية في رصد آليات توظيف الذكاء الاصطناعي في قناة المملكة الأردنية ممثلاً في برنامجي (صوت المملكة، العاشرة مع طارق العاص)

**الحدود الزمانية:** تمثلت في الفترة من 1 إلى 31 ديسمبر 2023 (المدى الزمني الذي طبقت فيه الدراسة).

**الحدود المكانية:** بالتطبيق على القنوات الإخبارية الأردنية " قناة المملكة أنموذجاً"

#### سادساً: مصطلحات الدراسة

**الذكاء الاصطناعي:** أجهزة وبرامج حاسوبية، وتطبيقات على الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية تمتلك قدرة العقل البشري، ولديها القدرة على التصرف، واتخاذ القرارات، والعمل بنفس الطريقة التي يعمل بها العقل البشري بهدف الاستفادة منها (عيد، 2020) ويشير في هذه الدراسة إلى التقنيات الرقمية الحديثة ممثلة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي وظفتها قناة المملكة الأردنية.

#### سابعاً: الإطار النظري للدراسة: ثراء الوسيلة

##### مفهوم النظرية

في تعريف ثراء المعلومات، اقترح دافيت ولينجل أن لغات الانسان تختلف في قدرتها على نقل المعلومات، حيث تم استخدام اللغة بأوسع معانيها لتشمل العديد من الطرائق لنقل الأفكار والعواطف والمفاهيم، فاللغات عالية التنوع هي اللغات التي لا يحظر فيها استخدام الرموز ويمكن للغة أن تستخدم للتواصل عبر مجموعة واسعة من الأفكار.

##### معايير النظرية

- 1- القدرة على التعليق الفوري: الوسيلة تسهل التقارب السريع والتفسير المشترك.
- 2- القدرة على نقل إشارات متعددة: مجموعة من الإشارات بما في ذلك الوجود المادي والتشوهات الصوتية، الإيماءات الجسدية، الكلمات، الرموز، الأرقام، الرموز الرسومية، تسهيل نقل التفسير والمعنى، وليس مجرد المعلومات والبيانات.
- 3- تنوع اللغة: توفر الأرقام والصيغ دقة أكبر، لكن اللغة الطبيعية تنقل مجموعة أوسع من المفاهيم والأفكار.
- 4- قدرة الوسيلة على التركيز الشخصي: يشير ذلك إما إلى نقل المشاعر، كل وسائل لها مستويات مختلفة من التركيز الشخصي، عندما تضم وسائل الإعلام المزيد من المشاعر والعواطف الشخصية، ويتم توصيل الرسالة بالكامل بعبارات أفضل (Chen, a. Cheng, H, 2005)
- تسهيل الوسائل الأكثر ثراء المفاهيم الاجتماعية (التواصل الاجتماعي العاطفي الكلي والمناخ الاجتماعي العاطفي الإيجابي) وقدرة متصورة على تقييم الآخرين وخبراتهم، وبشكل عام وجد أن الوسائط الأكثر ثراء يمكن أن يكون لها تأثيرات إيجابية كبيرة عندما تكون معرفة المشاركين عالية. (2003, Kahai, S. Randolph, B).
- حيث تختلف الوسائل في الثراء وفقاً للاختلافات في هذه الخصائص الأربعة فالوسائل الغنية تحرز أعلى نسبة من الخصائص الأربعة في حين تفتقر الوسائل الأقل إلى هذه الخصائص (Pierson, W, et al, 2008)

#### ثامناً: الدراسات السابقة

**المحور الأول دراسات تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية**

هدفت دراسة (العشري، 2023) إلى رصد وتحليل الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية الحديثة في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في الممارسة

الصحفية من مختلف المدارس البحثية على مستوى العالم في الفترة من 2018م حتى 2022م. وتنتهي هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التحليلية، والتي تعتمد على استخدام أسلوب التحليل من المستوى الثاني (Meta-Analysis)، م الاعتماد على إجراء التحليل الكمي والكيفي معاً (155) بحثاً. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولاً في الممارسة الصحفية وأثرت على جميع جوانب الصحافة، من المنتجات الصحفية إلى عمل الصحفيين، وعلاقة الصحافة مع الجمهور. تؤكد النتائج أن البحث حول تأثير الذكاء الاصطناعي على الصحافة كمهنة وعلى الممارسة الصحفية لا يزال في مراحله الأولى، وتهيمن عليه وجهات نظر متناقضة ونتائج غير متسقة.

