

فرص استخدام تقنية مزيع الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري بالقنوات والمواقع المصرية

د/ هدير أحمد محمد طه

مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام
بكلية الآداب جامعة حلوان

ملخص الدراسة باللغة العربية

استهدفت الدراسة رصد فرص استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالقنوات والمواقع الإخبارية المصرية، وقد طبقت الدراسة استبيانات "أسلوب دلفي" في إجراء مقابلات متعمقة مع (٣٧) خبيرًا إعلاميًا من العاملين بتلك القنوات والمواقع لجمع بيانات الدراسة. وانتهت نتائج الدراسة إلى اتفاق خبراء الإعلام عينة الدراسة على جاهزية قناتي إكسترا نيوز والقاهرة الإخبارية التكنولوجية لاستخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري، وأوضحوا صعوبة شراء المواقع الإخبارية المصرية لهذه التقنية حاليًا نظرًا لتكلفتها الباهظة، وحول الفوائد المتوقعة من الاستخدام المستقبلي لتقنية أشاروا إلى قدرة التقنية على العمل على مدار ٢٤ دون انقطاع، وأنها ستساهم في تقديم المحتوى الإخباري بلغات عديدة وبشكل احترافي ومبتكر، ولكنهم أكدوا أنها لن تحل محل العنصر البشري وأن الاحتمال الأكبر حدوث في المستقبل هو أن يتعاونًا معًا في تقديم المحتوى الإخباري.

الكلمات المفتاحية: تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي، المواقع الإخبارية، القنوات الإخبارية، المحتوى الإخباري.

Opportunities of using AI anchor technique in producing and presenting news content on Egyptian channels and websites

Abstract

The current study aimed to identify the opportunities of using artificial intelligence anchor technique in Egyptian news channels and websites, The study applied “Delphi method” questionnaires to conduct in-depth interviews with (37) media experts working on those channels and websites to collect study data.

The study concluded that the media experts , the sample of study, agreed on the readiness of Extra News and AL-Qahera News Channels to use the AI anchor technique in producing and presenting news content. They explained the difficulty of Egyptian news websites purchasing this technique at the present time due to its high cost. Regarding the expected benefits of the future use of the technique , they pointed to the technology’s ability to operate 24 hours a day without interruption, and that it will contribute to presenting news content in many languages in a professional and innovative manner. However, they stressed that it will not replace the human element and that the most likely occurrence in the future is that they will cooperate together in presenting news content.

Key words :

AI anchor technique, Egyptian websites, Egyptian channels , news content.

تمهيد:

قدمت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي فرصًا غير مسبوقة للمؤسسات الإعلامية الدولية في تحسين جودة محتواها الإخباري، وتعزيز القدرات الإبداعية للعاملين بها، وأحداث تغيير كبير في زيادة معدل إنتاج التقارير الإخبارية على مدار اليوم، كما ساعدتها أيضا في معرفة أهم القضايا والموضوعات التي تستقطب الرأي العام، وتحوز اهتمامه، من أجل أن تنتج هذه المؤسسات الإعلامية محتوى إخباري يلبي احتياجات الجمهور المعرفية.

وقد وصل حجم الاستثمار في مجال توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الإعلام ليقدر بحوالي ثلاثة عشر مليار دولار تقريبا في وقتنا الحالي، ومن المتوقع أن يزداد حجم هذا الاستثمار ليصل إلى تسعة وتسعين مليار دولار بحلول عام ٢٠٣٠ (Sharma, H., & Bhardwaj, S. 2024, P1) ، وتنوعت تقنياته المستخدمة في الإعلام لتتضمن تقنيات التعلم العميق وكشف المحتوى الزائف وتحليل البيانات الضخمة وتوليد النصوص وغيرها من التقنيات الجديدة التي غيرت من شكل ومضمون المحتوى الإخباري، وحفزت القائمين بالاتصال على رفع مهاراتهم الرقمية من أجل الحفاظ على وظائفهم في ظل تطورها المستمر.

