



دورة:
مستقبل الإذاعة والتلفزيون مع الذكاء الاصطناعي

21 - 25 سبتمبر 2026
لندن (المملكة المتحدة)

مستقبل الإذاعة والتلفزيون مع الذكاء الاصطناعي

رمز الدورة: SC13315 تاريخ الإنعقاد: 21 - 25 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الاشتراك: Euro 6300

المقدمة

يشهد قطاع الإعلام تحولاً جذرياً مع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحله: من إنتاج المحتوى إلى توزيعه وتحليل تفاعل الجمهور. لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة مساعدة، بل أصبح شريكاً استراتيجياً يغير من طبيعة الإذاعة والتلفزيون ويعيد تشكيل صناعة الإعلام ككل. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين الإعلاميين وصناع المحتوى من فهم هذه التحولات، وتزويدهم بالمعرفة والمهارات العملية التي تساعدهم على استثمار تقنيات الذكاء الاصطناعي بكفاءة مع مراعاة التحديات الأخلاقية والمهنية.

الأهداف

1. التعريف بمفاهيم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الإعلام.
2. تمكين المشاركين من استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وإدارة المحتوى الإذاعي والتلفزيوني.
3. استكشاف استراتيجيات التوزيع الجديدة وفهم الجمهور عبر التحليلات الذكية.
4. مناقشة الأبعاد الأخلاقية والقانونية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
5. تطوير مهارات عملية تساعد على مواكبة المستقبل الإعلامي وصياغة خطط استراتيجية متكاملة.

الفئة المستهدفة

- الإعلاميون والإذاعيون ومقدمو البرامج.
- العاملون في إدارات التحرير والإنتاج التلفزيوني.
- المتخصصون في التسويق الإعلامي وتحليل الجمهور.
- صناع المحتوى المستقلون والمؤسسات الإعلامية الناشئة.
- طلاب وخريجو الإعلام الراغبون في استكشاف مستقبل الصناعة.

منهجية التدريب

- محاضرات تفاعلية مدعمة بأمثلة واقعية.
- دراسات حالة من قنوات إذاعية وتلفزيونية عالمية.

- ورش عمل تطبيقية على أدوات الذكاء الاصطناعي.
- مناقشات جماعية ومحاكاة مواقف عملية.
- مراجعة خطط وأفكار يضعها المشاركون لمؤسساتهم.

المحاور التدريبية

اليوم الأول: الذكاء الاصطناعي وثورة الإعلام

- التحولات العالمية في الإعلام.
- أساسيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الراديو والتلفزيون.
- مناقشة: كيف يتغير دور الإعلامي في عصر الذكاء الاصطناعي؟

اليوم الثاني: إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

- أدوات الكتابة الآلية للنصوص الإعلامية.
- الذكاء الاصطناعي في المونتاج والصوتيات والجرافيكس.
- أمثلة على النشرات الإخبارية والبرامج المنتجة بالذكاء الاصطناعي.
- ورشة عمل: تجربة إنشاء محتوى إذاعي باستخدام أداة مدعمة بالذكاء الاصطناعي.

اليوم الثالث: التوزيع والتفاعل مع الجمهور

- منصات البث الذكية والتخصيص التلقائي.
- تحليل تفضيلات الجمهور عبر البيانات الضخمة.
- التنبؤ بسلوك المشاهد والمستمع.
- دراسة حالة: كيف تطور تفلنكس ويوتيوب أساليب التوزيع عبر الذكاء الاصطناعي؟

اليوم الرابع: التحديات الأخلاقية والقانونية

- المخاطر الأخلاقية الأخبار الكاذبة، التلاعب بالمحتوى.
- الملكية الفكرية والحقوق في المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي.
- القوانين واللوائح المنظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- مناقشة مفتوحة: كيف نوازن بين الابتكار والمسؤولية؟

اليوم الخامس: صياغة المستقبل الإعلامي

- مستقبل الوظائف الإعلامية مع الذكاء الاصطناعي.
- تطوير استراتيجيات إعلامية قائمة على الذكاء الاصطناعي.
- ورشة عمل ختامية: إعداد خطة عمل أولية لتطبيق الذكاء الاصطناعي في مؤسسة إعلامية.
- استعراض أفكار المشاركين وتقديم توصيات عملية.