وعلى جانب آخر حاولت دراسة (علي، 2023) استكشاف دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإنتاج الإعلامي لطلاب الإعلام في الجامعات الخليجية وما يترتب عليه من تطوير المهارات والكفاءات ذات الصلة في هذا المجال الناشئ لدى طلاب الإعلام بما يساهم في إعدادهم للمتطلبات والفرص التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى المشهد الإعلامي من خلال توسيع المعرفة، وتعزيز فهمه وتوظيفه في التعليم والممارسة الإعلامية. وطبقت الدراسة على عينة متاحة مكونة من 300 مفردة من طلبة الإعلام موزعة بين ثلاث جامعات خليجية هي: جامعة عجمان والجامعة القاسمية بالإمارات والجامعة الخليجية بالبحرين وروعي فيها أن تكون ممثلة للتخصصات المختلفة وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها إدراك طلبة الإعلام بالجامعات الخليجية بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي، وأنها تلقى قبولاً وتقديراً كأداة قيمة في هذا المجال.

سعت دراسة (بن علي، 2022) التعرف إلى مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في العمل الصحفي، ورصد أبرز معوقات تبني المؤسسات الإعلامية لهذه التقنيات، مما جعل المؤسسات الإعلامية أمام العديد من التحديات على مستوى البنية التحتية وتبني التقنيات في غرف الأخبار وفي كافة مجالات العمل الإعلامي وتقع هذه الدراسة ضمن نوعية الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي، وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي للتوصل إلى إجابات تساؤلات وفروض الدراسة وإلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منتظم. ومن أبرز نتائج الدراسة أن لدى الصحفيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية مما يعني أن الذكاء الاصطناعي حاضر في الروتين الصحفي اليومي.

استهدفت دراسة (عطية، 2021) الكشف عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية والدور الذي تقوم به هذه التطبيقات في تطوير العمل الإعلامي بها، وتم استخدام منهج المسح وأداة الاستبيان من خلال تطبيق استبانة إلكترونية أعدت لهذا الغرض على عينة عمدية متاحة قوامها (100) مبحوث من الصحفيين والإعلاميين العاملين بعدد من المؤسسات الإعلامية الإماراتية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: جيل نسبة غير قليلة من الإعلاميين بالاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي بمؤسساتهم من عدمه، وهو ما يعكس ضعف استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية الإماراتية. كما أظهرت النتائج عدم تقبل الصحفيين والإعلاميين لفكرة أن يكون الروبوت رئيساً مباشراً أو زميلاً لهم في العمل ووافقت نسبة ضئيلة أن يكون الروبوت مساعداً لهم في أداء مهامهم الوظيفية، كما تشير النتائج إلى عدم اقتناع نسبة 37% من عينة الدراسة بجذوى الاستعانة بالروبوت في العمل الإعلامي.

استهدفت دراسة (لطف، 2021) معرفة واقع استخدام المؤسسات الإعلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتعرف إلى المزايا والسلبيات الناجمة عند إدخالها مستقبلاً، وكذلك التحديات التي يمكن أن تواجه المؤسسات، واستكشاف الرؤية الاستشرافية للقائمين بالاتصال والخبراء المتخصصين والأكاديميين تجاه مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وتأثيرها على مستقبل العاملين بها، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي بفرعيه الكمي والكيفي، كما اعتمدت على المنهج الاستكشافي، واستخدمت الباحثة استبانة استبيان وطبقت على عينة عشوائية بواقع (124) مفردة أكدت إجابات القائمين بالاتصال على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة، بينما جاء ضعف الاستخدام وفقاً لإجابات الخبراء المتخصصين والأكاديميين. وقد لاحظت الباحثة ضعف الاستخدام بالشكل البدائي الذي لم يرق إلى التطور.

### المحور الثاني: دراسات تناولت توظيف الذكاء الاصطناعي بالقنوات الفضائية

سعت دراسة (مرزوق، 2023) للتعرف إلى مدى توظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الإنتاج التلفزيوني العربي، وقياس مدى قدرتها على التعاطي مع هذه التقنيات والتعرف إلى المعوقات التي تقلل من الاستفادة من إمكانياتها، وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال والمعينين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بكل من القناة السعودية الأولى، وتلفزيون أبوظبي، والقناة الإخبارية السعودية، وقناة beaur tv الجزائرية، وقناة العربية، وقناة الشرق بلومبيرغ وقناة دبي، وتوصلت النتائج إلى أن البيئة الإعلامية العربية مهيأة لتمكين تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى القدرة المالية لتبني التقنية والقدرات الفنية لاستخدامها.