ومن ضمن التقنيات الجديدة التي أحدثت جدلاً منذ ظهورها "تقنية مذبذب الذكاء الاصطناعي" التي اعتمدت في تصميمها على مجموعة من التقنيات المطورة المتمثلة في معالجة اللغات الطبيعية والتعلم الآلي وخوارزميات التعلم العميق، إلى جانب تحويل المدخلات النصية إلى فيديو بشكل مشابه للمذيع البشري في حركة الشفاه الطبيعية والصوت والحركات والإيماءات بكل دقة بتقنية ثلاثية الأبعاد، لتصبح قادرة على أداء مهام المذيع البشري بكل إتقان (Qi. M, 2021, P391) ، لتتحدث وسائل الإعلام الأجنبية عن المنافسة الجديدة التي يواجهها المذيعون البشر في ظل تمكن هذه التقنية من العمل على مدار ٢٤ ساعة في اليوم دون انقطاع، وبثها الأخبار بالعديد من اللغات دون أخطاء، مما قد يهدد المذيعين البشر بالقضاء عليهم (Wang. Y, 2021, P74).

لنتوجه أنظار الباحثين من مختلف دول العالم لدراسة هذه التقنية الجديدة من أجل الوقوف على مميزاتها والتحديات الإعلامية الجديدة التي شكلتها، ولكنها لم تحظى على نفس الاهتمام والدراسة من جانب الباحثين العرب لذا تحاول هذه الدراسة أن تستشرّف مستقبل استخدامها في الإعلام المصري.

مراجعة الدراسات السابقة المعنية بموضوع الدراسة:

صممت الباحثة استراتيجية لجمع الأبحاث المتعلقة بموضوع الدراسة، وذلك من خلال فحص استكشافي للدراسات البحثية الموجودة على قاعدتي بيانات (Google Scholar, Research gate) خلال الفترة من (٢٠٢٠ حتى ٢٠٢٤)، وقد قسمت الباحثة الدراسات السابقة المعنية بموضوع الدراسة إلى المحاور التالية :

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القنوات والمواقع الإخبارية المصرية

سعت الباحثة خلال هذا المحور محاولة حصر للإنتاج الأكاديمي المصري الذي تناول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية المصرية وذلك خلال الفترة من (٢٠٢٢ حتى ٢٠٢٤) والتي شهدت زخم في الأبحاث المنشورة بالمجلات البحثية المصرية، وقد اعتمدت الباحثة على الكلمات المفتاحية التالية: (الذكاء الاصطناعي والإعلام المصري، إعلام الروبوت، صحافة الذكاء الاصطناعي بمصر)، لتجد عشرات الدراسات التي تناولت استشراف مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام المصري، انتقي منها ما يتناسب مع موضوع الدراسة، من أجل البدء من حيث انتهى الآخرون والخروج بنتائج بحثية جديدة تضيف للمكتبة الأكاديمية المصرية.

فقد سعت العديد من الدراسات إلى محاولة استشراف مستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية المصرية، ومنها دراسة محمد (٢٠٢٤) التي تناولت مدى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على صناعة المحتوى الإعلامي المصري، وتوصلت الدراسة إلى ندرة اعتماد المؤسسات الإعلامية المصرية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وانقسام الآراء ما بين مؤيد ومعارض ومتخوف من استخدامه، وطالبت الدراسة بضرورة تأهيل المؤسسات الإعلامية المصرية لاستخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي .

وهدفت دراسة صقر (٢٠٢٤) إلى تقييم الوضع الحالي لتبني الذكاء الاصطناعي في تطوير مواقع الويب عبر ثلاث منصات مصرية تمثلت في : موقع اليوم السابع والقاهرة ٢٤ ومصر اوي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٥٦) صحفي من العاملين بهذه المنصات الإخبارية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الصحفيين عينة الدراسة جاءت معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي متوسطة، مؤكدين أنه لا غنى عن التدريب والاستخدام المستقبلي لها .

