

Employing a virtual broadcaster on digital media news bulletins An analytical study of the content of the OSBU Facebook page.

توظيف المذيع الافتراضي في نشرات الأخبار بالإعلام الرقمي: دراسة تحليلية لمحتوى صفحة OSBU على فيسبوك.

Suleiman Saleh Mahdi<sup>\*1</sup>  
Saraa Mohammed Abdulrahman  
College of Media – Iraqi University<sup>\*1</sup>

م.م. سليمان صالح مهدي<sup>\*1</sup>  
م.م. سراء محمد عبدالرحمن  
الجامعة العراقية – كلية الإعلام<sup>\*1</sup>

## ABSTRACT

This research aims to identify the functional role of news content delivered by virtual anchors and explore the digital production characteristics of news bulletins on the OSBU page. The core problem addresses: "What is the nature of employing virtual anchors in digital media news bulletins?" As descriptive research, the authors utilized a descriptive-analytical survey methodology through content analysis. The research population comprised the Union of OIC Broadcasting (OSBU) Facebook page, with a sample consisting of main news bulletins from November 1, 2025, to January 1, 2026. Key findings include the emergence of virtual anchors as female avatars with conservative Arab-Islamic features. The study revealed the use of electronic synthesized voices instead of traditional human voices. Furthermore, static and animated images were the primary multimedia elements relied upon for news presentation on the OSBU platform.

## الخلاصة

ويهدف البحث التعرف على طبيعة الوظيفة التي حققها المضمون الإخباري الخاص بالمذيع الافتراضي، والكشف عن خصائص الإخراج الرقمي لشكل نشرة الإخبارية في صفحة (OSBU)، وانطقت المشكلة من تساؤل رئيس مفاده (ما طبيعة توظيف المذيع الافتراضي في نشرات الأخبار بالإعلام الرقمي؟)، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية، وقد استخدم الباحثان منهج المسح الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون، ومجتمع البحث تمثل بصفحة اتحاد إذاعات وتلفزيونات منظمة التعاون الإسلامي على الفيسبوك، أما عينة البحث كانت نشرة الأخبار الرئيسية للمدة من (1/1/2025م إلى 1/1/2026م)، وكانت من أهم النتائج التي توصل اليها الباحثان: بروز شكل ظهور المذيع الافتراضي بهيئة أفطار (أنثى) وبملامح شخصية عربية إسلامية محافظة، تبين أن نوع الصوت الإخباري كان عبارة عن صوت إلكتروني، وغياب الصوت البشري المتعارف عليه في النشرة التقليدية، فضلا عن اعتماد الصور الثابتة والمتحركة كعنصر أساسي في أنماط الوسائط المتعددة المرتكز عليها بالعرض الإخباري لصفحة OSBU.

## الكلمات المفتاحية:

المذيع الافتراضي، نشرات الأخبار، الإعلام الرقمي، OSBU، فيسبوك.

## Keywords:

virtual broadcaster, newscasts, digital media, OSBU, Facebook.

Received	Accepted	Published online
استلام البحث 11/ 2 /2026	قبول النشر 30/4/2026	النشر الإلكتروني 15/ 6 /2026

## المقدمة:

يشهد العالم طفرة سريعة ومتطورة في الثورة التكنولوجية، مع تعدد استخداماتها وأدواتها التقنية، ومن أبرز هذه التطورات التكنولوجية هو ظهور الذكاء الاصطناعي، الذي شكل تغير في جميع مفاصل الحياة وتحولات جوهرية في جميع المجالات ومنها مجال الإعلام والصحافة، إذ شكل توغله جزء أساسي في العمل الإعلامي، وتحوله من أدوات مساعدة إلى مساهم جوهرية في صناعة المحتوى وإنتاجه، وكانت في صدارة هذا المشهد هي نشرات الأخبار، التي تعد شريان عمل المؤسسات الإعلامية، وبدء العمل فيها من مرحلة جمع الأخبار إلى صياغتها، ووصولاً إلى تقديمها للجمهور.

كما أن الذكاء الاصطناعي لم يكن تواجهه في غرف الأخبار محض خيال علمي، بل أصبح واقعاً واضحاً يتجسد في تكوين القصص الإخبارية عن طريق تحليل البيانات الضخمة، وخوارزميات التعلم العميق، وصولاً إلى استحداث المذيع الافتراضي الذي غير قواعد تقديم النشرة التقليدية من نماذج جامدة إلى نشرة تفاعلية رقمية، وبمميزات متعددة منها الظهور بشخصية أفتار حقيقية، والعمل على مدار اليوم وبدون انقطاع للراحة وبلغات متعددة، وبمحاكاة تقنية لحركة الشفاه والعين، وجعلها طبيعية تناسب الحركة الإنسان البشري، مع تخصيص محتوى يتنبأ باهتمامات واحتياجات الجمهور المتلقي، ورصد تحليلات التفاعل مع طبيعة المحتوى الإعلامي.

ومن هذا السياق، يسعى البحث للكشف عن طبيعة نوع المضمون الإخباري المقدم من قبل المذيع الافتراضي لمحتوى صفحة OSBU على فيسبوك، ومعرفة أنواع مؤشرات التفاعل الرقمي لجمهور صفحة اتحاد اوسبو مع نشرات المذيع الافتراضي، وتم تقسيم البحث إلى ثلاث مباحث، يتضمن الأول استعراض الإطار المنهجي، والثاني يتخصص بالإطار النظري، أما الثالث يتضمن عرض النتائج ومناقشتها.

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث:

وهي تعد من الخطوات الأساسية في البحوث العلمية هي تحديد المشكلة، مما يوفر على الباحث إمكانية استكشاف المشكلة أو الظاهرة، وتيسر للباحث وضع الأهداف العلمية المتصلة بالبحث، بهدف الوصول إلى نتائج رصينة علمياً، فهي تمثل الشرارة الأولى والاساسية للبحث<sup>(١)</sup>.

وتعرف مشكلة البحث بأنها "موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم، يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية؛ للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها في ضوء نتائج الدراسة، ووضعها في الإطار العلمي السليم"<sup>(٢)</sup>.

تتطلب مشكلة البحث من تساؤل رئيس مفاده (ما طبيعة توظيف المذيع الافتراضي في نشرات الأخبار بالإعلام الرقمي؟).

ويتفرع من التساؤل الرئيس جملة من التساؤلات الفرعية التي يتطلع إليها، وهي كما يلي:

(١) ما نوع المضمون الإخباري المقدم من قبل المذيع الافتراضي لمحتوى صفحة OSBU على فيسبوك؟

(٢) ماهي أنماط الوسائط المتعددة المرتكز عليها في العرض الإخباري لصفحة (OSBU)؟

(٣) ما أنواع مؤشرات التفاعل الرقمي لجمهور صفحة (OSBU) مع نشرات المذيع الافتراضي؟

(٤) ما طبيعة النطاق الجغرافي للمضمون الإخباري المقدم عبر المذيع الافتراضي في صفحة (OSBU)؟

(٥) ما الفنون الصحفية المستخدمة في تقديم نشرات الأخبار عبر المذيع الافتراضي بصفحة (OSBU)؟

(١) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، 2000م)، ص 67.

(٢) محمد منير حجاب، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2000م)، ص 70.

### ثانياً: أهمية البحث:

(أ) الأهمية العلمية: يسهم البحث في تعزيز حقل علوم الإعلام والاتصال بدراسة تتناول توظيف المذيع الافتراضي عبر نشرات الأخبار، وهي من الدراسات النادرة في هذا المجال على حسب علم الباحثان، مما يعزز إضافتها إلى البحوث العلمية والنوعية المتخصصة لآليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن العمل الإعلامي.

(ب) الأهمية المجتمعية: تبرز الأهمية في رفع الوعي المجتمعي للجمهور العربي، بالتطورات التقنية الحديثة التي تعاصرها المؤسسات الإعلامية الرقمية، في توظيف تلك التقنيات لتطوير الإنتاج، والعرض، والإخراج، للمحتوى الرقمي المقدم عبر شبكات التواصل الاجتماعي للمؤسسات الإعلامية.

(ت) الأهمية العملية: يسهم في رفد المؤسسات الإعلامية لفهم إيجابيات، وسلبيات توظيف المذيع الافتراضي في تقديم نشرات الأخبار، وطبيعة تقبل الجمهور لذلك التوظيف، وتقييم فرص توظيفه في بيئة إنتاج المحتوى الإعلامي.

### ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المحددة، للتوصل إلى حلول للمشكلة البحثية المطروحة، وذلك باستخدام أساليب بحثية مناسبة تقضي إلى معرفة جديدة علمياً<sup>(1)</sup>، وانطلاقاً من المشكلة البحثية يسعى هذا البحث لتحقيق عدد من الأهداف، وهي كما يلي:

(1) التعرف على نوع المضمون الإخباري المقدم من قبل المذيع الافتراضي لمحتوى صفحة OSBU على فيسبوك.

(2) الكشف عن أنماط الوسائط المتعددة المرتكز عليها في العرض الإخباري لصفحة (OSBU).

(3) معرفة أنواع مؤشرات التفاعل الرقمي لجمهور صفحة (OSBU) مع نشرات المذيع الافتراضي.

(4) تحديد طبيعة النطاق الجغرافي للمضمون الإخباري المقدم عبر المذيع الافتراضي في صفحة (OSBU).

(5) معرفة الفنون الصحفية المستخدمة في تقديم نشرات الأخبار عبر المذيع الافتراضي بصفحة (OSBU).

### رابعاً: منهج البحث:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، والتي توفر للباحث إمكانية وصف الظاهرة البحثية توصيفاً شاملاً لغرض فهمها وتحليلها، إذ يسهم التعبير الكمي بإعطاء وصفاً رقمياً يبين حجم الظاهرة ودرجة اتساقها بالظواهر الأخرى، إما التعبير الكيفي يشرح لنا خصائص الظاهرة ويوضحها<sup>(2)</sup>، وقد استند الباحثان على المنهج المسحي التحليلي، ويعرف المنهج المسحي بأنه "مجموعة ظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولمدة زمنية كافية؛ بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات، والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها"<sup>(3)</sup>، وتم اعتماد على أداة تحليل المضمون عبر فئات الشكل والمضمون؛ لتحليل آلية التوظيف للمذيع الافتراضي، في مضمون المحتوى الإخباري المقدم ضمن نشرة الإخبارية المحددة لعينة البحث.

### خامساً: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث بصفحة اتحاد إذاعات وتلفزيونات منظمة التعاون الإسلامي على الفيسبوك، إذ اعتمد الباحثان على أسلوب الحصر الشامل وعلى مدار شهرين كاملين، وتم تحليل (60) نشرة إخبارية رئيسية، للمدة من (2025/11/1م) إلى (2026/1/1م)، وتم تحديد العينة وفق المدة المحددة زمنياً وكان مجموع المادة الإخبارية (223)، بما يشمل الخبر والتقارير التي تضمنها النشرة الإخبارية لاتحاد اوسبو (OSBU).

(1) حيدر عبد الكريم محسن، مناهج البحث التربوي، (عمان: مركز دبيونو لتعليم التفكير للنشر والتوزيع، 2017م)، ص 48.

(2) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2013م)، ص 311.

(3) سعد سلمان الهاشمي، مناهج البحث الإعلامي، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي للنشر، 2017م)، ص 163.

### سادساً: مجالات البحث و حدوده:

لكل دراسة حدودها العلمية، ومن هذا المبدأ، حدد الباحثان في هذه الدراسة مجالين أساسيين هما:  
 أ) المجال الموضوعي: يتمثل المجال الموضوعي للبحث بالنشرات الإخبارية الرئيسية لصفحة اوسبو على الفيسبوك، وتم الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل للفنون الصحفية المستخدمة في توظيف المذيع الافتراضي لنشرة أخبار اتحاد اوسبو.

ب) المجال الزمني: يتمثل المجال الزمني للدراسة التحليلية بالمدة الزمنية للمدة من (2025/11/1م) إلى (2026/1/1م).

### سابعاً: أداة البحث:

استمارة تحليل المضمون وتعرف بانها "وهي عبارة عن تحليل المحتوى أو المضمون أو تحليل الوثائق المادية، مثل الكتب المدرسية والسجلات من جميع أنواعها، ومثل هذا تحليل يمكن أن يستخدم لوصف المحتوى ولتتبع تطور ممارسة معينة أو أسلوب معين"<sup>(1)</sup>.  
 استند الباحثان إلى استمارة تحليل مضمون كأداة أساسية للبحث، لتحديد فئات الشكل والمضمون الخاصة بموضوع البحث.