وفي نفس السياق استهدفت دراسة (فضيل، 2022) التعرف إلى مدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومجالات استخدامها في الانتاج الاذاعي التلفزيوني الاردني والتحديات التي تواجهها، واعتمد الباحث علي منهج المسح الشامل، على عينة قوامها (270) مفردة من مجتمع الدراسة المتمثل بفي الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، وقد توصلت الدراسة إلى أن معرفة فني الانتاج الإذاعي والتلفزيوني بتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة محدودة،

وكشفت الدراسة أن انشاء السرد المرئي كالصور والرسوم المتحركة أهم مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني. وعلى جانب آخر استهدفت دراسة (عوني، 2022) التعرف إلى اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح، وتم التطبيق باستخدام استبانة موزعة على (194) مفردة من الإعلاميين الأردنيين العاملين في تلفزيون المملكة والتلفزيون الأردني، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية هو ضئيل وبسيط، وثمة حاجة إلى الإمكانيات والمهارات التي تسرع في دخول هذه التكنولوجيا حيز التنفيذ بصورة أكبر. ومن المضامين الضرورية لبدء استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الأردنية بدرجة مرتفعة كما يراها الاعلاميون الأردنيون تتمثل في (الإضاءة، التصوير، صناعة الأفلام، غرف الأخبار، الإنتاج التلفزيوني).

واستهدفت دراسة (عبد الراضي، 2022) إلى اكتشاف أساليب توظيف تقنية الواقع المعزز (من حيث الشكل والمضمون) كأحدى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي لقضية التغيرات المناخية بالقنوات الفضائية سكاي نيوز بالعربية نموذجاً، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي الوصفي والتحليلي، وتم تحديد مجتمع الدراسة في المضمون الخبري المتمثل في "التقارير- والأخبار" بقناة "سكاي نيوز بالعربية" خلال الفترة من 2022/10/1 حتى 2022/12/31 باستخدام الحصر الشامل للمضمون الخبري، واعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون، وقد خلصت الدراسة إلى أن المضمون الخبري تناول عدة أفكار رئيسة حول التغيرات المناخية على العالم، كما اعتمد المضمون الخبري على الإحالة إلى المخططات البيانية.

واستهدفت دراسة (محمد، 2020) رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصادقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثون لنموذجين للتغطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة المصرية، أحدهما تمت كتابته عن طريق روبوت (بموقع القاهرة 24)، وتوصلت الدراسة إلى أن ترتيب عناصر مصداقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي وردت بموقع «القاهرة» 24، كانت كالتالي: فئة «الدقة» في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 3.83 يليه في فئة «الموضوعية» بمتوسط حسابي 3.65، ثم (فصل الحقيقة عن الرأي) بمتوسط حسابي 3.64، وفي الترتيب الرابع (العدالة والإنصاف لمختلف وجهات النظر) بمتوسط حسابي 3.46 وفي الترتيب الأخير (جودة صياغة الخبر) بمتوسط حسابي 3.43.

هدفت دراسة (Broman, ohansson, 2018) إلى الكشف عن توقعات القادة حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على الدور القيادي بالمؤسسات في المستقبل، ولذلك لتحديد الآثار المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات، وذلك للمقابلات شبة المنظمة مع (6) من القادة الذين لديهم صلة بمجال التكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى أن القادة على علم بأثر الذكاء الاصطناعي على الدور التقليدي وأنهم مستعدون للمستقبل، أن تنفيذ الذكاء الاصطناعي في مكان العمل سيعزز الحاجة إلى أن يكون القادة لديهم القدرة على التكيف وقبول للتغير.

أظهرت دراسة (Kshetri, 2020) أنه من خلال نشر الذكاء الاصطناعي في إدارة الموارد البشرية، يمكن للمؤسسات تعزيز الكفاءة في التوظيف والاختيار، وأن تطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة الموارد البشرية يقلل من تأثير المعايير الذاتية كالمحسوبية في عملية اختيار وتوظيف الموظفين كما أن له تأثير إيجابي محتمل على تطوير الموظفين والاحتفاظ بهم واستخدامهم بشكل أفضل.