وحاولت دراسة محمد (٢٠٢٤) تقديم سيناريوهات لمستقبل المحتوى الإخباري المرئي للصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وطبقت الدراسة علي عينة شملت (٥٠) خبيرًا من الأكاديميين والمهنيين، وتوصلت الدراسة إلي وجود سيناريوهين يتوقع حدوثهما في مستقبل المحتوى المرئي للصحف الإلكترونية المصرية خلال العقد الزمني الممتد من ٢٠٢٣ حتى ٢٠٣٣، هما: السيناريو المرجعي (الثبات)، بمعنى استمرار الوضع الراهن للصحف الإلكترونية المصرية في تقديم المحتوى المرئي كما هو عليه دون تغيير، والسيناريو التفاضلي (التطور)، ويعني تطور المحتوى المرئي الذي تقدمه الصحف الإلكترونية المصرية.

وسعت دراسة القاضي (٢٠٢٤) إلى رصد وتحليل آراء القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية المصرية والخبراء الأكاديميين حول مستقبل المواقع الإخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وطبقت الدراسة على ١٢٠ مفردة من الأكاديميين والصحفيين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن "تطبيق الترجمة الآلية للأخبار بلغات مختلفة، تتبع الأخبار العاجلة، الدردشة والرد الآلي على الجمهور، وتحليل البيانات الضخمة" جاءوا في مقدمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإخبارية المصرية، كما أظهرت النتائج أن تزايد فرص إنتاج المضامين جودة عالية وتطوير المهارات الإدارية والتحريرية عموماً.

فيما اهتمت دراسة صالح (٢٠٢٤) بمعرفة المردود المهني لتوظيف تقنيات الذكاء على أداء العاملين بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة متمثلة في قناة الأولى والثانية وشبكة قنوات CBC وشبكة قنوات DMC ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٥٠) مفردة من العاملين بتلك القنوات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاهات الباحثين نحو توظيف تطبيقات صحافة الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي ترتبط ارتباطاً طردياً بعنصري الأداء المتوقع والتأثير الاجتماعي، أي زيادة توقعاتهم بأن تساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي بشكل جيد، وزيادة توقعهم بأن يكون تأثيرها الإيجابي على المجتمع.

ورصدت دراسة محمد (٢٠٢٣) اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بالتطبيق على عينة قوامها (١١٢) مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخبة الإعلامية والنخبة الأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، كما ثبت وجود فروق دالة إحصائياً بين النخبة الأكاديمية والإعلامية فيما يتعلق بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي بحسب متغير سنوات الخبرة ونمط ملكية المؤسسة التي يعمل بها النخبة .

وفي هذا النطاق سعت دراسة البحيري (٢٠٢٢) إلي التعرف على اتجاهات الصحفيين المصريين

نحو استخدام صحافة (Robot Journalism) في إنتاج المحتويات الصحفية بالصحف المصرية. وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (٤٠) صحفياً من العاملين في مؤسسة الاهرام وأخبار اليوم ، الجمهورية ، اليوم السابع ، المصري اليوم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاهات الصحفيين نحو الاستخدام المستقبلي لصحافة الروبوت جاءت مرتفعة، وأوصت الدراسة بتعميم تطبيق استخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي لإنتاج المحتويات الصحفية بكافة الصحف المصرية.

هدفت دراسة شمس الدين (٢٠٢٢) إلى استشراف رؤية القائم بالاتصال لمستقبل الإعلام المصري في ظل نمط إعلام الروبوت، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٥٠) إعلامياً مصري، وتوصلت نتائج الدراسة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سيكون واقع وضرورة في كل وسائل الإعلام المستقبلية، والتأكيد على ضرورة رفع كفاءة القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المصرية وتدريبهم على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. سعت دراسة عبد الرزاق (٢٠٢٢) إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في الإعلام المصري والعربي نحو تبني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٥١) مفردة من القائمين بالاتصال مقسمة إلى (٢٦٥) إعلامياً مصرياً و(١٨٦) إعلامياً عربياً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المجالات الأكثر استخداماً لتقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً لآراء الباحثين بالترتيب كالتالي: المجال التسويقي، ثم المجال الإعلامي، وأخيراً المجال الفني والإداري، موضحين قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على محاكاة السلوك البشري في القيام بالعديد من المهام الإعلامية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تقنية مذبذبة الذكاء الاصطناعي

أجرت الباحثة مسحاً علمياً للدراسات السابقة التي تناولت تقنية مذبذبة الذكاء الاصطناعي خلال الفترة من (٢٠٢٠ حتى ٢٠٢٤)، وقد استخدمت الباحثة الكلمات المفتاحية التالية (AI news anchor in Chinese news ,AI news anchor in korea channels) وذلك لأن الإعلام الصيني والكوري قد قطعوا شوطاً كبيراً في استخدام هذه التقنية.