### ثامناً: مصطلحات البحث:

تم وضع تعريفات إجرائية خاصة بمصطلحات البحث من قبل الباحثين، وفق النحو الآتي:

١) التوظيف: هي عملية التي يقوم بها القائم بالاتصال، في استخدام التكنولوجيا الحديثة لعرض المحتوى الإخباري، بهدف بروزها بالشكل الذي يناسب سياسية المؤسسات الإعلامية.  
 ٢) المذيع الافتراضي: وهو عبارة عن مذيع نشرة أخبار اصطناعي، يتم إنشائه بشخصية افتراضية، ويصمم عبر أنظمة وبرامج الذكاء الاصطناعي، وبشكل يتناسب مع طبيعة مهام وعمل المذيع التقليدي في القنوات التلفزيونية.

٣) نشرات الأخبار: وهي نموذج عرض إعلامي يتم تقديمها عبر وسائل الإعلام في أوقات محددة، عن طريق موجز منسق ومنهجي بحسب أهمية الخبر، ووفقاً لسياسة القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، ولطبيعة أهمية الأحداث والقضايا الجارية في العالم العربي والعالمية.

٤) الإعلام الرقمي: وهو شكل من أشكال الإعلام الحديث الذي يعتمد على إنتاج، ونشر المحتوى الإعلامي عبر المنصات الرقمية لشبكات التواصل الاجتماعي، وبما يحتويه من نص، وصورة، وفيديو تم تقديمها عن طريقه، ويتفاعل الجمهور عبر تلك الشبكات مع مضامين المحتوى الإخباري، ويعتمد على استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة رئيسية في الإنتاج والعرض.

### تاسعاً: دراسات سابقة:

بعد القيام بمسح شامل للدراسات لم يجد الباحثان أي دراسة سابقة كانت ذات صلة مباشرة بالموضوع، مما يدل على حداثة موضوع المذيع الافتراضي في حقل الدراسات الإعلامية، وذلك لكونه من الموضوعات المستجدة في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، وعليه تم الاعتماد على دراسات سابقة قريبة من الشكل العام للبحث، بهدف الاستفادة من تكوين الإطار النظري وتحليل النتائج ومقارنتها، ومن بين هذه دراسات:

١) دراسة عبد الباسط أحمد خليل (2026)<sup>(٢)</sup>: هدفت الدراسة إلى الكشف عن حجم توظيف تطبيقات وبرامج الذكاء الاصطناعي، في إنتاج المحتوى الإعلامي عبر القنوات الأردنية الفضائية، واستخدمت الدراسة منهج مسح أساليب الممارسة الإعلامية، وفق عينة حصىصة متطابقة متكونة من (210) مفردة، على مجموعة من الإعلاميين العاملين في إنتاج المحتوى بالقنوات التلفزيونية الفضائية وهي (التلفزيون الأردني، الرؤية، المملكة)، وتوصلت إلى أن تصحيح الأخطاء الإملائية واللغوية أكثر ما تم الاهتمام به في مجال توظيف الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى تعميق الفائدة منه في تعزيز قيمة المحتوى الإبداعي

(١) سيد محمود الطواب، البحث العلمي أسسه وأساليبه، (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب للنشر والتوزيع،

2015م)، ص 173.

(٢) عبد الباسط أحمد خليل، توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، مجلة دراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجامعة الأردنية، مجلد 53، العدد 6، 2026م.

والابتكاري في الإنتاج والعرض، والاستفادة من المقترحات التي يقدمها وفق سياق المادة الإعلامية، لزيادة وصول المحتوى لأكبر عدد ممكن من الجمهور، وزيادة المتابعين لتلك لقنوات التلفزيونية الأردنية. (٢) دراسة مصطفى عباس محمد (2023)<sup>(١)</sup>: هدفت الدراسة إلى الكشف حول آليات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني، واعتمدت على المنهج المسحي، وبعينه قصدية مكونة من 60 مفردة من المتخصصين، والخبراء في العاملين بمجال صناعة المحتوى وفق الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج حول توظيف AI ومن أبرزها، أولاً تحويل البيانات إلى رسوم توضيحية، ويسهم هذا أمر في توفير الجهد والوقت، وبالإضافة إلى تعزيز القيمة الجمالية للمحتوى، ثانياً التحقق من المحتوى الزائف والمفبرك، عبر الكشف عن طبيعة المواد المتداولة في منصات التواصل الاجتماعي والتحقق من صحتها، ثالثاً تطوير أساليب الإنتاج والإخراج عبر اقتراحات توليدية مناسبة لصناعة المحتوى التلفزيوني، وبما يتلاءم مع تطورات الإعلام الحديثة في السياق العربي والعالم.

### المبحث الثاني: التحول الرقمي في الإعلام وواقع استخدامات المذيع الافتراضي

أولاً: الإعلام الرقمي وأثر تحولاته في العمل الإعلامي:

يشير مفهوم الإعلام الرقمي إلى أنه "المحتوى الإعلامي الذي يتم إنتاجه، وتوزيعه عن طريق الوسائط الرقمية، مثل البث المباشر عبر الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الرقمية، ويعتمد على تقنيات الحاسوب التي تتيح نشر المعلومات بسرعة، ووصول أكبر إلى الجمهور"<sup>(١)</sup>، وكما يعرف أيضاً حسب كلية شريديان التكنولوجية بأنه "نوع من الإعلام الحديث الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص، والصوت، والصورة، والفيديو معاً، وتعد التفاعلية هي أهم ما يميز سماته"<sup>(٢)</sup>، وهناك خصائص يتميز بها الإعلام الرقمي عن التقليدي وهي كما يلي<sup>(٤)</sup>:

- ١) يعتمد على التفاعلية المباشرة بين المرسل والمستقبل.
  - ٢) يسمح للجمهور المشاركة في صناعة المحتوى عن طريق التعليقات، ومشاركة المحتوى والتفاعل معه، ومتابعة البث المباشر للأخبار والبرامج الخاصة بالمنصة الإعلامية.
  - ٣) بفضل الخوارزميات الذكاء الاصطناعي فإنه سريع الانتشار والوصول لجمهور عالمي وواسع.
  - ٤) أقل تكلفة من الإعلام التقليدي من جانب المعدات الرقمية والأستوديوهات.
- كما ساعد التطوير التقني في تعزيز أثر الإعلام الرقمي، وتقبل المؤسسات الإعلامية التأقلم مع البيئة الجديدة لغرض ضمان البقاء، والاستفادة من خدماته الجديدة لتطويع شكل وعرض المحتوى، ومن أبرزها هي<sup>(٥)</sup>:

- ١) توظيف أدوات مبتكرة رقمياً، مثل برامج المونتاج الحديثة، ومنصات إنتاج قابلة للتكيف مع طبيعة المحتوى، ووفق نوعيه ظهوره كفيديو، أو بودكاست، أو محتوى تفاعلي، وبشكل جذاب وممتع وعصري.
- ٢) أتمتة المهام من جانب النشر والتحرير، وتوفير الجهد والوقت، ومع التركيز على المحتوى الإبداعي.

(١) مصطفى عباس محمد، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني، مجلة آداب المستنصرية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، المجلد 47، العدد 102، 2023م.

(٢) محمود عبد السلام علي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2019م)، ص 60.

(٣) علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، (عمان: دار المعزز للنشر، 2017م)، ص 11.

(٤) عبد الكريم علي الديبسي، الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2023م)، ص 23.

(٥) ينظر بذلك:

- خيرة مكرتار، التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية: دراسة تحليلية نقدية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، المجلد 12، العدد 4، 2025م، ص 305.

- حامد محمد بخيت، تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الإعلام الرقمية على واقع صناعة الصحافة وعلاقتها بإدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، المجلد 72، العدد 72، 2024م، ص

٣) تخصيص المحتوى إذ ساهم هذا الأمر في تعزيز البنية الهيكلية، في سياق الإعداد للمادة الإعلامية، ووفق تحول رقمي شامل، يناسب شرائح الجمهور الساعي إلى سد رغباته المعرفية وبيني هويته الخاصة به.

٤) تحسين الخدمات وذلك عبر توفير خدمات جديدة لم تكن متوفرة في السابق، مثل تقنية البث المباشر على صفحة المنصة الإخبارية في شبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن القول إن التطور التكنولوجي الحديث، ساعد على دمج التقنيات الرقمية في جميع مفاصل العمل الإعلامي، بدءاً من أول خطوة التي تشمل جمع المعلومات، وإنتاج المحتوى إلى خطواته الأخيرة للنشر وقياس التفاعل، وهذا التحول ساعد على تبني رؤية جديدة في إنتاج ونشر المحتوى الرقمي، بناءً على وجود جمهور متصل على مدار الساعة بالإنترنت، ويرغم بالحصول على معلومات فورية، وملخصة عن القضايا والأحداث الجارية في العالم العربي والعالي، ولذلك تعددت منصات النشر الرقمي على شبكات التواصل الاجتماعي، و التطبيقات الذكية على الأجهزة المحولة الخاصة بالمؤسسات الإخبارية، مع الارتكاز على البرمجيات الذكية في النشر والتحرير للمحتوى، و الاستفادة القصوى من البيانات الضخمة؛ لتقديم رؤية شاملة حول طبيعة الجمهور المستهدف للمحتوى، وكل هذا ساعد على توفير أرضية صلبة وجديدة، مساهمة في توليد محتوى رقمي إعلامي، يتوافق مع أهداف المؤسسات الإعلامية الراغبة بصناعة المحتوى ووفقاً لنوعية مضمونه.

#### ثانياً: مفهوم المذيع الافتراضي وواقع استخداماته في المؤسسات الإعلامية:

يعرف المذيع الافتراضي بأنه عبارة عن شخصية رقمية، يتم تكوينها عبر خوارزميات التعلم العميق، ويتميز في تحويل الكلام المكتوب إلى منطوق، ومحاكاة الأيماءات، والحركات الجسدية للشخصية البشرية الأصلية التي تم استنساخها منها، وتظهر بهيئة أفتار حقيقة، قادرة على قراءة النشرة، وبصوت اصطناعي متوافق مع تعابير الوجه، وحركة الشفاه وتقنية متطورة للغاية<sup>(١)</sup>، كما تم إعداد ظهور المذيع الأخبار التوليدي، وهو يتحدث بنفس اللغة التي تم إنشائه من خلال البلد المصنع له، فضلاً عن إنه يتحدث في بعض الأحيان بنفس طبقات صوتهم البشري<sup>(٢)</sup>، وبالإضافة إلى ذلك يستطيع المذيع الافتراضي تقديم المحتوى بشكل مستمر بلا توقف، وعلى مدار اليوم 24 ساعة متواصلة، ولا يحتاج على راحة مثل المذيع البشري التقليدي<sup>(٣)</sup>، واستخدامه يساهم في خفض تكاليف التشغيل والإنتاج؛ لأنه يعتمد على أستوديوهات افتراضية، عكس المذيع البشري الذي يحتاج إلى أستوديوهات كبيرة وصغيرة وفريق كبير من الإنتاج<sup>(٤)</sup>. وتضمنت العديد من الدول استخدام مذيع الذكاء الاصطناعي في تقديم نشرات الأخبار، وكانت من أوائل هذه الدول هي الصين في تصدر هذا المشهد الإعلامي التقني، إذ سعت إلى تقديم المذيع الافتراضي باسم "إي أي" ضمن المؤتمر العلمي الخامس للإنترنت، في شرقي الصين ضمن مقاطعة تشغيانغ عام 2018م، وبذلك بظهوره في تقديم نشرة أخبار متكاملة ضمن التلفزيون الوطني الرسمي، وكانت هي أول تجربة في دمج تلقائي بين الصورة والصوت وبشخصية افتراضية أفتار مناسبة لشكل ظهور المذيع الصيني<sup>(٥)</sup>، ثم تلتها روسيا عبر وكالة "تاس" الروسية وبالتعاون مع وكالة "شينخوا"

(1) -Nur Fitria, Tira. "Artificial Intelligence (AI) News Anchor: How AI's Performance in Journalistic Sector?". Indonesia Technology-Enhanced Language Learning (iTELL) Journal 1: 2024, p29-4.

-Walia, C. K. "Artificial Intelligence and News Anchoring: Transformations, Challenges, and Ethical Implications". ShodhVichar: Journal of Media and Mass Communication 1: 2025, p109-115.

(2) Li, Linhan. "Impact of AI Virtual Anchors on Traditional News Anchors". International Journal of Knowledge Management (IJKM) 21: 2025, p60.

(3) Li, Linhan. "Impact of AI Virtual Anchors on Traditional News Anchors". p13.

(4) Zhu, Zhengan, and others. "When AI Meets Livestreaming: Exploring the Impact of Virtual Anchor on Tourist Travel Intention". Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research 20: 2025, p239.