#### ثانياً: الاستفادة من الدراسات السابقة

- من الناحية المنهجية: تم الاسترشاد بالدراسات السابقة في تحديد نوعية البحث المتمثل في البحث الوصفي ومنهج المسح، وكذلك تحديد مجتمع وعينة الدراسة، واختيار بناء أداة الدراسة.
- الاستفادة التطبيقية: فقد استفاد الباحث من طريقة تطبيق الدراسات على العينات التحليلية مما أمكنها التوصل إلى نتائج مهمة يمكن الاسترشاد بها في الجانب التطبيقي للدراسة الحالية، كما يمكن الباحث من إجراء المقارنات الخاصة بالفروق بين نتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة وما ستتوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج، مما قد يثري الدراسة بشكل فعال.
- الاستفادة المعرفية: استفاد الباحث من الأطر المعرفية للدراسات السابقة في تحديد الأهمية الخاصة بالذكاء الاصطناعي ودوره في تطوير العمل الاعلامي، وقد أسهمت في تحديد بعض الأبعاد المعلوماتية المهمة التي تستغرق شطراً من الإطار المعرفي لهذه الدراسة، حيث مثلت الدراسات السابقة رصيداً علمياً زاخراً استمد منه الباحث الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة.

#### ثامناً: الإجراءات المنهجية

##### 1. نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه التحديد في الزمان والمكان؛ وذلك بهدف الحصول

على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابه، أو التحكم فيه (حسين، 2006)، والظاهرة المراد دراستها هنا هي وصف وتحليل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في قناة المملكة الإخبارية الأردنية.

## 2. منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وهو من أهم المناهج الوصفية المستخدمة، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى التعرف على توظيف الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية، وقد استخدم الباحث المنهج المسحي، بهدف تحليل البيانات وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها.

## 3. مجتمع وعينة الدراسة

تمثل المجتمع الكلي للدراسة بالقنوات الإخبارية الأردنية ممثلة في قناة (المملكة) وذلك خلال الفترة الزمنية من 1 إلى 31 ديسمبر عام 2023، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار برنامجين معروضين على قناة المملكة الأردنية حيث تبين من نتائج دراسة استطلاعية أجراها الباحث أن برنامجي (صوت المملكة، العاشرة مع طارق العاص) احتلا أعلى نسبة مشاهدة من قبل الجمهور، وتم تطبيق الدراسة على جميع حلقات هذه البرامج في الفترة الزمنية للدراسة، وقد كان عدد الحلقات 42 حلقة.

صوت المملكة: برنامج إخباري حوار يتناول أحداث وأخبار آنية بالتعليق ووصف الحالة من خلال استضافة المعنيين مع التركيز على الأخبار السياسية والاجتماعية ومشاكل وهموم الناس.

العاشرة مع طارق العاص: حصاد إخباري يومي يبدأ بموجز لآخر وأهم الأنباء قبل مناقشة ومعالجة وتحليل أهم الملفات المحلية والعربية والدولية، واستضافة أصحاب القرار ومختصين.

## أداة الدراسة

استخدم الباحث أداة تحليل المضمون على قناة الإخبارية الأردنية قناة (المملكة) للتعرف إلى آلية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تم الاعتماد عليها من قبل العنصر البشري القائم على البرنامج عينة الدراسة في القناة خلال فترة التطبيق، حيث اشتملت الأداة على فئات خاصة بكل من الشكل والمضمون كالآتي:

أ- فئات الشكل وتضمنت الأنماط المستخدمة في الموضوعات، عناصر الإبراز المصاحبة عند تناول الفقرات الإخبارية كالانفوجراف، ورسوم توضيحية، وصور شخصية.

ب- فئات المضمون وتضمنت نوعية الموضوعات، مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات الإخبارية الأردنية، أساليب توظيف الخدع الإلكترونية في البرنامج. (فئات الشكل)

## 4. الصدق والثبات

استخدمت الدراسة أسلوب الصدق الظاهري؛ أي صدق المحكمين فتم عرض الاستمارة على مجموعة من أستاذة وخبراء الإعلام، وأجريت التعديلات التي أوصوا بها.