لتجد تنوع في الدراسات التي تناولت التقنية ومنها دراسة (Lyu, X. et al. (2024) التي حللت تفاعل مذبذبة الذكاء الاصطناعي مع الجمهور في برامج الأخبار الحية، وأظهرت نتائج الدراسة تفضيل المؤسسات الإعلامية الصينية توظيفهم من أجل تقليل تكاليف إنتاج المحتوى الإخباري بجانب تمتعهم بأصوات تشبه أصوات المذيعين البشر مما يجعل الجمهور أكثر ارتباطاً بهم .

وتعمقت دراسة (Wu, H. et al. (2024) في دراسة السلوك البشري خلال التفاعل مع الأخبار التي تقدمها تقنية مذبذبة الذكاء الاصطناعي، وأظهرت النتائج أن التقنية فشلت في إقامة روابط عاطفية مع الجمهور إلى جانب لمس الجمهور للعيوب البسيطة التي تعانيتها التقنية، وغلب على بعضهم الخوف في أثناء مشاهدتها تقدم المحتوى الإخباري، لذا طالبت الدراسة بضرورة تحسين مظهر وسلوك التقنية، حتى تلقى قبول الجمهور.

فيما سعت دراسة (Lee, J. et al. (2023) لاكتشاف مدى استمرارية الجمهور الصيني في متابعة تقنية مذبذبة الذكاء الاصطناعي عبر المنصات الإخبارية على شبكة الإنترنت، وذلك من خلال إجراء استبيان على عينة قوامها (٥٩٨) مبحث صينياً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود نية مستمرة لدى الجمهور عينة الدراسة على متابعة الأخبار والبرامج التي تقدمها التقنية، كما أوضحت نتائج الدراسة أن الباحثين الذين لديهم ثقة عالية في الأخبار التي تقدمها التقنية وسيتابعون الأخبار التي ستقدمها في المستقبل بشكل كبير، كما دعت الدراسة مطوري هذه التقنية إلى الاستمرار في جعلها تصل إلى مرحلة الاحتراف في تقديم المحتوى الإخباري .

واستهدفت دراسة (Zhang, Y. (2023) معرفة أثر ظهور تقنية مذبذبة الذكاء الاصطناعي على قطاع الإعلام، وأوضحت الدراسة أن التقنية تحتاج إلى مزيداً من التطوير خاصة في تحسين تعبيراتها

اللغوية من أجل أن يتقبلها الجمهور، كما أكدت الدراسة أنه لا غنى المقدم المحتوى البشري لما يتميز به من القدرة على التعامل مع المواقف غير المتوقعة وحالات الطوارئ وقدرته على الارتجال، والتي لا يمكن للتقنية فعلها، بالرغم من كم البيانات الضخمة التي يتم إدخالها إليها.

وحلت دراسة (KORTAK, I. (2022) تعليقات الجمهور التركي على أربع نشرات إخبارية من تقديم تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي باللغة التركية والإنجليزية بموقع يوتيوب، وأظهرت النتائج سلبية التعليقات على هذه التقنية الجديدة ورفض تعليقات الجمهور التركي أن تحل محل البشري؛ لأن ذلك من وجه نظرهم سيقضي على الإنسانية، كما أنهم لا يريدون لهذه التجربة الانتشار على مجال واسع النطاق، وإضافة التعليقات أن التقنية لا تنطق اللغة التركية بشكل سليم، وأنه مجرد تصميم رسومي متحرك يبعد البعد كله عن الواقعية، وأوضحت النتائج تخوف الأتراك من أن تسلب هذه التقنية من الإعلاميين البشر وظائفهم المستقبلية.