(٥) ينظر بذلك:

الصينية، وتم إطلاقه ضمن الاحتفاليات السبعون في تعميق العلاقة بين الصين وروسيا، في منتدى الاقتصادي الدولي سان بطرسبرج عام 2019م، وانتجت مذيع الذكاء الاصطناعي تحت اسم "شين شياو"، وكانت المذيع الافتراضية تحاكي تصرفات المذيع التقليدي في تعبيرات الوجه وتصرفاته الطبيعية<sup>(1)</sup>، ثم بعدها كانت لكوريا الجنوبية ظهور مميز أيضاً في إنشاء مذيع افتراضية باسم (Alkim)، وجرى تقديمها ضمن قناة MBN الوطنية عام 2020م، وكانت أول مذيع تقرأ موجز إخبارياً في بث مباشر على الهواء، وبطريقة تحاكي النسخة الاصلية للمذيع البشرية التي تم استنساخها، وذلك باعتمادها على تسجيلات سابقة للمذيع الكورية، ودمج كافة تحركاتها وإيماءات وجهها، لتخرج بشكل مبهر وهي تنقل الأخبار، مع اختلاف في إنشاء صوت آلي بدلاً من الصوت البشري، لكن دون اختلاف في طبقات الصوت، وكانت أول طفرة تجسد عمق الانسجام في الإخراج الهندسة للمذيع الافتراضي<sup>(2)</sup>، أما في واقع التجربة العربية إذ كانت لدولة الكويت الأولية في هذا المجال، عبر إعلان صفحة الكويت نيوز إطلاق مذيع الذكاء الاصطناعي (فضة) عام 2023م، ثم عبر إعلان وكالة كونا الكويتية أيضاً مذيعها الافتراضي (عبدالله العصيمي) أيضاً عام 2023م، وذلك عن طريق دمج شخصيات حقيقية عاملة في المؤسسات الكويتية، وتظهر بنسخة أفتار للشخصية المستنسخة، وكان ذلك أيضاً في أول ظهور لمذيع يتحدث اللغة العربية في الشرق الأوسط<sup>(3)</sup>، ثم تبعتها مركز الجزيرة بظهور مذيعها الافتراضي (ابتكار) ضمن إعلان معهد الجزيرة في المؤتمر الذكاء الاصطناعي في الإعلام، والذي تم انعقاده في الدوحة عام 2023م، وقالت "أنا ابتكار اعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي وصادرة عن معهد الجزيرة لإعلام"، ثم بعدها كان أيضاً ظهور لمذيع خاصة بقناة الجزيرة وباسم (روعة أوجيه)<sup>(4)</sup>. إذ كان كل ما عرضناه لبدائيات ظهور المذيع الافتراضي، هو نبذة بسيطة تجسد عمق التطور التكنولوجي الذي أسفره من دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، وما زلنا لغاية اليوم في تطور مستمر لهذه التقنيات الذكية، التي تشهد نمواً يوماً بعد يوم، فنحن في نعيش الآن في زمن لا يعرف السكون، وعلى المؤسسات الإعلامية التأقلم مع هذه الحداثة، لأن التكنولوجيا لا تنتظر أحد، يربح فقط من واكب وطور تقنياته وأدواته معها، لتعزيز تواجده في العالم الرقمي المتسارع.

### المبحث الثالث: الإطار العملي الدراسة التحليلية

- قناة الجزيرة الإخبارية، تطور لا يسر مقدمي النشرات.. الصين تبتكر مذيعاً تلفزيونياً آلياً، متاح على الرابط: <https://aja.me/f4v7g>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/1.

- Wang, X. "Research on the Training Model of Broadcasting and Hosting Talents under the Background of AI Anchors". Academic Journal of Humanities & Social Sciences 4: 2021, p10.

(1) ينظر بذلك:

- وكالة رويترز، شينخوا تقدم مذيع أخبار روبوت عبر تقنية الذكاء الاصطناعي، متاح على الرابط: <https://2u.pw/J4YmDJ>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/1.

- العين الإخبارية، إطلاق أول مذيع روبوت.. تتحدث الروسية، متاح على الرابط: <https://2u.pw/AD3uAQ>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/2.

(2) موقع قناة روسيا اليوم، أول مذيع أخبار بتقنية الذكاء الاصطناعي، متاح على الرابط: <https://ar.rt.com/p790>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/3.

(3) ينظر بذلك:

- موقع قناة CNN بالعربية، يعمل بتقنية "أفتار" وكالة الأنباء الكويتية تعلن إطلاق أول مذيع أخبار افتراضي، متاح على الرابط: <https://2u.pw/8X2j8N>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/4.

- موقع قناة BBC عربي، الذكاء الاصطناعي فضة أول مذيع شقراء تعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي في الكويت، متاح على الرابط: <https://shortlink.uk/1tGLY>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/4.

(4) قناة الجزيرة الإخبارية، خبراء يناقشون في مؤتمر الجزيرة قضايا الذكاء الاصطناعي في الإعلام، متاح على الرابط: <https://aja.me/lipw12>، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/4.

جدول (1) نوع المضمون الإخباري المقدم من قبل المذيع الافتراضي لمحتوى صفحة (OSBU) على فيسبوك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	نوع المضمون الإخباري
الأولى	29.61%	130	الموضوعات التكنولوجية
الثانية	22.32%	98	الموضوعات الثقافية
الثالثة	17.77%	78	الموضوعات الدينية
الرابعة	13.90%	61	الموضوعات السياسية
الخامسة	10.02%	44	الموضوعات الرياضية
السادسة	6.38%	28	الموضوعات البيئية
	100%	439	المجموع

نستكشف من بيانات جدول (1) الفئات الرئيسية لنوع المضمون الإخباري المقدم من قبل المذيع الافتراضي لمحتوى صفحة (OSBU) على فيسبوك، والبالغ عددها 6 مضامين رئيسية، إذ احتلت بالمرتبة الأولى فئة (الموضوعات التكنولوجية) وبتكرار (130) وبنسبة مئوية بلغت (29.61%)، ثم تلتها بالمرتبة الثانية فئة (الموضوعات الثقافية) وبتكرار (98) وبنسبة مئوية بلغت (22.32%)، وفي المرتبة الثالثة حلت فئة (الموضوعات الدينية) وبتكرار (78) وبنسبة مئوية بلغت (17.77%)، ثم جاءت بالمرتبة الرابعة لفئة (الموضوعات السياسية) وبتكرار (61) وبنسبة مئوية بلغت (13.90%)، أما في المرتبة الخامسة كانت لفئة (الموضوعات الرياضية) وبتكرار (44) وبنسبة مئوية بلغت (10.02%)، وجاءت بالمرتبة السادسة والأخيرة فئة (الموضوعات البيئية) وبتكرار (28) وبنسبة مئوية بلغت (6.38%).

جدول (2) يبين الفئات الفرعية للموضوعات التكنولوجية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تسليط الضوء على التحولات التقنية في صناعة المحتوى العربي	51	39.23%	الأولى
2	الإشارة إلى تامين صدارة المملكة العربية السعودية في استراتيجية استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية	30	23.08%	الثانية
3	الكشف عن ابتكارات تطبيقات تقنية لموسم الحج والعمرة	22	16.92%	الثالثة
4	الاهتمام بابتكار قمر صناعي سعودي طلابي	16	12.31%	الرابعة
5	مناقشة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي	7	5.38%	الخامسة
6	متابعة إطلاق اول قمر صناعي لخدمة شبكات الاتصال في عمان	4	3.08%	السادسة
	المجموع	130	100%	

يظهر جدول (2) الفئات الفرعية للموضوعات التكنولوجية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي، إذ حلت بالمرتبة الأولى فئة (تسليط الضوء على التحولات التقنية في صناعة المحتوى العربي) وبتكرار (51) وبنسبة مئوية بلغت (39.23%)، إذ نشر صفحة اتحاد السبوح خبر جاء فيه: -"انطلاق فعاليات المنتدى السعودي للإعلام 2026، والذي يجمع الإعلاميين العرب في قلب الرياض، بما يتضمنه من جلسات وورش عمل متقدمة في جانب التطور الإعلامي، ويستعرض

التوجهات الرقمية الجديدة في صناعة المحتوى عربياً وعالمياً<sup>(١)</sup>، إذ ركز اتحاد اوسبو على محور التحول في المؤسسات الإعلامية التي تمتلك الأدوات، إلى المؤسسات التي توظف المهارة الرقمية في الإنتاج الإعلامي، للحفاظ على استقلالية بقائها والاستمرار في المنافسة، وذلك من حيث التغيير في شكل الخبر وآليات انتاجه، وطرق التصوير من الكاميرا التقليدية إلى الهاتف الذكي، وصولاً إلى توظيف الذكاء الاصطناعي كشرك أساسي في صناعة الرقمية، بما يمكن الصحفيين الهواة والعاملين في المؤسسات الإعلامية العربية، من إنتاج محتوى عربي متكامل يحافظ على الإبهار البصري، وسرعة الانتشار، ويفهم لغة منصات التواصل، ويصل إلى الجمهور المستهدف بدقة. وفي المرتبة الثانية جاءت فئة (الإشارة إلى تامين صدارة المملكة العربية السعودية في استراتيجية استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية) وبتكرار (30) وبنسبة مئوية بلغت (23.08%)، ففي خبر تم نشره عبر صفحة اتحاد اوسبو جاء فيه:- "الإشادة بدور المملكة العربية السعودية، في ملتقى الفجيرة للتجارب السعودية في تحديث أنظمة الإعلام، وتوظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير البث والارشفة الرقمية والفهرسة الصوتية"<sup>(٢)</sup>، إذ اهتم اتحاد اوسبو بإبراز الدور الريادي السعودي من توظيفه للذكاء الاصطناعي في قيادة المنظومة الإعلامية الجديدة، والإشادة العربية والعالمية بنجاحه لهذا التوظيف، كما أن هذا التثمين جاء عن طريق واسع وطويل للتحول في هيكلية العمل الصحفي، وكيفية التعامل مع البيانات الضخمة، وهو ما أنتج عن صناعة ممنهجة في الإعلام السعودي، كمثال يتحذى به في الإعلام العربي. أما في المرتبة الثالثة برزت فئة (الكشف عن ابتكارات تطبيقات تقنية لموسم الحج والعمرة) وبتكرار (22) وبنسبة مئوية بلغت (16.92%)، إذ تم نشر خبر مفاده:- "أطلقت وزارة الحج والعمرة السعودية ضمن فعاليات مؤتمر الحج 2025، تجربة الواقع الافتراضي لمناسك الحج، بهدف تقديم المعلومات الأساسية، ونشر المعرفة الشرعية، وتوظيف التقنية الحديثة لخدمة المسلمين"<sup>(٣)</sup>، حيث كان الاهتمام بالابتكار ليس فقط من جانب الإعلام، بل أيضاً في الابتكار الرقمي في موسم الحج، وذلك في الأتمتة الرقمية لرحلة الحج، وإطلاق تطبيقات خدمية، مثل تطبيق العيادة الافتراضية لتقديم الاستشارات الطبية عن بعد، والروبوتات التفاعلية لتقديم الإرشادات للحجاج والمعتمرين في مشاعر المقدسة، وتقنيات إدارة الحشود في المحفل الإيماني المقدس عبر أنظمة الذكاء الاصطناعي، وكل هذه الخدمات المقدمة تسهم في دعم نجاح موسم الحج وفق أعلى معايير الابتكار التقني. وفي المرتبة الرابعة كانت لفئة (الاهتمام بالابتكار قمر صناعي سعودي طلابي) وبتكرار (16) وبنسبة مئوية بلغت (12.31%)، إذ نشر صفحة الاتحاد خبر مفاده:- "طلاب سعوديين يطلقون بنجاح أول قمر صناعي، في إنجاز علمي جديد يعزز الابتكار والبحث العلمي لدى الشباب"<sup>(٤)</sup>، إذ إن اتحاد اوسبو ركز على السيادة التقنية تبدأ من أروقة العلم، فتوطين التكنولوجيا الفضائية بسواعد شبابية، يمثل الركن الأساسي التي تنطلق منها الابتكارات الرقمية الأخرى، وإن هذا النجاح في الاتصال العالمي، يجسد القفزة النوعية التي تحققتها المملكة العربية السعودية، في مجال التطور الرقمي نحو فضاء واسع الأفق، وبرؤية جيل واع يفهم الخوارزميات، ولغة البيانات، وهندسة الفضاء، وبما يتلاءم مع رؤية السعودية لعام 2023م لمجال التطوير المستقبلي على كافة الأصعدة. وأما المرتبة الخامسة برزت فئة (مناقشة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي) وبتكرار (7) وبنسبة مئوية بلغت (5.38%)، وتم نشر خبر مفاده:- "أكد خبراء الإعلام في قمة بريدج 2025 إن الذكاء الاصطناعي والمنصات الرقمية يعيدان تشكيل مستقبل صناعة الإعلام، وعلى جميع المؤسسات الإعلامية في العالم التأقلم مع هذا التطور في ميدان العمل الإعلامي"<sup>(٥)</sup>، كما ركز أيضاً على أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، والتحقق من مدى جاهزيتها لكي تواكب التطورات الحديثة في الإعلام الذكي، والاستفادة من خدماته في إنتاج وتحرير المحتوى وتقليل تكاليف الإنتاج الضخمة. وثم بالمرتبة السادسة والأخيرة كانت لفئة (متابعة إطلاق اول قمر صناعي لخدمة شبكات الاتصال في عمان)

- (١) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/28، ث 0:1 د، ينظر: <https://2u.pw/5uD2kY>.
- (٢) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/20، ث 0:38 د، ينظر: <https://2u.pw/9ztTeN>.
- (٣) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/10، ث 1:14 د، ينظر: <https://2u.pw/XqwBgZ>.
- (٤) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/30، ث 1:20 د، ينظر: <https://2u.pw/E6BkVI>.
- (٥) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/9، ث 2:08 د، ينظر: <https://2u.pw/HpIz2O>.