قام الباحث بالاستعانة باثنين من المرمزين الباحثين في مجال الإعلام لتحليل نسبة (5%) من المادة الإعلامية عينة الدراسة بنفس الفئات والوحدات بعد توضيحها لهم لمعرفة نسبة الاتفاق في التحليل والتأكد من ثبات الاستمارة، وقد تبين ظهور اختلافات طفيفة بين التحليلين، ووفقاً لمعادلة هُولستي تبين أن معدل الثبات هو (85%).

## تاسعاً: نتائج الدراسة

### أولاً: من حيث الشكل

جدول رقم (1) الأنماط المستخدمة في الموضوعات التي اعتمدت عليها البرامج الإخبارية في قناة المملكة الأردنية

الأنماط المستخدمة	التكرار	%
خبر	215	45.1%
حديث مباشر	66	13.8%
حوار عبر شاشة العرض	50	10.5%
حوار خارجي	40	8.4%
حوار عبر الهاتف	33	6.9%

النماط المستخدمة	التكرار	%
تقارير من موقع الأحداث	30	6.3%
خبر حديث مباشر	28	5.9%
خبر + حوار عبر الهاتف	15	3%
الإجمالي	477	100%

تصدر " خبر " الأنماط المستخدمة في الموضوعات التي اعتمدت عليها البرامج الإخبارية في قناة المملكة الأردنية ، بنسبة بلغت 45.1%، جاء في المرتبة الثانية " حديث مباشر " بنسبة بلغت 13.8%، جاء في المرتبة الثالثة " حوار عبر شاشة العرض " 10.5%، جاء في المرتبة الرابعة " حوار خارجي " بنسبة 8.4%، جاء في المرتبة الخامسة " حوار عبر الهاتف " بنسبة 6.9%، جاء في المرتبة السادسة " تقارير من موقع الأحداث " 6.3%، جاء في المرتبة السابعة " خبر حديث مباشر " 4.2%، جاء في المرتبة الثامنة " خبر + حوار عبر الهاتف " بنسبة بلغت 3%، جاء في المرتبة الأخيرة " أخرى تذكر " 1.8%.

جدول رقم (2) عناصر الإبراز المصاحبة عند تناول الفقرات الإخبارية في قناة المملكة الأردنية

عناصر الإبراز	ك	%
صور ثابتة + عناوين مكتوبة	150	18.8%
لقطات أرشيفية + عناوين مكتوبة	145	18%
عناوين	135	16.9%
مادة فيلمية + تسجيلات صوتية	115	14.4%
أكثر من وسيلتين	85	10.6%
انفوجراف	40	5%
رسوم توضيحية + جرافيك	40	5%
الإجمالي	800	100%

تصدرت " لقطات أرشيفية + عناوين مكتوبة " وسائل الإبراز المصاحبة عند تناول الفقرات الإخبارية في قناة المملكة الأردنية بنسبة بلغت 18%، جاء في المرتبة الثانية " عناوين " بنسبة بلغت 16.9%، جاء في المرتبة الثالثة " صور ثابتة + عناوين مكتوبة " بنسبة بلغت 15%، جاء في المرتبة الرابعة " مادة فيلمية + تسجيلات صوتية " بنسبة 14.4%، جاء في المرتبة الخامسة " أكثر من وسيلتين " بنسبة 10.6%، جاء في المرتبة السادسة " تقرير " بنسبة 9.4%، جاء في المرتبة السابعة " صور شخصية " بنسبة 5.6%، جاء في المرتبة الثامنة " رسوم توضيحية + جرافيك " و " الانفوجراف " بنسبة بلغت 5%، جاء في المرتبة الأخيرة " أخرى تذكر " 1.3%.

ثانياً: من حيث الموضوع

جدول رقم (3) نوعية الموضوعات التي تتضمن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بقناة المملكة الأردنية

نوعية الموضوعات	ك	%
سياسية	70	39%
صحية	35	19.4%
اقتصادية	30	16.6%
اجتماعية	20	11.2%
تكنولوجية	15	8.3%
رياضية	10	5.6%
الإجمالي	180	100%

تصدرت فئة "سياسية" الموضوعات الإخبارية في قناة المملكة الأردنية توظيفاً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بها بنسبة بلغت 39%، جاء في المرتبة الثانية "صحية" بنسبة بلغت 19.4%، جاء في المرتبة الثالثة "اقتصادية" 16.6%، جاء في المرتبة الرابعة "اجتماعية" بنسبة 11.2%، جاء في المرتبة الخامسة "تكنولوجية" بنسبة 8.3%، جاء في المرتبة السادسة "أخرى تذكر" بنسبة 4.4%، جاء في المرتبة الأخيرة "رياضية" بنسبة 1.1%.