فيما تناولت دراسة (Yoon, L. & Jong, A.(2021) موقف متابعي الأخبار بدولة كوريا الجنوبية من تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي ونية مشاهدتها ومدى قبولها كبديل عن المذيع البشري ومعرفة تصوراتهم عن نقاط القوة والضعف بهذه التقنية ودرجة الثقة التي ستحظى بها عندهم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تمتع التقنية بدرجة مصداقية عالية عند جيل الشباب الذين يعدون من المستخدمين الرئيسيين للأخبار في المستقبل الأمر الذي يعني استمرار تطويرها واستخدامها في المستقبل .

وركزت دراسة (Wang, Y. (2021) على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار بالصين، ومنها كتابة الروبوت ومذيع الذكاء الاصطناعي، وكشفت نتائج الدراسة عن أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الصينية قد بدأ متأخراً، إلى جانب تقييد تطوير هذه التقنيات في مجال صناعة الأخبار؛ بسبب محدودية اللغة الصينية، ولكن على الرغم من ذلك رأت الدراسة أن وسائل الإعلام الصينية طورت من منتجاتها الإخبارية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي بشكل إبداعي وخاصة استخدامها لتقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في تقديم الأخبار على شاشة تليفزيونها الوطني.

وصاغه دراسة (Wang, X. (2021) نموذجاً عملياً من أجل تدريب طلاب الإعلام بالجامعات الصينية على فنون البث والاستضافة بشكل أكثر احترافية، خاصة بعد التأثير الذي أحدثته تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام وإثارته لشكوك الإعلاميين حول فكرة استبدالهم بها، وقد أكد النموذج العلمي الذي قدمته الدراسة على ضرورة أن يتواكب الطلاب مع تحديات التكنولوجيا الجديدة من خلال تنمية مهاراتهم المهنية وتوسيع خلفيتهم المعرفية وتطوير الخطاب العاطفي وتعزيز وعيهم الدولي وتنمية حب الوطن لديهم.

واهتمت دراسة (Yin, X. (2020) بتحليل مزايا تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي، والتي تمثلت في معالجتها للبيانات بكفاءة وسرعة الأمر الذي يمكنها من عمل فيديوهات داخل نشرة الأخبار في حالة حدوث حالات طوارئ أو أحداث كبرى، إلى جانب عرضها للأخبار المتعلقة بالطقس والممرور وتقارير سوق الأوراق المالية لاحتواء هذه النوعية من الأخبار على كم كبير من البيانات، كما أنها لا تعتمد على العاطفة، وبالرغم من تلك المميزات أكدت الدراسة أنها لا يمكن أن تحل محل المقدم المحتوى البشري، وذلك لعدم قدرتها على تمييز المعلومات الإخبارية وتحديدها وتفسيرها بشكل موضوعي.

من خلال استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، وقد تبين من خلال الرؤية النقدية لهذه الدراسات الآتي:

– ركزت الدراسات السابقة بالمحور الأول على استشراف مستقبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية المصرية، وأجمعت نتائج هذه الدراسات على حتمية تطوير العمل الإعلامي، وضرورة إدماج هذه التقنيات في صناعة المحتوى الإعلامي المصري لكي يتواكب مع تطورات الإعلام العالمي.

– سلطت نتائج الدراسات السابقة بالمحور الثاني الضوء على المزايا التي تتمتع بها تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي، والتي تمثلت في خفض تكاليف إنتاج المحتوى الإخباري، والعمل على مدار اليوم دون توقف، إلى جانب قدرتها على تقديم الأخبار بأقل معدلات خطأ وأداء متسق ونبرة محايدة تلقى صدى جيداً لدى المشاهدين، كما اجمعت نتائج هذه الدراسات على أن التقنية لن تحل محل المذيع البشري لافتقادها للمشاعر الإنسانية، وأن الاحتمال الأكثر حدوث في المستقبل أن يتعاونوا في تقديم المحتوى الإخباري.