وبتكرار (4) وبنسبة مئوية بلغت (3.08%)، إذ تم نشر خبر مفاده: "سلطنة عمان تطلق مشروع أول قمر صناعي وطني لخدمة الاتصالات لتعزيز السيادة الرقمية وبناء القدرات الوطنية في الفضاء"<sup>(1)</sup>، أذ عمل الاتحاد على بروز الحدث العربي من خلال تثبيت قمر صناعي جغرافي في المدار، بما يقدمه من خدمات تسهم في العمل وفق أعلى معايير لخدمة الاتصالات في سلطنة عمان و بأفضل سرعة رقمية متاحة.

جدول (3) يبين الفئات الفرعية للموضوعات الثقافية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تسليط الضوء على تمثيلات التراث العربي في المهرجانات السينمائية الدولية	43	43.88%	الأولى
2	الاهتمام بالفعاليات العالمية بمناسبة اليوم العالمي للغة العربية لترسيخ الهوية الرقمية للسان العربي	27	27.55%	الثانية
3	إطلاق مشروع الشارقة لتحويل الأدب العربي إلى دراما وسينما عالمية لمواجهة تغييب الرواية العربية	14	14.29%	الثالثة
4	متابعة إدراج المعالم التراثية العربية في قوائم اليونسكو للتراث	10	10.20%	الرابعة
5	متابعة نتائج مؤتمر الموسيقى العربي لتوثيق المقامات والايقاعات الشرقية	4	4.08%	الخامسة
	المجموع	98	100%	

يبين جدول (3) الفئات الفرعية للموضوعات الثقافية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي، والمتضمنة أربعة فئات، إذ احتلت المرتبة الأولى فئة (تسليط الضوء على تمثيلات التراث العربي في المهرجانات السينمائية الدولية) وبتكرار (43) وبنسبة مئوية بلغت (43.88%)، إذ تم نشر خبر في صفحة الاتحاد مفاده: "أعلن مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي، عن تجديد شراكته مع فيلم العلاء للعام الرابع على التوالي، ضمن جهود إبراز المواقع التراثية السعودية، وتقديمها للعالم كوجهة عالمية مناسبة للتصوير وصناعة الأفلام"<sup>(2)</sup>، إذ تضمنت في النشرة اهتماماً بالمهرجانات الدولية، وفي ابرز الهوية العربية والحفاظ عليها، مع توظيف التراث الصرخي الصامت بعمقه التاريخي، إلى بيئة رقمية تسهم في جذب المنتجات العالمية السينمائية، وجعلها كمادة خام مناسبة للتصوير، وبما يعزز من عوائد نفعية للاقتصاد السينمائي للدول العربية. تليها بالمرتبة الثانية فئة (الاهتمام بالفعاليات العالمية بمناسبة اليوم العالمي للغة العربية لترسيخ الهوية الرقمية للسان العربي) وبتكرار (27) وبنسبة مئوية بلغت (27.55%)، ففي خبر تم نشره في صفحة الاتحاد جاء فيه: "تنطلق فعاليات اليوم العالمي للغة العربية بباريس في اليوم الثامن عشر من شهر ديسمبر لسنة 2025، وبتنظيم من قبل مؤسسة سلطان بن عبد العزيز آل سعود الخيرية واليونسكو، وتحت شعار آفاق مبتكرة للغة العربية سياسيات وممارسات لمستقبل لغوي أكثر شمولاً، وتشمل الفعاليات عروض، وفقرات ثقافية تعزز مكانة اللغة العربية عالمياً"<sup>(3)</sup>، ركز الاتحاد على أهمية اللغة العربية ونفوذها العالمي الذي يتجاوز الحدود الجغرافية بلسانها عريق الأصالة، كما أن الاحتفال باللغة يشكل تواجد سيادي في فرض اللغة العربية مكانة دولية ضمن اللغات العالمية، لضمان أن تكتب وتوثق السردية العربية بلغة أصحابها، ومحل فخر بالهوية العربية في تمكن اللسان العربي، في التعبير عن نفسه بمصطلحاته المتميزة والخاصة بلغته. وأما بالمرتبة الثالثة جاءت فئة (إطلاق مشروع الشارقة لتحويل الأدب العربي إلى دراما وسينما عالمية لمواجهة تغييب الرواية العربية)

- (1) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/23، ث 0:27 د، ينظر: <https://2u.pw/cdcC4j>
- (2) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/2، ث 1:12 د، ينظر: <https://2u.pw/L1x8Kw>
- (3) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/15، ث 1:20 د، ينظر: <https://2u.pw/rax7Rg>

وبتكرار (14) وبنسبة مئوية بلغت (14.29%)، ففي خبر تم نشره مفاده:- "الشارقة تطلق مشروع من الصفحة إلى الشاشة، لتحويل الأدب العربي إلى دراما تلفزيونية وسينمائية، تعكس ثراء السرد العربي، وتقديمه لجمهور أوسع، بهدف تعزيز التكامل بين صناعة النشر، والإنتاج الدرامي في العالم العربي"<sup>(١)</sup>، إذ أن هذا العمل في خطوة استباقية للشارقة، عملت على تحويل مشروع الاعمال الأدبية إلى نتاج سينمائي وتلفزيوني، وذلك ضمن خطة استراتيجية عربية ثقافية، لا تكتفي في حفظ التراث الأدبي ورقياً، بل يتعدى ذلك لضمان وصول وتوثيق النتاجات العربية، ونشرها إلى منصات الشاشة الصغيرة والكبيرة، وساحات السينما الكبرى. وفي المرتبة الرابعة حلت فئة(متابعة إدراج المعالم التراثية العربية في قوائم اليونسكو للتراث) وبتكرار (10) وبنسبة مئوية بلغت (10.20%)، ففي خبر تم نشره على صفحة الاتحاد جاء فيه:- "احتقلت الكويت بإدراج الديوانية، على قائمة التراث الثقافي غير المادي لليونسكو، مما يعكس حرص القيادة الكويتية على صون الموروث الوطني، وتعزيز حضور الثقافة الكويتية دولياً"<sup>(٢)</sup>، تضمن الخبر الاهتمام بنجاح دولة الكويت في حفظ هويتها الاجتماعية، إلى موروث واسع النطاق، في خطوات لضمان توثيق التراث العمراني من التغييب الثقافي، وتحويله ضمن صدارة المعالم السياحية العالمية. أما في المرتبة الخامسة والأخيرة كانت لفئة(متابعة نتائج مؤتمر الموسيقى العربي لتوثيق المقامات والايقاعات الشرقية) وبتكرار (4) وبنسبة مئوية بلغت (4.08%)، إذ تم نشر خبر مفاده:- "ترأس المستشار تركي ال شيخ مؤتمر الموسيقى العربي لتوثيق المقامات والايقاعات الشرقية، وأكد على أهمية وضع مخرجات علمية تخدم الباحثين، وتدعم الحفظ الرقمي للتراث الموسيقي العربي"<sup>(٣)</sup>، إذ كان الاهتمام الدولي يستهدف أيضاً حفظ النتاج الموسيقي العربي ضمن آليات جديدة، تضمن البقاء على جمالية الايقاعات الشرقية الأصلية، وإن يتم توظيفها بطرق تناسب استخدام المحتوى الرقمي الحديث.

**جدول (4) يبين الفئات الفرعية للموضوعات الدينية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي**

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	42.31%	33	تأكيد الدور الريادي لاتحاد اوسبو والأوقاف المصرية في تنظيم دورات تدريبية لتعزيز الخطاب الوسطي	1
الثانية	20.51%	16	الاهتمام بالمسابقات القرآنية لذوي الهمم لتعزيز اندماجهم المجتمعي والإنساني	2
الثالثة	16.67%	13	متابعة التنسيق بين مسؤولي الإذاعات في الوطن العربي لتدعيم الرسالة الإعلامية الدينية عبر الأثير	3
الرابعة	14.10%	11	تسليط الضوء على جهود المركز الإعلامي السعودي لتغطية موسم الحج بأحدث التقنيات	4
الخامسة	6.41%	5	رصد الزيارات الدولية لرابطة العالم الإسلامي في دول العالم لتعزيز الحوار والتعايش وصورة الإسلام الحقيقية	5
	100%	78	المجموع	

يوضح الجدول (4) تصدر خمس فئات فرعية للموضوعات الدينية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي، إذ حلت بالمرتبة الأولى فئة(تأكيد الدور الريادي لاتحاد اوسبو والأوقاف المصرية في تنظيم دورات تدريبية لتعزيز الخطاب الوسطي) وبتكرار (33) وبنسبة مئوية بلغت (42.31%)، ففي خبر تم نشره ضمن صفحة اتحاد اوسبو مفاده:- "برعاية رئيس الأوقاف المصري الدكتور أسامة الأزهرى، نظم اتحاد اوسبو وبالتعاون مع الأوقاف المصرية، الدورة العاشرة ضمن الإعلام الديني في المسجد الكبير بالعاصمة الإدارية بمصر، وبمشاركة واسعة من الإعلاميين والأئمة

(١) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/10، ث 1:30 د، ينظر: <https://2u.pw/XqwBgZ>

(٢) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/11، ث 2:14 د، ينظر: <https://2u.pw/CcKNAv>

(٣) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/30، ث 1:06 د، ينظر: <https://2u.pw/E6BkVI>

العرب، وتهدف هذه الدورة إلى تعزيز الخطاب الديني ويواكب العصر ويجسد وسطية الإسلام وعدالته<sup>(١)</sup>، إذ تنظمت النشرة ضمن محاورها التأكيد على أهمية التنقيف الديني المتواصل، عن طريق العاملين في قطاع الإعلام، و أئمة وشيوخ المساجد الدينية في الوطن العربي، لدورهم الأساسي في نشر الرسالة الدينية المنضبطة، وعلى أن يكونوا حائط سد منيع الذي يحافظ على عقلية المسلم من الاغواج الفكري، ونشر الخطاب الديني الموحد. وأما في المرتبة الثانية كانت لفئة (الاهتمام بالمسابقات القرآنية لذوي الهمم لتعزيز اندماجهم المجتمعي والإنساني) وبتكرار (16) وبنسبة مئوية بلغت (20.51%)، إذ تم نشر خبر مفاده:- "نظمت رابطة العالم الإسلامي أول مسابقة قرآنية دولية للمكفوفين في أندلسيا، لتعزيز دمج هذه الفئة في الفعاليات الدينية والثقافية، وتشجيع مشاركتهم في النشاط القرآني على المستوى العالمي"<sup>(٢)</sup>، إذ كان أيضاً ضمن النشرة الاهتمام بالمسابقات القرآنية لذوي الهمم، وتحويل طاقاتهم من الضعف البصري، إلى استبصار قرآني ينافس في المحافل الدولية، عن طريق توظيف مهاراتهم الذهنية في جانب القراءة، وحفظ القرآن الكريم، وتجويده، وتعزز ثقتهم بقدراتهم، وتواجههم في الأنشطة الدينية وتقديم كافة سبل الدعم إليهم. وفي المرتبة الثالثة حلت لفئة (متابعة التنسيق بين مسؤولي الإذاعات في الوطن العربي لتدعيم الرسالة الإعلامية الدينية عبر الأثير) وبتكرار (13) وبنسبة مئوية بلغت (16.67%)، إذ تم نشر خبر عبر صفحة الاتحاد جاء فيه:- "عقد رئيس اتحاد اوسبو الدكتور عمر الليثي اجتماعاً موسعاً مع رؤساء إذاعات القرآن الكريم في الوطن العربي، لمناقشة سبل تعزيز التكامل الإعلامي بين الإذاعات الإسلامية"<sup>(٣)</sup>، إذ ركز اتحاد اوسبو على أهمية التعاون الدولي المشترك بين الإذاعات الإسلامية لغرض تنسيق البرامج الدينية والإرشادية وتطوير المحتوى الديني الإعلامي، ونشر الوعي الديني بين الدول العربية وبمنهجية وسطية موحدة. أما في المرتبة الرابعة برزت لفئة (تسليط الضوء على جهود المركز الإعلامي السعودي لتغطية موسم الحج بأحدث التقنيات) وبتكرار (11) وبنسبة مئوية بلغت (14.10%)، إذ تم نشر خبر مفاده:- "إعلاميون دوليون يشيدون بجهود السعودية ومركزها الإعلامي الخاص بموسم الحج، وتغطيته المباشرة، ومتابعته الرقمية المكثفة على منصات التواصل الرقمي، لتقدم الخدمات الإعلامية الغير محدودة للقنوات والوكالات العربية والعالمية لنقل مناسك الحج"<sup>(٤)</sup>، حيث كان الاهتمام بجهود المركز الإعلامي السعودي المخصص لنقل مناسك الحج، ودقة توصيل الصورة والصوت الى كافة المؤسسات الإعلامية المشتركة في التغطية المستمرة لضيوف الرحمن، وتسهيل نقل شعائر الحج من قلب مكة المكرمة إلى شاشات التلفاز ومنصات الرقمية الإعلامية العربية والعالمية. وفي المرتبة الخامسة والأخيرة كانت فئة (رصد الزيارات الدولية لرابطة العالم الإسلامي في دول العالم لتعزيز الحوار والتعايش وصورة الإسلام الحقيقية) وبتكرار (5) وبنسبة مئوية بلغت (6.41%)، إذ تم نشر خبر عبر صفحة الاتحاد مفاده:- "الرئيس الأندلسي يستقبل الأمين العام لرابطة العالم الإسلامي الشيخ الدكتور محمد العيسى في القصر الجمهوري بالعاصمة جاكارتا، ويشيد بجهود الرابطة في تعزيز القيم الإسلامية والحوار بين الثقافات ونشر قيم الاعتدال ومحاربة التطرف"<sup>(٥)</sup>، إذ سعى اتحاد اوسبو بتسليط الضوء على أهمية زيارات منظمة رابطة العالم الإسلامي في دول العالم، واثار فائدة تلك الزيارات في محاربة التطرف، واحترام الأديان والثقافات المختلفة، ونشر قيم التسامح والتعايش الإنساني.