جدول رقم (4) يوضح مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القناة الإخبارية الأردنية (قناة المملكة).

مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	ك	%
مونتاج وتصميم المحتوى الاعلامي	111	30.8%
العمل بأدوات الفيديو والصوتيات والصور الرقمية	95	26.4%
استخدامات متنوعة للمادة الإعلامية الواحدة	68	18.9%
إعداد تقارير شاملة بالتقنيات الحديثة	45	12.5%
إنشاء السرد المرئي كالصور والرسوم المتحركة	41	11.4%
الإجمالي	360	100%

تصدرت فئة "مونتاج وتصميم المحتوى الإعلامي" مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قناة المملكة الأردنية بنسبة بلغت 30.8%، جاء في المرتبة الثانية "العمل بأدوات الفيديو والصوتيات والصور الرقمية" بنسبة بلغت 26.4%، جاء في المرتبة الثالثة "استخدامات متنوعة للمادة الإعلامية الواحدة" بنسبة 18.9%، جاء في المرتبة الرابعة "إعداد تقارير شاملة بالتقنيات الحديثة" 12.5%، جاء في المرتبة الخامسة "إنشاء السرد المرئي كالصور والرسوم المتحركة" بنسبة بلغت 11.4%.

جدول رقم (5) أساليب توظيف الخدع الإلكترونية في البرامج الإخبارية بقناة المملكة الأردنية.

الخدع الإلكترونية في البرامج الاخبارية	ك	%
تقسيم الشاشة	130	40%
الازدواج	71	19.3%
الفيديوك	45	13.8%
الكروما	44	13.5%
المسح	35	10.8%
الإجمالي	325	100%

تصدرت "تقسيم الشاشة" أساليب توظيف الخدع الإلكترونية في البرامج الإخبارية بقناة المملكة الأردنية بنسبة بلغت 40%، جاء في المرتبة الثانية "الازدواج" بنسبة بلغت 19.3%، جاء في المرتبة الثالثة "الفيديوك" 13.8%، جاء في المرتبة الرابعة "الكروما" بنسبة بلغت 13.5%، جاء في المرتبة الخامسة "المسح" بنسبة 10.8%، جاء في المرتبة الأخيرة "أخرى تذكر" 2.4%.

#### توصيات الدراسة

- 1- ضرورة نشر ثقافة الذكاء الاصطناعي والوعي بتقنياتها وأدواتها، وكيفية التعامل معها، واستخداماتها المختلفة في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري.
- 2- ضرورة أن تكثف القنوات الإخبارية الأردنية اهتمامها بتدريب العاملين بها وتنمية مهاراتهم نحو الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتلبية احتياجاتها فيما يتعلق بهذه التقنيات والاستفادة منها على نحو جيد.
- 3- ضرورة تعزيز التعاون بين كليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية في الذكاء الاصطناعي ضمن مسابقات الإعلام، لتأهيل خريجين قادرين على استيعاب هذه الأدوات الجديدة، وهو ما سينعكس على قدرة المؤسسة الإعلامية لتطوير أعمالها مستقبلاً، وتنمية مقدرتها على مواكبة هذا التطور حتى تتمكن من البقاء والاستمرار والمنافسة.