– تباينت نتائج الدراسات السابقة من حيث قبول الجمهور لمتابعة الأخبار التي تقدمها التقنية، فقد حظيت التقنية على قبول الجمهور الكوري والصيني كما أوضحت دراسة كل من (Lee, J.et al, 2021) (Yoon, L. & Jong, A. 2021) ، في حين أظهرت نتائج دراسة كل من (Wu, H.et al, 2022) (KORTAK, I. 2022) ، فشل التقنية في إقامة روابط عاطفية مع الجمهور، ويمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة الاختلافات الديموجرافية للمبوحثين الأمر الذي جعل انطباعاتهم عن التقنية مختلفة، هذا بالإضافة إلى تطوير الإعلام الصيني والكوري للتقنية على نحو مستمر مما جعلها تحظى بقبول مصداقية عند جمهور هذه البلدان.

– تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة، واعتمد معظمها على منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، كما اعتمدت هذه الدراسات على عدد من النظريات جاء على رأسها نظرية "الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، وقد انتمت معظم الدراسات السابقة في المحور الأول للدراسات الاستشرافية لمحاولة استشرفها مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام المصري، في حين تنوعت دراسات المحور الثاني ما بين دراسات استشرافية ودراسات ميدانية تستهدف معرفة مدى القبول والثقة التي حظيت بها التقنية عند الجمهور، وتمثلت الأدوات البحثية المستخدمة بتلك الدراسات في أداة المقابلة المتعمقة واستمارة الاستبيان.

استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها على نحو دقيق واختيار الأسلوب البحثي الملائم لطبيعة هذه الدراسة، إلى جانب الاستفادة من أطرها المعرفية في تحديد الأهمية الخاصة بالتقنية ودورها في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري، ومعرفة الأبعاد المعلوماتية الخاصة بتاريخ تطورها، حيث مثلت الدراسات السابقة رصيلاً علمياً استمد منه الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة وضمن عدم تكرار ما تم إنتاجه من الدراسات البحثية، وإضافة زوايا جديدة واستكمال بعض النقاط الغير مدروسة في هذا المجال البحثي.

مشكلة الدراسة:

تشير نتائج الدراسات السابقة إلى إحداث تقنية مذيع الأخبار الاصطناعي تأثير كبير في صناعة وتقديم المحتوى الإخباري، لقدرتها على العمل دون انقطاع على مدار اليوم؛ مما يحسن من كفاءة العمل الإعلامي، وتوفيرها النفقات والوقت والجهد المبذول في عملية الإنتاج التقليدية للمحتوى الإخباري؛ وبناء على ما سبق تسعى الدراسة الحالية إلى الكشف عن رؤية خبراء الإعلام نحو مستقبل استخدام

هذه التقنية في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري بالقنوات والمواقع المصرية، وانعكاس استخدامها على ممارساتهم الإعلامية المستقبلية .

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

– تعد الدراسة الحالية امتدادًا لاتجاه بحثي واسع وممتد بالدراسات الأجنبية التي اهتمت بدراسة تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتوى الإخباري، خاصة في ظل تمكن الذكاء الاصطناعي من إنتاج محتوى إخباري يقارب في مضمونه وطريقة عرضه للمحتوى المنتج بواسطة الإعلاميين البشر، الأمر الذي يشكل تطور له انعكاس على مستقبل القائمين بالاتصال في المجال الإعلامي.

– تنوعت الكتابات والدراسات الأجنبية التي تناولت تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي، وفي المقابل كان هناك غياب للدراسات العربية والمصرية التي تناولت هذه التقنية، لتأتي الدراسة كاستجابة إلى حاجة المكتبة الإعلامية العربية للدراسات في هذا المجال العلمي المتخصص من خلال تقديمها رؤية علمية مستقبلية لإمكانية استخدام هذه التقنية في المواقع والقنوات الإخبارية المصرية، كما يمكن اعتبار هذه الدراسة توجيهاً لمزيد من الدراسات المستقبلية، وذلك لتقديمها تقنية تكنولوجية جديدة بحاجة إلى استفاضة دراستها.