- 
- (١) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/1، ث 0:1 د، ينظر: <https://2u.pw/Ob3DzX>
  - (٢) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/12/9، ث 1:20 د، ينظر: <https://2u.pw/Hplz2O>
  - (٣) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/19، ث 1:00 د، ينظر: <https://2u.pw/Rphrwe>
  - (٤) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/12، ث 1:09 د، ينظر: <https://2u.pw/LSrsxf>
  - (٥) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/6، ث 1:10 د، ينظر: <https://2u.pw/LaF8Pr>

جدول (5) يبين الفئات الفرعية للموضوعات السياسية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	49.18%	30	الاهتمام بالموقف الموحد لمنظمة التعاون الإسلامي تجاه تهجير الفلسطينيين	1
الثانية	27.87%	17	إبراز التحركات الدبلوماسية لمنظمة التعاون الإسلامي لدعم الشرعية في اليمن	2
الثالثة	14.75%	9	متابعة مخرجات اجتماع وزراء الإعلام العرب تجاه القضية الفلسطينية	3
الرابعة	8.20%	5	رصد الاحتفالات بعيد الاستقلال الوطني اللبناني	4
	100%	61	المجموع	

يبين لنا الجدول (5) الفئات الفرعية للموضوعات السياسية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي، إذ برزت في المرتبة الأولى فئة (الاهتمام بالموقف الموحد لمنظمة التعاون الإسلامي تجاه تهجير الفلسطينيين) ويتكرر (30) وبنسبة مئوية بلغت (49.18%)، ففي خير تم نشره في صفحة اتحاد أوسبو مفاده: "أعربت منظمة التعاون الإسلامي عن رفضها القاطع لأي خطط تهدف إلى تهجير الشعب الفلسطيني، وتدعو المجتمع الدولي بالتحرك السريع لضمان حرية الحركة للمواطنين و إيصال المساعدات الإنسانية"<sup>(1)</sup>، إذ برز في النشرة إيلاء الأهمية عبر رفض سياسات الإخلاء الإجباري الذي يتبعها الكيان الصهيوني تجاه دولة فلسطين، ودعت إلى إيصال الصوت الفوري عبر تعاون جميع الدول العربية من أجل تقديم المساعدات الإنسانية بأسرع وقت ممكن، والعمل على حل الدولتين لغرض عدم اتساع نطاق الصراع بين الطرفين. وفي المرتبة الثانية كانت لفئة (إبراز التحركات الدبلوماسية لمنظمة التعاون الإسلامي لدعم الشرعية في اليمن) ويتكرر (17) وبنسبة مئوية بلغت (27.87%)، ففي خبر لصفحة الاتحاد جاء فيه: "جددت منظمة التعاون الإسلامي دعمها الكامل لوحدة الجمهورية اليمنية، وسلامة أراضيها، مؤكدة رفضها لأي ممارسات تهدد أمن البلد واستقراره"<sup>(2)</sup>، نلاحظ أن الاهتمام أيضاً في النشرة كان في فرض ونشر السلام المستديم في اليمن، وأهمية حماية ممتلكات الدولة اليمنية من التدهور البيئي، وضمان الحفاظ على سيادة اليمن، وتحويل أزمات الصراع إلى ميدان للتفاوض، بما يحقق أمن وسلامة الشعب اليمني. أما المرتبة الثالثة حلت لفئة (متابعة مخرجات اجتماع وزراء الإعلام العرب تجاه القضية الفلسطينية) ويتكرر (9) وبنسبة مئوية بلغت (14.75%)، وفي خبر تم نشره جاء فيه: "وزراء الإعلام العرب في اجتماعهم المنعقد في القاهرة، يؤكدون موقفهم من دعم القضية الفلسطينية سياسياً وإنسانياً، مع أهمية حماية الصحفيين العاملين في غزة وتوفير الدعم اللازم لهم"<sup>(3)</sup>، إذ تضمنت النشرة تسليط الضوء على نتائج الاجتماع الموسع لوزراء الإعلام العرب، وتأكيد على إيلاء الأهمية لدولة فلسطين والتضامن معهم مع تأكيد على ضرورة حماية الصحفيين وتوفير الدعم لهم بما يضمن انجاز مهامهم دون أي إعاقة تعرق مهام عملهم. وفي المرتبة الرابعة والاختيرة كانت لفئة (رصد الاحتفالات بعيد الاستقلال الوطني اللبناني) ويتكرر (5) وبنسبة مئوية بلغت (8.20%)، وفي خبر تم نشره مفاده: "اتحاد اذاعات وتلفزيونات دول منظمة التعاون الإسلامي يهنئ لبنان بمناسبة عيد الاستقلال الوطني في الذكرى الثانية والثمانين، مؤكداً أهمية الوحدة الوطنية والتاريخ المشترك"<sup>(4)</sup>، حيث اهتم

- (1) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/7، ث 0:30، ينظر: <https://2u.pw/puGX5z>
- (2) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/31، ث 0:30، ينظر: <https://2u.pw/NpD9bA>
- (3) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/27، ث 0:03، ينظر: <https://2u.pw/nPIOKy>
- (4) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/11/23، ث 0:02، ينظر: <https://2u.pw/cdcC4j>

الاتحاد بالتهنئة الدولية لعيد الاستقلال الوطني اللبناني، كرسالة دعم باستقلالية وسيادة الشعب اللبناني، والحفاظ على كرامته وهويته، والتضامن معهم، وتعزيز مستوى التعاون فيما بينهم على مختلف الأصعدة. جدول (6) يبين الفئات الفرعية للموضوعات الرياضية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	43.18%	19	متابعة نتائج ومناقشات كأس العرب فيفا	1
الثانية	27.27%	12	رصد الاستعدادات النهائية لتصفيات كأس العالم 2026	2
الثالثة	20.46%	9	تسليط الضوء على مبادرات الاتحاد الدولي لكرة القدم لجائزة الفيفا للسلام	3
الرابعة	9.09%	4	متابعة منافسات كأس الأمم الإفريقية 2025	4
	100%	44	المجموع	

نستكشف من بيانات جدول (6) الفئات الفرعية البارزة للموضوعات الرياضية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي، إذ برزت في المرتبة الأولى فئة (متابعة نتائج ومناقشات كأس العرب فيفا) وبتكرار (19) وبنسبة مئوية بلغت (43.18%)، ففي خبر تم نشره في النشرة اتحاد اوسبو مفاده: "تأهلت الامارات إلى نصف نهائي كأس العرب فيفا 2025، بعد الفوز على الجزائر بحسب ما أعلنته اللجنة المنظمة للبطولة كأس العرب"<sup>(1)</sup>، إذ كانت للموضوعات الرياضية مساحة خاصة في للتواجد في نشرة اتحاد اوسبو، وكانت أبرز الفئات الرياضية هي مونديال كأس العرب فيفا لسنة 2025، لمتابعة إحصائيات البطولة، ومناقشة المنتخبات العربية، وتصريحات اللاعبين، و المدربين، بما يقدم للمتلقي المعلومات المتكاملة عن فعاليات المونديال المصغر للعرب. وفي المرتبة الثانية كانت لفئة (رصد الاستعدادات النهائية لتصفيات كأس العالم 2026) وبتكرار (12) وبنسبة مئوية بلغت (27.27%)، وفي خبر تم نشره على صفحة اتحاد اوسبو في مفاده: "تستعد العاصمة الأمريكية واشنطن لأجراء القرعة النهائية لكأس العالم 2026، بمشاركة سبعة منتخبات عربية للمرة الأولى في تاريخ البطولة، مع ترقب مشاركة العراق بعد منافسات الملحق العالمي"<sup>(2)</sup>، إذ تضمنت النشرة أيضاً الاهتمام بالنتائج النهائية، لقرعة المنتخبات العربية والأجنبية في تصفيات كأس العالم 2026، ومتابعة آخر الاستعدادات الكروية لغرض تحديد الموجهات الأولى، بين المنتخبات المتنافسة بما يشمل 46 فريقاً وبمواجهة عربية وأجنبية ضمن تصفيات البطولة. أما المرتبة الثالثة برزت فئة (تسليط الضوء على مبادرات الاتحاد الدولي لكرة القدم لجائزة الفيفا للسلام) وبتكرار (9) وبنسبة مئوية بلغت (20.46%)، إذ تم نشر خبر مفاده: "الاتحاد الدولي لكرة القدم يعلن جائزة الفيفا للسلام لتكريم المبادرات التي توظف الرياضة لخدمة الإنسانية"<sup>(3)</sup>، إذ سعت صفحة اتحاد اوسبو إلى توثيق المبادرات الرياضية وبيان اثر تلك الجائزة في الافراد الذين يساهمون في توحيد السلام في دول العالم ولنشرهم الامل و السعادة في نفوس اجيال المستقبل وتكريمهم امر ضروري لجهودهم المبذولة في تلك الخدمات. وفي المرتبة الرابعة والأخيرة كانت لفئة (متابعة منافسات كأس الأمم الإفريقية 2025) وبتكرار (4) وبنسبة مئوية بلغت (9.09%)، تم نشر خبر عبر صفحة اتحاد اوسبو جاء فيه: "افتتح منتخب الجزائر مشوراه في بطولة كأس الأمم الإفريقية 2025، بفوز كبير على السودان وبنلثة اهداف نظيفة على ارض ملعب مولاي الحسن بالرباط"<sup>(4)</sup>، حيث كان الاهتمام ايضاً بالأخبار الخاصة بكأس أمم أفريقيا 2025، ومتابعة نتائج التصفيات للمنتخبات المشاركة ضمن المونديال؛ لتقديم معلومات وافي للمتلقي حول فعاليات البطولة.