## مناقشة النتائج

- 1- تصدر "خبر" الأنماط المستخدمة في الموضوعات التي اعتمدت عليها البرامج الإخبارية في قناة المملكة الأردنية. ويفسر الباحث منطقية هذه النتيجة حيث إن البرامج المقدمة من خلال قناة المملكة الأردنية برامج ذات طابع إخباري، وذلك تماشياً مع سياسية القناة فإنها تمثل قناة إخبارية أردنية، ولذلك البرامج التي تم تحليلها ذات طابع إخباري ولذلك تصدر الخبر قائمة القوالب الفنية التي اعتمدت عليها البرامج بقناة المملكة الأردنية وما تمثله من أنية وحالية في التغطية اليومية للأحداث. اعتمدت القناة أيضاً على الحديث المباشر بدرجة كبيرة، فقد كان أغلب ما قدمه البرنامج عبارة عن حوار مباشر مع الضيوف سواء من داخل الاستوديو أم حوار خارجي مع الضيوف في بلدان مختلفة لتغطية شاملة وحصرية للأحداث، واعتمدت البرامج أيضاً على الحوار عبر الشاشة بشكل واضح ويمكن إرجاع ذلك إلى اهتمام القناة بالتحليل الدقيق والرؤية السليمة للأحداث، ولذلك تهتم بالتواصل مع الأشخاص المتواجدين في البلدان المختلفة للتحدث عن الأخبار الخاصة بهم وتحليلها بشكل دقيق وذلك ميز البرامج والقناة بشكل كبير جداً ومكثها من الموضوعية والرؤية الشفافة.
- 2- جاءت (لقطات أرشيفية + عناوين مكتوبة) في مقدمة وسائل الإبراز المصاحبة عند تناول الفقرات الإخبارية في القنوات الإخبارية الأردنية. ويفسر الباحث هذه النتيجة في ضوء عدة أسباب منها أن هذه البرامج تهتم بتحليل الأخبار الجارية وربطها بالأحداث السابقة سواء من فترات قريبة أم بعيدة، حيث أن معظم التغطيات تكون عبارة لقطات للأحداث، وحيث نالت القضية الفلسطينية القدر الأكبر من التغطية، ولذلك نجد أن الاهتمام قائم على اللقطات الأرشيفية، ومن ناحية أخرى تعرض القناة عناوين الأخبار بشكل مستمر على طول حلقات البرنامج، ثم جاءت العناوين في المرتبة التالية فنلاحظ أن مقدمي البرامج قبل البدء في الحوار يقومون بإلقاء سريع لأهم عناوين الأخبار المتعلقة بموضوع الحلقة، وأيضاً تم توظيف التقارير بشكل واضح فتم اعتماد البرامج عليها من حيث التغطيات الخارجية لأماكن وقوع الحدث وذلك للمصداقية والدقة في عرض الأحداث، ومن جهة أخرى، نلاحظ تدني توظيف الانفوجراف والرسوم التوضيحية في القناة فكان الاعتماد في عرض البيانات والمعلومات بشكل شفهي حيث يقوم المذيع بقراءته بشكل تقليدي دون تقديم عرض.
- 3- أوضحت نتائج الدراسة تصدر "سياسية" الموضوعات الإخبارية في قناة المملكة الأردنية توظيفاً لتطبيقات الذكاء الاصطناعي. وقد جاءت هذه النتيجة منطقية حيث إن قناة المملكة إخبارية تهتم بالأحداث الجارية، ويتزامن ذلك مع تطورات وأحداث القضية الفلسطينية خاصة مع بدء واستمرار عملية طوفان الأقصى التي تشكل الحدث الأهم على الساحة العربية بشكل عام، والساحة الأردنية خاصة، فنجد هنا اهتماماً واضحاً وملحوظاً للموضوع الفلسطيني ومعالجته في الموضوعات المطروحة في البرامج الإخبارية في القناة، حيث مثل ذلك النسبة الأعلى في قائمة الموضوعات المعروضة، ومناقشته من كافة الجوانب سواء ربطها بأحداث الماضي أو التنبؤ بأحداث مستقبلية يمكن القول بأن الأحداث الفلسطينية جعلت من المواضيع السياسية على قائمة الموضوعات التي تناولتها قناة المملكة الإخبارية الأردنية، جاء بعد ذلك المواضيع الحية والاجتماعية وقد كان أيضاً النصيب الأوفر للقضية الفلسطينية ومنظمات الصحة العالمية والمساعدات والقوافل الطبية المقدمة لهم، نجد هنا دعم كبير للقضية الفلسطينية من القائمين على القناة.
- 4- تصدرت فئة "مونتاج وتصميم المحتوى الإعلامي" مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قناة المملكة الأردنية. ويفسر الباحث هذه النتيجة في ضوء عدة أسباب في مقدمتها أن البرامج الإخبارية تهتم أولاً بالمصداقية والموضوعية، ولذلك نجد أنها تعتمد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج ومونتاج وتصميم المحتوى الإعلامي القائم بشكل أولي على الأخبار ومناقشة الأخبار وعرض وجهات النظر، وكذلك العمل بأدوات الفيديو والصوتيات والصور الرقمية، فكما أسلفنا سابقاً أن قناة المملكة قناة إخبارية تهتم بالأخبار وعرضها وكذلك تهتم بعرض الفيديوهات والصور أثناء الحوار.
- اختلفت الدراسة مع (فضيل، 2022) والتي توصلت إلى أن إنشاء السرد المرئي كالصور والرسوم المتحركة أهم مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني.
- 5- بينت نتائج الدراسة تصدر "تقسيم الشاشة" أساليب توظيف الخدع الإلكترونية بالبرامج الإخبارية بقناة المملكة الأردنية. يرجع الباحث هذه النتيجة لاعتبار أن تقسيم الشاشة تعتمد عليها البرامج الإخبارية لإيصال أكثر من فكرة في نفس الوقت وكذلك للموضوعية، حيث نجد من الممكن أن يظهر القائم بالاتصال (المذيع) في شق الشاشة وفي الناحية الأخرى تظهر صورة المتصل هاتفياً، أو صورة أحداث وقضية ما يناقشها المذيع وذلك للشرح والايضاح والمصداقية، وكذلك تعتمد البرامج الإخبارية لقناة المملكة الأردنية بشكل كبير على المداخلات المباشرة من خارج الاستوديو وهنا يحدث تقسيم الشاشة للتفاعل بين الضيوف داخل الاستوديو وخارجة أو عرض التقارير المصورة والصور أثناء الحوار.