الأهمية العملية:

– تبرز أهمية الدراسة من أهمية ما حظيت به تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام من استخدام المؤسسات الإعلامية لها في إنتاج محتواها الإخباري، لتعزز أداءها وتضمن واستمرارها، وتزيد فرص نموها وربحيتها، لتصبح الحاجة إلى دراستها باستمرار ذات أولوية كبرى، خاصة في ظل التجدد والسرعة التي يشهدها مجال صناعة الأخبار بالذكاء الاصطناعي.

– تتجلى أهمية الدراسة في تركيزها على معرفة الوضع الحالي لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية ومستقبل توظيف التقنيات الجديدة بداخلها، في إطار سعي الأوساط الإعلامية الدولية للوصول إلى أفضل سبل للاستفادة من هذه التكنولوجيا.

أهداف الدراسة:

– تقييم الوضع الراهن لاستخدام القنوات والمواقع الإخبارية المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري.

– تحديد الفوائد المتوقعة من استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري بتلك القنوات والمواقع .

– الكشف عن الاتجاه المستقبلي لخبراء الإعلام المصري نحو استخدام هذه التقنية بتلك القنوات والمواقع الإخبارية.

الإطار المعرفي للدراسة:

نماذج استخدام المؤسسات الإعلامية بمختلف دول العالم لتقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري:

تبنت العديد من الدول استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بمؤسساتها الإعلامية من ضمنهم الصين التي قدمت للعالم أول مذيع بالذكاء الاصطناعي عام ٢٠١٨ في المؤتمر العالمي الخامس للإنترنت، وتقديمه لنشرات الأخبار بتليفزيونها الوطني، لتبرهن على ثقة وطموح خططها التكنولوجية في مجال صناعة الأخبار (Wang,X,2021,P1).



شكل رقم (١) مذيع الذكاء الاصطناعي الصيني

ولم يقتصر توظيف الصين للتقنية على مؤسساتها الإعلامية، ولكنها تعاونت مع عدد من الدول لتعميم تجربة، ففي يونيو ٢٠١٩ أطلقت وكالة أنباء "Xinhua" الصينية مع وكالة أنباء "Tass" الروسية أول مذيعا بالذكاء الاصطناعي تتحدث اللغة الروسية، وذلك في إطار الاحتفال بالذكرى الـ٧٠ لإقامة العلاقات الدبلوماسية بين الصين وروسيا، وقد صُممت المذيعا على نحو يتفق بدقة مع سمات إحدى العاملات بالوكالة الروسية "تاس"، من حيث صوتها وشكل شفيتها وتعبيرات وجهها وسلوكياتها الواقعية من أجل تقديم تجربة مشاهدة أكثر طبيعية للجماهير (prnewswire,2019,P1).



شكل رقم (٢) مذيعا الذكاء الاصطناعي بوكالة "Tass" الروسية

كما استمر التطوير الصيني لهذه التقنية وإطلاق أول مذيعا للغة الإشارة الصينية بالذكاء الاصطناعي عام ٢٠٢١ من قبل شركة "Sogou INC" الرائدة في مجال في صناعة الإنترنت في الصين والتي أعلنت عنها في مؤتمر (Sohu Tech 5G & AI)، وكان أول ظهور لها على قناة "CCTV" الصينية في ٤ فبراير ٢٠٢٢ بالتزامن مع افتتاح دورة الألعاب الأولمبية في بكين لشرح الأحداث الأولمبية بطلاقة لضعاف السمع، وقد قام علي برمجتها فريق عمل من مدرسي وطلاب كلية الصم والذكاء الاصطناعي بجامعة تيانجين للتكنولوجيا على مدار ست سنوات من خلال بناء قاعدة بيانات لغة الإشارة لها، لتتمكن من تحويل اللغة المنطوقة إلى لغة إشارة في نفس الوقت الفعلي، من أجل مساعدة الأشخاص ضعاف السمع على الاندماج بشكل أفضل في المجتمع والتواصل مع غيرهم (Wodecki,2021,P1).