- (١) موقع (OSBU) على فيسبوك، بتاريخ 2025/12/13، ث1:25، ينظر: <https://2u.pw/MBjh8j>
- (٢) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/12/4، ث1:39، ينظر: <https://2u.pw/N1hUrX>
- (٣) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/11/6، ث0:59، ينظر: <https://2u.pw/U20yw7>
- (٤) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/12/25، ث0:37، ينظر: <https://2u.pw/NkEi3F>

جدول (7) يبين الفئات الفرعية للموضوعات البيئية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	57.14%	16	متابعة الخطط الدولية لتعزيز أمن الطاقة والحياد الكربوني	1
الثانية	39.29%	11	الاهتمام بإطلاق قمر صناعي مصري لدراسة تأثيرات العواصف الشمسية	2
الثالثة	3.57%	1	الاحتفاء بيوم منظمة التعاون الإسلامي للأمن الغذائي	3
	100%	28	المجموع	

يوضح لنا جدول (7) الفئات الفرعية للموضوعات البيئية ضمن نوع المضمون الإخباري المقدم عن طريق المذيع الافتراضي، إذ برزت في المرتبة الأولى فئة (متابعة الخطط الدولية لتعزيز أمن الطاقة والحياد الكربوني) وبتكرار (16) وبنسبة مئوية بلغت (57.14%)، ففي خبر تم نشره في صفحة اتحاد اوسبو جاء فيه:- "نائب رئيس الوزراء الماليزي يؤكد استكشاف لطاقة النوية تدريجياً، ووفق أسس علمية، لتعزيز أمن الطاقة وتحقيق الحياد الكربوني بحلول عام 2025"<sup>(1)</sup>، إذ اهتمت النشرة بجهود الدول الإسلامية لمحاربة التغيير المناخي، وذلك عن طريق انخفاض الانبعاثات الكربونية، والتوجه نحو الاقتصاد الأخضر، والتركيز على الاستهلاك المستدام والمدن الصديقة للبيئة. وفي المرتبة الثانية كانت لفئة (الاهتمام بإطلاق قمر صناعي مصري لدراسة تأثيرات العواصف الشمسية) وبتكرار (11) وبنسبة مئوية بلغت (39.29%)، وفي خبر تم نشره عبر صفحة الاتحاد مفاده:- "أعلنت وكالة الفضاء المصرية خطط نجاح إطلاق القمر الصناعي المصري SPNEX، ودخوله مداره، لبدء إرسال إشارات الأولى، ويخدم في دراسة خصائص الأيونوسفير، وتأثيرات العواصف الشمسية والمناخية"<sup>(2)</sup>، وشملت أيضاً ضمن المواضيع البيئية الاهتمام بدراسة أبحاث المناخ، والاستكشافات المسببة للاحتباس الحراري، للوصول إلى طرق معالجة الأزمات البيئية، وسبل التصدي لها، من منظور بحثي متطور بعيد عن التكهانات، عبر توظيف أجهزة رصد في الفضاء، تهدف لتوفير مستقبل أخضر للأجيال الواعدة. أما في المرتبة الثالثة والأخيرة حلت لفئة (الاحتفاء بيوم منظمة التعاون الإسلامي للأمن الغذائي) وبتكرار (1) وبنسبة مئوية بلغت (3.57%)، تم نشر خبر عبر صفحة اتحاد اوسبو جاء فيه:- "تحتفل مدينة جدة بيوم الأمن الغذائي لمنظمة التعاون الإسلامي، وسط تحذير بأكثر من مليون شخص في دول المنظمة يعانون من نقص الغذاء"<sup>(3)</sup>، إذ اهتم الاتحاد بالاحتفال السنوي بيوم الأمن الغذائي، مع تحذيرات دولية بالتحديات التي تواجه المنطقة العربية، من أزمة نقص الغذاء لبعض دول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي؛ التي تعاني من أوضاع اقتصادية وإنسانية هشة، والعمل على تقديم الدعم لهم لتفاني تلك الأزمة.

جدول (8) يبين طبيعة النطاق الجغرافي للمضمون الإخباري المقدم عبر المذيع الافتراضي في صفحة (OSBU)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة النطاق الجغرافي	ت
الأولى	65.60%	288	إقليمي	1
الثانية	22.32%	98	محلي	2
الثالثة	12.08%	53	دولي	3
	100%	439	المجموع	

- (1) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/11/12، ث40:00، ينظر: <https://2u.pw/LSrsxf>  
(2) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/12/15، ث32:01، ينظر: <https://2u.pw/rax7Rg>  
(3) موقع (OSBU) على فيسبوك بتاريخ 2025/12/13، ث02:00، ينظر: <https://2u.pw/MBjh8j>

يشير جدول (8) الخاص بطبيعة النطاق الجغرافي للمضمون الإخباري المقدم عبر المذيع الافتراضي في صفحة OSBU، إلى تصدر فئة (إقليمي) بالمرتبة الأولى وبتكرار (288) وبنسبة مئوية بلغت (65.60%)، ويعزى تصدر فئة إقليمي ضمن طبيعة النطاق الجغرافي في عينة البحث، إلى أن أغلب القضايا التي تم تسليط الضوء عليها تقع، ضمن حدود دول أعضاء منظمة التعاون الإسلامي، عن طريق رصد كافة الأحداث والقضايا التي تقع في العالم العربي، والتي تنصب ضمن جهود عمل اتحاد وإذاعات وتلفزيونات منظمة التعاون الإسلامي. وتليها بالمرتبة الثانية فئة (محلي) وبتكرار (98) وبنسبة مئوية بلغت (22.32%)، ولذلك لطبيعة مقر اتحاد اوسبو في المملكة العربية السعودية، إذ كانت أكثر الأخبار تركز على تغطية كافة الفعاليات الثقافية، والتكنولوجية، والسياسية، والدينية، والرياضية وغيرها ضمن اهتمام سعودي، ومما يجعل عدسة الكاميرا قريبة جداً من الأنشطة والفعاليات المحلية، لأنها يجسد تموضع النقل التنظيمي لنشاط الاتحاد. ثم بالمرتبة الأخيرة والثالثة كانت لفئة (دولي) وبتكرار (53) وبنسبة مئوية بلغت (12.08%).

جدول (9) نوع مصادر المعلومات الإخبارية في المحتوى المقدم عبر المذيع الافتراضي لصفحة OSBU

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	نوع مصادر المعلومات الإخبارية	ت
الأولى	38.57%	86	مصادر خاصة بالاتحاد من مراسلين ومندوبين	1
الثانية	26.46%	59	مصادر حكومية رسمية	2
الثالثة	17.94%	40	وكالات الأنباء العربية والعالمية	3
الرابعة	10.31%	23	القنوات التلفزيونية العربية والعالمية	4
الخامسة	4.04%	9	موقع انترنت	5
السادسة	2.69%	6	الصحف العربية والعالمية	6
	100%	223	المجموع	

يبين لنا جدول (9) نوع مصادر المعلومات الإخبارية في المحتوى المقدم عبر المذيع الافتراضي لصفحة OSBU، إذ حلت بالمرتبة الأولى فئة (مصادر خاصة بالاتحاد من مراسلين ومندوبين) وبتكرار (86) وبنسبة مئوية بلغت (38.57%)، تليها بالمرتبة الثانية فئة (مصادر حكومية رسمية) وبتكرار (59) وبنسبة مئوية بلغت (26.46%)، ثم بالمرتبة الثالثة كانت لفئة (وكالات الأنباء العربية والعالمية) وبتكرار (40) وبنسبة مئوية بلغت (17.94%)، أما المرتبة الرابعة لفئة (القنوات التلفزيونية العربية والعالمية) وبتكرار (23) وبنسبة مئوية بلغت (10.31%)، تتبعها بالمرتبة الخامسة فئة (موقع انترنت) وبتكرار (9) وبنسبة مئوية بلغت (4.04%)، ثم بالمرتبة السادسة والأخيرة جاءت فئة (الصحف العربية والعالمية) وبتكرار (6) وبنسبة مئوية بلغت (2.69%)، ونلاحظ أن اتحاد اوسبو كان يعتمد على مجموعة متنوعة من مصادر المعلومات في استقاء الأخبار كمحور أساسي، إذ اعتمد بشكل كبير على الحضور الميداني، وذلك بما يمتلكه الاتحاد من شبكة واسعة من المراسلين والمندوبين في كافة دول العربية ضمن أعضاء الاتحاد، مما يعطيه صبغة وصول سريعة وواسعة لكافة الأحداث والقضايا، التي تقع ضمن دائرة اهتمام أعضاء الاتحاد، فضلاً عن الاعتماد على مصادر حكومية رسمية في تغطية كافة المعلومات، والبيانات الصادرة عن الوزارات، والمؤسسات الرسمية في الدول العربية، واستقاء المعلومات من مصادر الرسمية بما يعزز مصداقيتها دولياً وإقليمياً. أما بقية المصادر كانت متقاربة نوعاً ما، مما يدل حرص الاتحاد على تحقيق نوع من التوازن، بين مختلف مصادر المعلومات، وتجنب الإفراط والاعتماد على مصدر واحد.

جدول (10) يبين الفنون الصحفية المستخدمة في تقديم نشرات الأخبار عبر المذيع الافتراضي بصفحة (OSBU)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفنون الصحفية	ت
الأولى	95.52%	213	خبر	1
الثانية	4.48%	10	تقرير	2
-	-	0	مقابلة	3
	100%	223	المجموع	

يوضح جدول (10) الفنون الصحفية المستخدمة في تقديم نشرات الأخبار عبر المذيع الافتراضي بصفحة (OSBU)، إذ حلت بالمرتبة الأولى فئة (خبر) وبتكرار (213) وبنسبة مئوية بلغت (95.52%)، وبالمرتبة الثانية كانت فئة (تقرير) وبتكرار (10) وبنسبة مئوية بلغت (4.48%)، ولم تحصل فئة (مقابلة) على أي تكرار يذكر. ونلاحظ أن صفحة اتحاد أوسبو عملت على توظيف الخبر كمرتكز أساسي ضمن الفنون الصحفية في تقديم نشرات الأخبار، وذلك بظهور المذيع الافتراضي بقراءة الخبر ثم يتبع ستلات صورية، أو فيديو تعزز من دعم حثيات الخبر، مع الاستعانة القليلة جداً للتقارير المساندة للخبر، وغياب تام للمقابلة في نشرات الاتحاد الإخبارية.

جدول (11) يبين طبيعة الوظيفة التي حققها المضمون الإخباري الخاص بالمذيع الافتراضي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الوظيفة للمذيع الافتراضي	ت
الأولى	67.88%	298	الوظيفة الإخبارية	1
الثانية	29.84%	131	الترويج لمحتوى المنصة الرقمية للاتحاد	2
الثالثة	2.28%	10	الوظيفة التفسيرية	3
	100%	439	المجموع	

أظهرت نتائج جدول (11) طبيعة الوظيفة التي حققها المضمون الإخباري الخاص بالمذيع الافتراضي، إذ برزت في المرتبة الأولى فئة (الوظيفة الإخبارية) وبتكرار (298) وبنسبة مئوية بلغت (67.88%)، إذ سع الاتحاد بالتركيز بشكل الأكبر على وظيفة الإخبارية عن طريق كافة الموضوعات الرئيسية التي رصدناها ومنها السياسية والرياضية والثقافية والتكنولوجية وغيرها، والتي تقع ضمن دول أعضاء الاتحاد، وبالمرتبة الثانية فئة (الترويج لمحتوى المنصة الرقمية للاتحاد) وبتكرار (131) وبنسبة مئوية بلغت (29.84%)، كما سع أيضاً إلى ترويج نشاط الاتحاد وفعالياته لكن بسنبة بسيطة جداً، بالمرتبة الثالثة فئة (الوظيفة التفسيرية) وبتكرار (10) وبنسبة مئوية بلغت (2.28%)، إذ كانت نسبة قليلة جداً لشرح بعض تفاصيل الخبر عن طريق توضيحات، أو بيانات، أو انفو جرافيك، أو تصريحات، ولقاءات معززة، وداعمة لحدث، أو قضية رغب الاتحاد بتقديم معلومات أكثر عنها.

جدول (12) يبين المؤشرات التقنية للمذيع الافتراضي المقدم في نشرات الأخبار لصفحة (OSBU)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المؤشرات التقنية للمذيع الافتراضي	ت
الأولى	31.61%	233	نوع الصوت الإخباري	1
الأولى مكرر	31.61%	233	شكل ظهور المذيع	2
الثانية	17.64%	130	الإيماءات والحركة الجسدية	3
الثالثة	9.50%	70	سلامة مخارج الحروف	4
الرابعة	5.70%	42	مزمنة الشفاه	5
الخامسة	3.94%	29	طبيعة رمش العين	6
	100%	737	المجموع	

كشفت نتائج جدول (12) عن بروز فئة (نوع الصوت الإخباري) و (شكل ظهور المذيع) في المؤشرات التقنية للمذيع الافتراضي المقدم في نشرات الأخبار لصفحة OSBU، ضمن المرتبة الأولى وبتكرار (233) وبنسبة مئوية بلغت (31.61%)، إذ نلاحظ بالنسبة شكل ظهور المذيع كان بروز شكله الافتراضي بهيئة أفتار، وبملامح شخصية عربية إسلامية محافظة، وكان جنس الدائم للمذيع هي الأنثى، وتظهر بحجاب وملابس تناسب الشكل الخارجي للمذيعات السعودية المتعارف عليها في المؤسسات الإعلامية الإسلامية، مع غياب التجميل الصارخ، أما لفئة نوع الصوت الإخباري كان الصوت الغالب على طبيعة النشرة هو صوت إلكتروني، وغياب تام للصوت البشري المتعارف عليه في سياق النشرة التقليدية. أما في المرتبة الثانية كانت لفئة (الإيماءات والحركة الجسدية) بالمرتبة الثانية وبتكرار (130) وبنسبة مئوية بلغت (17.64%)، نلاحظ أن حركات الرقبة واليدين وإمالة الرأس، كانت تفتقد للتنسيق مع تفاصيل الخبر، إذ نلاحظ غياب التنسيق الهندسي، أو ضعف في المونتاج، وبروز واضح للجمود الحركي واختفاء التفاعل مع المادة الإخبارية. وفي المرتبة الثالثة كانت من نصيب فئة (سلامة مخارج الحروف) وبتكرار (70) وبنسبة مئوية بلغت (9.50%)، نلاحظ غياب لعملية نطق مخارج الحروف العربية والأجنبية وفق قواعدها اللغوية، بالنسبة لأسماء بعض الشخصيات الرسمية، والأماكن السياحية فقط الواردة ضمن المادة الإخبارية، بما يشكل عدم وضوح الرسالة لمضمون المحتوى الإخباري لصفحة اوسبو. وحلت فئة (مزمنة الشفاه) بالمرتبة الرابعة وبتكرار (42) وبنسبة مئوية بلغت (5.70%)، نلاحظ نوع تطابق نسبي لمزمنة الشفاه بعض الأحيان في سرد تفاصيل الخبر، من جانب تطابق حركات الفم مع الصوت المنطوق، وأيضاً في نفس الوقت ضمن نفس النشرة، توجد سرعة مفرطة لحركة الشفاه، مما يشكل لدى المتلقي للنشرة الإخبارية تشويش ذهني بعدم الارتياح، نتيجة خلل التوازن القنتي بين شكل البصري والصوتي، ووجود تأخير وتقديم للتنسيق الحركي لحركة الشفاه الغير متماثلة مع الصوت اللفظي لسرد الأخبار. أما بالمرتبة الخامسة والأخيرة كانت لفئة (طبيعة رمش العين) وبتكرار (29) وبنسبة مئوية بلغت (3.94%)، إذ كانت حركة جفون العين تجاه عدسة الكاميرا عند النظر بشكل مباشر منطقية، لكن عند إمالة الرأس إلى اليسار أو اليمين تظهر غواش في عين المذيع الافتراضي وبذلك تكون غير مريحة للمتلقى.