## المصادر والمراجع

- بن علي، أ. (2022). بني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، جامعة عمار ثليجي الأغواط، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 15 - 39.
- حسين، س. (2006). دراسات في مناهج البحث الإعلامي "بحوث الإعلام". القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الراضي، أ. (2023). توظيف تقنية الواقع المعزز في تناول المضمون الخبري للتغيرات المناخية في القنوات الفضائية: دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، 2 (63)، 1332 - 1386.
- العشري، و. (2023). واقع الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في مجال تأثير الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة "2018-2022". *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، 2 (65)، 877 - 946.
- عطية، ب. (2021). تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تطوير العمل بالمؤسسات الإعلامية الإماراتية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، 28، 63 - 124.
- على، ح. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبة الإعلام في الجامعات الخليجية. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، جمعية كليات الإعلام العربية، 1 (11)، 1 - 70.
- عيد، ص. (2020). واقع استخدام أعضاء هيئة التدريس بجامعة نجران لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم. *مجلة كلية التربية في العلوم التربوية*، جامعة عين شمس، 4 (44)، 319 - 368.
- فضيل، م. (2022). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الانتاج الاعلامي والتلفزيوني الاردني: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية الاعلام.
- لطفي، أ. (2021). مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الاعلامية ودورها في تطوير المحتوى الاخباري، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة، 2، 603 - 647.
- محمد، ع. (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. *مجلة البحوث الإعلامية*، 5 (55)، 2797 - 2860.
- مرزوق، ع. (2023). وظيف تقنية الذكاء الاصطناعي في بيئة الإنتاج التلفزيوني: دراسة وصفية تطبيقية على عينة من العاملين بالقنوات الفضائية العربية 2022 م. *مجلة علوم الاتصال*، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 1 (8)، 167 - 198.
- عوني، ه. (2022). اتجاهات الاعلاميين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات الاردنية. رسالة ماجستير، جامعة اليرموك، كلية الإعلام.

## References

- Broman, I., & Ohansson, S. (2018). What impact will Artificial Intelligence have on the future leadership role?: A study of leaders' expectations, Master's thesis, Lund University, School of Economics and Management, 1- 39.
- Chen, A., & Cheng, H. (2005) The design of instructional multimedia in e-Learning: A Media Richness Theory-based approach. *An Institute of Information and Computer Education, National Kaohsiung Normal University*, (49), 662-676.
- Kahai, S., & Randolph, B. (2003). Exploring the Core concepts of media richness theory: The impact of Cue Multiplicity and Feedback Immediacy on Decision Quality. *Journal of Management Information Systems*, (20), 263-299 .
- Kshetri, N. (2020). Artificial intelligence in human resource management in the Global South, AMCIS 2020 Proceeding 27, Americas Conference on Information Systems (AMCIS) at AIS Electronic Library
- Pieterse, W., Teerling, M., & Ebbers, W. (2008). Channel perceptions and usage: Beyond media richness factors. In *Electronic Government: 7th International Conference, EGOV 2008, Turin, Italy, August 31-September 5, 2008. Proceedings* 7 (pp. 219-230). Springer Berlin Heidelberg.