### جدول (13) يبين خصائص الإخراج الرقمي لشكل نشرة الإخبارية في صفحة (OSBU)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	خصائص الإخراج الرقمي لشكل نشرة الإخبارية	ت
الأولى	29.02%	130	بيئة الاستوديو	1
الثانية	24.11%	108	الهوية المؤسسية	2
الثالثة	21.65%	97	الفواصل الإخبارية	3
الرابعة	20.09%	90	الموسيقى	4
الخامسة	5.13%	23	الرسوم البيانية التوضيحية	5
	100%	448	المجموع	

أظهرت نتائج جدول (13) تصدر فئة (بيئة الاستوديو) بخصائص الإخراج الرقمي لشكل نشرة الإخبارية في صفحة OSBU، وبالمرتبة الأولى وبتكرار (130) وبنسبة مئوية بلغت (29.02%)، نستشف عن طريق ملاحظتنا للنشرة إن بيئة الاستوديو الذي يظهر فيها المذيع الافتراضي كانت بيئة افتراضية، وغياب التجريد الرقمي، إذ يتوسط المذيع الافتراضي وسط الكادر مع وجود طاولة أمامه، وخلفية متحركة لشاشات تلفزيونية عديدة تظهر خلفه بشكل تفاعلي، بهدف إضفاء صيغة واقعية للمذيع وبمحاكاة متقاربة للاستديو الإخباري الذي يظهر فيه المذيع التقليدي، كما كان هناك تنوع في توزيع الضوء داخل الاستوديو الافتراضي، عن طريق توزيع على وجه المذيع، ثم بنية الاستوديو أو مع ظهور واختفاء الفواصل الإخبارية. أما في المرتبة الثانية كانت لفئة (الهوية المؤسسية) وبتكرار (108) وبنسبة مئوية بلغت (25.11%)، نلاحظ غياب للوجود المتعارف عليه في سياق النشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية، الذي يظهر أما أعلى اليسار أو اليمين، إذ يظهر بعبارة وسطية أسفل الكادر وبعبارة موقع الاتحاد

(www.osbu.com)، وهذا قد يتناسب مع طبيعة عمل الاتحاد كموقع إلكتروني رسمي لعرض نشاطات اتحاد، لكنه يعكس عمل غير ممنهج في بناء الهوية المؤسسة فبدلاً من بناء هوية بصرية، اكتفى الاتحاد بعرض النشرة كواجهة للموقع الإلكتروني مما أضعف التأسيس لرمزي البصري للاتحاد. وبالمرتبة الثالثة كانت فئة (الفواصل الإخبارية) وبتكرار (97) وبنسبة مئوية بلغت (21.65%)، نلاحظ وجود فواصل إخبارية بين الخبر والأخر، وهذا أمر يشكل تجسيد واضح للبنية الإخراجية، ويعرض سلسل لتفاصيل الخبر، وفصله عن الخبر الذي يليه، بما يعزز وعي وفهم أكثر للمشاهد لتفاصيل الخبر في النشرة. تليها بالمرتبة الرابعة فئة (الموسيقى) وبتكرار (90) وبنسبة مئوية بلغت (20.09%)، نلاحظ ظهور موسيقى رسمية كلاسيكية في النشرة، وهي أولاً تكون هناك موسيقى ترحيبية في بداية النشرة، ثانياً موسيقى تكون ملاصقة لصوت المذيع الافتراضي في قراءة نص الخبر، ثالثاً موسيقى خاصة بالفواصل بين فقرات الأخبار، رابعاً تكون موسيقى باختفاء الصوت مع نهاية النشرة، مع غياب الموسيقى في المتبقي في بعض من النشرات المرصودة ضمن عينة البحث، ويظهر فقط إلقاء النشرة من قبل المذيع الافتراضي مع فواصل إخبارية. أما في المرتبة الخامسة والأخيرة حلت فئة (الرسوم البيانية التوضيحية) وبتكرار (23) وبنسبة مئوية بلغت (5.13%)، نلاحظ توظيف قليل جداً في الرسوم البيانية، بما تحتويه من أرقام، وبيانات، وخرائط، تعزز أكثر من دقة الخبر، ومصداقيته لدى المتابع لنشرة اتحاد اوسبو، لأن هذه الرسوم توفر معلومات تفسيرية لمحتوى الإخباري المقدم ضمن النشرة.

#### جدول (14) يبين أنماط الوسائط المتعددة المرتكز عليها في العرض الإخباري لصفحة (OSBU)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	أنماط الوسائط	ت
الأولى	67.26%	150	الصور الثابتة والمتحركة	1
الثانية	19.28%	43	اللقطات الميدانية الحية	2
الثالثة	8.07%	18	الفيديو	3
الرابعة	4.49%	10	الإنفو غرافيك	4
الخامسة	0.90%	2	لقطات ارشيفية	5
	100%	223	المجموع	

تشير بيانات جدول (14) إلى تصدر فئة (الصور الثابتة والمتحركة) بالمرتبة الأولى في أنماط الوسائط المتعددة المرتكز عليها بالعرض الإخباري لصفحة OSBU، وبتكرار (150) وبنسبة مئوية بلغت (67.26%)، إذ يتبين لنا أثناء رصدنا للنشرات الإخبارية الخاصة بالاتحاد، ان الصور الثابتة كانت متواجدة بنسبة كبيرة جداً، إذ استعان اتحاد اوسبو بالصور ضمن أمثلة عديدة لعرض الأخبار، ومنها المؤتمرات الصحفية للشخصيات الرسمية في دول الأعضاء الاتحاد، وفي المهرجانات السينمائية، وفي الابتكارات التكنولوجية، إذ كان المعالج الصوري الذي يظهر أثناء قراءة المذيع للخبر، ستلات صورية ثابتة ومتحركة تتوسط كادر الشاشة، أو أحيانا تظهر بجانب المذيع الافتراضي في يمين شاشة كتنسيق عرض بصري للنشرة. وفي المرتبة الثانية كانت لفئة (اللقطات الميدانية الحية) وبتكرار (43) وبنسبة مئوية بلغت (19.28%)، نلاحظ أن اللقطات الحية كانت متواجدة ضمن المحتوى الإخباري المقدم في نشرة الاخبار، وذلك عبر نقل لحظية للأحداث والفعاليات التي تقع ضمن دائرة اهتمام دول أعضاء منظمة التعاون الإسلامي أو خارجه، عبر شبكة واسعة من المراسلين التي تمتلكها المنظمة، مما يمنح تغطيتها شكل واقعي وميداني يعزز من مصداقية الاتحاد. أما في المرتبة الثالثة جاءت فئة(الفيديو) وبتكرار (18) وبنسبة مئوية بلغت (8.07%)، يتضح أن الاتحاد استعان بمقاطع الفيديو كمعالج صوري، ومن أمثلة استخدامه في الأخبار الرياضية، يعرض تفاصيل منافسات المنتخبات العربية في كأس العالم وكأس العرب، في عرض المسابقات القرآنية الدولية، إذ يعد توظيفه في النشرة جمالية بصرية وأساسى لتوثيق تفاصيل الخبر، وذلك بقراء المذيع للخبر ثم ينتقل إلى مراسل، أو عن طريق عرض لتصريح لشخصية معينة أو مسؤول رسمي، هذا الامر يشكل ضخ حيوي وواقعي في طيات العرض المرئي لمحتوى النشرة. تليها بالمرتبة الرابعة (الإنفو غرافيك) وبتكرار (10) وبنسبة مئوية بلغت (4.49%)، نرى أن الإنفو

غرافيك كان استخدامه ضعيف جداً في النشرة، إذ اقتصر استخدامه في تقديم معلومات و بيانات في إطلاق الأقمار الصناعية الاستكشافية، و في عرض التسلسل التاريخي لتطور صناعة المحتوى الإعلامي أيضاً وصولاً إلى جانب المتطور، كان استخدامه يقتصر على هذه الجانبين، رغم جمالية العرض البصري للانفوغرافيك، بما يساهم من تقديم عرض ميسر للمعلومات المتوفرة ضمن الخبر، ويعززها بشكل أعمق لدى المشاهد، إلا أن اتحاد اوسبو لم يعتمد عليه ضمن النشرة بشكل مكثف، وكعناصر ارتكاز بصري في عرض استراتيجيات المعلومات المقدمة في سياق المادة الإخبارية . وبالمرتبة الخامسة والأخيرة كانت لفئة (لقطات ارشيفية) وبتكرار (2) وبنسبة مئوية بلغت (0.90%)، يتبين أن الاتحاد استعان بعرض اللقطات الارشيفية بنسبة قليلة جداً من إجمالي النشرة المحددة ضمن عينة البحث، إذ كان المعالج البصري باستخدام تلك اللقطات كشواهد داعمة لتفاصيل الخبر في حين يتعذر عرض صوري المباشر للحدث، إلا أن الاتحاد تميز بعمله على توظيف الوسائط الصورية الأخرى كمحور أساسي في تقديم المحتوى الاخباري في النشرة.

**جدول (15) يبين أنواع مؤشرات التفاعل الرقمي لجمهور صفحة (OSBU) مع نشرات المذيع الافتراضي**

ت	أنواع مؤشرات التفاعل الرقمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الاعجابات	350	68.36%	الأولى
2	التعليقات	70	13.67%	الثانية
3	الإشارات	41	8.01%	الثالثة
4	المشاركة	23	4.49%	الرابعة
5	الوسوم	17	3.32%	الخامسة
6	الرموز التعبيرية	11	2.15%	السادسة
	المجموع	512	100%	

يتبين لنا من بيانات جدول (15) أنواع مؤشرات التفاعل الرقمي لجمهور صفحة (OSBU) مع نشرات المذيع الافتراضي، إذ تصدرت بالمرتبة الأولى فئة (الاعجابات) وبتكرار (350) وبنسبة مئوية بلغت (68.36%)، وكانت هي الأكثر بروزاً و تركيزاً من قبل جمهور المتابع لصفحة اوسبو، في تفاعله مع مضامين المحتوى الإخباري المقدم عن طريق النشرة، وتليها بالمرتبة الثانية فئة (التعليقات) وبتكرار (70) وبنسبة مئوية بلغت (13.67%)، وهي نتيجة ما يبده المتابعون من الآراء تجاه موضوعات النشرة، و ثم بالمرتبة الثالثة فئة (الإشارات) وبتكرار (41) وبنسبة مئوية بلغت (8.01%)، وذلك بما يستدعي المتابعون الإشارة إلى حسابات الأشخاص معينين لمشاهدة النشرة أو التفاعل معها، أما بالمرتبة الرابعة كانت لفئة (المشاركة) وبتكرار (23) وبنسبة مئوية بلغت (4.49%)، وهي أثر قيام المتابعون بمشاركة النشرة في حساباتهم الشخصية، أو داخل مجموعات في الفيسبوك، مما يزيد فرصة انتشارها بشكل أكثر، وزيارة متابعة لنشاط صفحة اتحاد اوسبو، وفي المرتبة الخامسة كانت لفئة (الوسوم) وبتكرار (17) وبنسبة مئوية بلغت (3.32%)، وبالمرتبة السادسة والأخيرة كانت من نصيب فئة (الرموز التعبيرية) وبتكرار (11) وبنسبة مئوية بلغت (2.15%).

#### نتائج البحث:

(1) كشفت النتائج عن اعتمد اتحاد إذاعات وتلفزيونات منظمة التعاون الإسلامي، على توظيف الخبر كمرتكز أساسي ضمن الفنون الصحفية في تقديم نشرة الأخبار، وبنسبة مئوية بلغت (95.52%)، مع الاستعانة القليلة جداً للتقارير المساندة للخبر وبنسبة مئوية بلغت (4.48%)، و غياب تام للمقابلة في نشرة الاتحاد الإخبارية .

(2) بينت نتائج الدراسة عن اهتمام الاتحاد بطبيعة الموضوعات ذات نطاق جغرافي إقليمي أكثر وبنسبة مئوية (65.60%)، مقابل (22.32%) للمحلي، و(12.08%) للدولي، وهذا ما ينسجم مع طبيعة عمل الاتحاد المرتبط بدول أعضاء الاتحاد، وإبراز كافة نشاطاتهم وفعاليتهم في مختلف الأصعدة.

(3) أظهرت نتائج أن الاتحاد اوسبو يعتمد على مصادره الخاصة من مراسلين ومندوبين وبنسبة مئوية بلغت (38.57%)، في استنقاء المعلومات الإخبارية في المحتوى المقدم عبر المذيع الافتراضي، إذ اعتمد بشكل كبير على الحضور الميداني، وذلك بما يمتلكه الاتحاد من شبكة واسعة من المراسلين والمندوبين في كافة دول العربية ضمن أعضاء الاتحاد، مما يعطيه صبغة وصول سريعة وواسعة لكافة الأحداث والقضايا، التي تقع ضمن دائرة اهتمام أعضاء دول الاتحاد.

(4) كشفت نتائج أن موضوعات المضمون الإخباري المقدم من قبل المذيع الافتراضي لمحتوى صفحة OSBU على فيسبوك، اتسمت بالتنوع، فقد جاءت ضمن المراتب الأولى الثلاث، الموضوعات التكنولوجية في مقدمة الترتيب وبنسبة مئوية بلغت (29.61%)، وفي المرتبة الثانية الموضوعات الثقافية وبنسبة مئوية بلغت (22.32%)، وفي المرتبة الثالثة حلت الموضوعات الدينية وبنسبة مئوية بلغت (17.77%).

(5) أظهرت نتائج بروز فئة (نوع الصوت الإخباري) و (شكل ظهور المذيع) في المؤشرات التقنية للمذيع الافتراضي، وبنسبة مئوية بلغت (31.61%)، إذ نلاحظ بالنسبة شكل ظهور المذيع بهيئة أفتار (أنثى)، وبملاح شخصية عربية إسلامية محافظة، و الصوت الغالب على طبيعة النشرة هو صوت إلكتروني، وغياب تام للصوت البشري المتعارف عليه في سياق النشرة التقليدية.

(6) بينت النتائج تصدر فئة (الصور الثابتة والمتحركة) بالمرتبة الأولى، في أنماط الوسائط المتعددة المرتكز عليها بالعرض الإخباري لصفحة OSBU وبنسبة مئوية بلغت (67.26%)، ونلاحظ أن المقدار الكبير من المعالجات الصورية كانت تعتمد على هذا الامر؛ مما يجعلها محدودية التوظيف البصري لكل من الفيديوات، والانفوجرافيك، التي يرسخ فهم الأخبار، وبالتالي يقلل من تفاعل الجمهور مع النشرة .

#### المقترحات:

(1) أن يولي اتحاد اوسبو اهتماماً كبيراً في أساليب العرض البصري للنشرة ، وذلك عن طريق توظيف الانفوجرافيك، وشريط الأخبار المتحرك، وشعار اللوجو، والعناوين الشارحة، كعنصر اخراجي أساسي متكامل في النشرة الإخبارية الافتراضية.

(2) دعوة اتحاد اوسبو إلى الاستفادة من آراء متابعي الصفحة على فيسبوك، من أجل فهم أنماط التفاعل، و تطوير وتنويع ما يتم تقديم لهم من مواد إعلامية.

(3) أن يهتم اتحاد اوسبو بعرض مقاطع الفيديو، كأولوية ضمن المرتكزات الأساسية لعرض المحتوى الإخباري للنشرة، وذلك بما يسهم الفيديو من شرح وتوضيح للحدث، وتقديم تفاصيل أكبر للجمهور.

(4) أن يعزز الاتحاد من استخدام المقابلة ضمن الفنون الصحفية الأساسية في النشرة الإخبارية، كون المقابلة تسهم في إيضاح القضايا والأحداث المطروحة، وتتيح فرصة للمتخصصين والخبراء بتقديم وجهات نظرهم وتحليلهم، تجاه المواضيع المطروحة ضمن النشرة، وتعزز من الفهم والتفسير للأحداث.

(5) دعوة كافة المؤسسات الإعلامية المحلية والعربية، إلى تبني استراتيجية استخدام الذكاء الاصطناعي في أتمتة المهام النشر، والإنتاج؛ لمواكبة التطور المستمر في المحتوى الرقمي العالمي.

(6) دعوة القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية المحلية والعربية، إلى ضرورة إشراك العاملين في مجال المونتاج، بدورات تدريبية حول آليات توظيف الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي؛ لغرض تطوير مهارات الرقمية وتحسين كفاءتهم في البرامج الإخبارية.

(7) دعوة كليات الإعلام في الجامعات العراقية إلى استحداث مادة الذكاء الاصطناعي في الإعلام، ضمن المناهج الدراسية لطلبة البكالوريوس، لضمان تكوين جيل واعي؛ قادر على التكيف والتعامل مع تقنيات الرقمية الحديثة في صناعة المحتوى الإعلامي.

## المصادر والمراجع:

- 1) حامد محمد بخيت، تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الإعلام الرقمية على واقع صناعة الصحافة وعلاقتها بإدراك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، المجلد 72، العدد 72، 2024م.
- 2) خيرة مكرتار، التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية: دراسة تحليلية نقدية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، المجلد 12، العدد 4، 2025م.
- 3) سعد سلمان الهاشمي، مناهج البحث الإعلامي، (الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي للنشر، 2017م).
- 4) سيد محمود الطواب، البحث العلمي أسسه وأساليبه، (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب للنشر والتوزيع، 2015م).
- 5) عبد الباسط أحمد خليل، توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي في القنوات التلفزيونية الأردنية، مجلة دراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجامعة الأردنية، المجلد 53، العدد 6، 2026م.
- 6) عبد الكريم علي الديبسي، الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2023م).
- 7) علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، (عمان: دار المعزز للنشر، 2017م).
- 8) محمود عبد السلام علي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2019م).
- 9) مصطفى عباس محمد، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى التلفزيوني، مجلة آداب المستنصرية، كلية الآداب، الجامعة المستنصرية، المجلد 47، العدد 102، 2023م.
- 10) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، (عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2013م).
- 11) Li, L. "Impact of AI Virtual Anchors on Traditional News Anchors". *International Journal of Knowledge Management (IJKM)* 21: 2025.
- 12) Nur Fitria, Tira. "Artificial Intelligence (AI) News Anchor: How AI's Performance in Journalistic Sector?". *Indonesia Technology-Enhanced Language Learning (iTELL) Journal* 1: 2024..
- 13) Walia, C. K. "Artificial Intelligence and News Anchoring: Transformations, Challenges, and Ethical Implications". *ShodhVichar: Journal of Media and Mass Communication* 1: 2025.
- 14) Wang, X. "Research on the Training Model of Broadcasting and Hosting Talents under the Background of AI Anchors". *Academic Journal of Humanities & Social Sciences* 4: 2021.
- 15) Zhu, Zhengan, and others. "When AI Meets Livestreaming: Exploring the Impact of Virtual Anchor on Tourist Travel Intention". *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 20: 2025.
- 16) العين الإخبارية، إطلاق أول مذبةعة روبوت.. تتحدث الروسية، متاح على الرابط: <https://2u.pw/AD3uAQ> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/2.
- 17) قناة الجزيرة الإخبارية ، تطور لا يسر مقدمي النشرات.. الصين تبتكر مذبةعا تلفزيونيا آليا، متاح على الرابط: <https://aja.me/f4v7g> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/1.
- 18) قناة الجزيرة الإخبارية، خبراء يناقشون في مؤتمر الجزيرة قضايا الذكاء الاصطناعي في الإعلام، متاح على الرابط: <https://aja.me/lipw12> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/4.
- 19) موقع قناة BBC عربي، الذكاء الاصطناعي "فضة" أول مذبةعة شقراء تعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي في الكويت، متاح على الرابط: <https://shortlink.uk/1tGLY> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/4.
- 20) موقع قناة CNN بالعربية، يعمل بتقنية "أفتار" .. وكالة الأنباء الكويتية تعلن إطلاق أول مذبةع أخبار افتراضي، متاح على الرابط: <https://2u.pw/8X2j8N> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/4.

- (21) موقع قناة روسيا اليوم، أول مذيعة أخبار بتقنية الذكاء الاصطناعي، متاح على الرابط: <https://ar.rt.com/p790> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/3.
- (22) وكالة رويترز، شينخوا تقدم مذيعة أخبار روبات عبر تقنية الذكاء الاصطناعي، متاح على الرابط: <https://2u.pw/J4YmDJ> ، تاريخ زيارة الموقع 2025/12/1.
- المراجع باللغة الإنكليزية:

- 1) Hamed Mohamed Bakheet, The Impact of Technological Transformations in the Digital Media Environment on the Reality of the Journalism Industry and its Relationship to Journalists' Perception of Their Functions and Roles, Journal of the Faculty of Arts, Sohag University, Volume 72, Issue 72, 2024.
- 2) Khayra Makrtar, Digital Transformation in Media Institutions: A Critical Analytical Study, International Journal of Social Communication, Abdelhamid Ibn Badis University - Mostaganem, Volume 12, Issue 4, 2025.
- 3) Saad Salman Al-Hashemi, Media Research Methods (United Arab Emirates: University Book House for Publishing, 2017).
- 4) Sayed Mahmoud Al-Tawwab, Scientific Research: Its Foundations and Methods (Alexandria: Alexandria Center for Books, Publishing and Distribution, 2015).
- 5) Abdul-Basit Ahmed Khalil, The Use of Artificial Intelligence in Media Content Production on Jordanian Television Channels, Journal of Social and Human Sciences Studies, University of Jordan, Volume 53, Issue 6, 2026.
- 6) Abdul-Karim Ali Al-Dabisi, Digital Media and the Challenges of Artificial Intelligence (Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution, 2023).
- 7) Ali Hijazi Ibrahim, Integration Between Traditional and New Media (Amman: Dar Al-Mu'taz for Publishing, 2017).
- 8) Mahmoud Abdel-Salam Ali, Modern Media and Communication Technologies (Cairo: Tayba Foundation for Publishing and Distribution, 2019).
- 9) Mustafa Abbas Muhammad, Employing Artificial Intelligence Technologies in Television Content Production, Al-Mustansiriya Journal of Arts, College of Arts, Al-Mustansiriya University, Volume 47, Issue 102, 2023.
- 10) Manal Hilal Al-Mazahra, Media Research Methods (Amman: Dar Al-Maysara for Publishing and Distribution, 2013).
- 11) Li, L. "Impact of AI Virtual Anchors on Traditional News Anchors." International Journal of Knowledge Management (IJKM) 21: 2025.
- 12) Nur Fitria, Tira. "Artificial Intelligence (AI) News Anchor: How AI's Performance in Journalistic Sector?". Indonesia Technology-Enhanced Language Learning (iTELL) Journal 1: 2024..
- 13) Walia, C. K. "Artificial Intelligence and News Anchoring: Transformations, Challenges, and Ethical Implications." ShodhVichar: Journal of Media and Mass Communication 1: 2025.

- 14) Wang, X. "Research on the Training Model of Broadcasting and Hosting Talents under the Background of AI Anchors." *Academic Journal of Humanities & Social Sciences* 4: 2021.
- 15) Zhu, Zhengan, and others. "When AI Meets Livestreaming: Exploring the Impact of Virtual Anchor on Tourist Travel Intention". *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 20: 2025.
- 16) Al-Ain News, Launch of the First Robot Anchorwoman... Speaks Russian, available at: <https://2u.pw/AD3uAQ> , 2/12/2025.
- 17) Al Jazeera News Channel, A Development That Won't Please News Presenters... China Invents a Robotic TV Anchorwoman, available at: <https://aja.me/f4v7g> , 1/12/2025.
- 18) Al Jazeera News Channel, Experts Discuss Artificial Intelligence Issues in Media at the Al Jazeera Conference, available at: <https://aja.me/lipwl2> , 4/12/2025.
- 19) BBC Arabic website: Artificial intelligence "Fidda," the first blonde news anchor in Kuwait, using AI technology. Available at: <https://shortlink.uk/1tGLY> , 4/12/2025..
- 20) CNN Arabic website: Working with "avatar" technology... Kuwait News Agency announces the launch of its first virtual news anchor. Available at: <https://2u.pw/8X2j8N> , 4/12/2025.
- 21) Russia Today website: First news anchor using artificial intelligence technology. Available at: <https://ar.rt.com/p790> , 3/12/2025.
- 22) Reuters and Xinhua present a robot news anchor using artificial intelligence technology, available at: <https://2u.pw/J4YmDJ> , 1/12/2025.