كما شقت التقنية طريقها إلى النجاح بوسائل إعلام دولة كوريا الجنوبية في عام ٢٠٢٠م امتلكت قناة "MBN" الكورية أول مذيعا بالذكاء الاصطناعي، فقد استنسخت القناة من مذيعا الأخبار "Kim Joo-ha" شبيهتها الاصطناعية من حيث المظهر والصوت حتي في مزاحها المعتاد وإيماءاتها

الصغيرة الأخرى، والتي صممت بواسطة التعلم العميق لمدة ١٠ ساعات من فيديو هذه المذيعة، وقالت مذيعة الذكاء الاصطناعي في أول ظهور لها علي شاشة القناة أنها قادرة على نقل الأخبار بالطريقة نفسها التي تقدمها المذيعة "Kim Joo-ha"، وقد تباينت ردود الأفعال حولها حيث أشاد البعض بالتشابه الشديد بين المذيعة البشرية والاصطناعية، بينما أكد آخرون أنهم فزعوا من الفكرة (Korea JoonAng Daily,2020,Para.2).



شكل رقم (٣) مذيعة الذكاء الاصطناعي بقناة MBN الكورية

وفي عام ٢٠٢١ أعلنت شركة "LG HelloVision" الكورية عن اطلاقها مذيعة بالذكاء الاصطناعي تدعي "Lee Ji-ae AI" لتقدم أخبار الطقس والأخبار المحلية وبرنامج معلومات عن الحياة اليومية بقنوات التلفزيون الإقليمي بكوريا الجنوبية لتكون جزء من سياسة التحول الرقمي لتلك القنوات، كما أنها تقدم النشرة الإخبارية في وقت متأخر من الليل وفي الصباح الباكر، ومجهزه للظهور أثناء الكوارث لتقديم النصائح للجمهور (Jun.G,2021,Para.4).

كما أعلنت قناة "Power TV" الهندية في يوليو ٢٠٢٣ استخدامها لتقنية مذيع الذكاء الاصطناعي من خلال مذيعة تدعي "Soundarya" والتي افتتحت برنامجها الأسبوعي بالحديث عن تأثير الذكاء الاصطناعي علي عملية إنتاج الإخبار التلفزيونية، لتثير الجدول والنقاشات حول مستقبل وسائل الإعلام في الهند أكبر بلدان العالم من حيث عدد السكان (The News,2023,Para.3).



شكل رقم (٤) مذيعة الذكاء الاصطناعي بقناة "Power TV" الهندية

وعلى مستوى النطاق العربي أعلنت مؤسسة أبو ظبي للإعلام عام ٢٠١٩ عن استقطاب وتطوير أول مذيع باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي ليقدم النشرات الإخبارية باللغتين العربية والإنجليزية على مختلف قنوات شبكة تلفزيون أبو ظبي بدولة الإمارات، وذلك في إطار اتفاقية شراكة مع شركة "سوجو" الصينية، ليكون أول مذيع ذكاء اصطناعي ناطق بالعربية في العالم، صوتاً وتفاعلاً مع اللغة وفي تعابير الوجه والملامح، من خلاله ستتمكن أبوظبي للإعلام من توفير بث تلفزيوني

إخباري متعدد الأشكال ذي فعالية عالية طوال العام (وكالة أنباء الإمارات، ٢٠١٩) ولكن لم يكتب لهذا المذيع الظهور على قنواتها التلفزيونية حتى الآن. أما بالنسبة لدولة الكويت، فقد أعلنت صحيفة "كويت نيوز" في أبريل ٢٠٢٣ تقديم مذيعة الذكاء الاصطناعي "فضة" لتسائل الجمهور الكويتي عن نوعية الأخبار التي يفضلون سماعها (بي بي سي عربي، ٢٠٢٣)، ولكنها لم تظهر مرة أخرى على موقع الصحيفة الكويتية.



شكل رقم (٥) مذيعة الذكاء الاصطناعي فضة بموقع "كويت نيوز" الكويتي

وفي مارس ٢٠٢٣ قدم معهد الجزيرة للإعلام التابع لشبكة تلفزيون الجزيرة بدولة قطر أول مذيعة تعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي تدعى "ابتكار" خلال مؤتمر الجزيرة للذكاء الاصطناعي، لتقدم في أغسطس ٢٠٢٤ أول حلقات برنامجها "الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار" بالمنصات الإعلامية لمعهد الجزيرة للإعلام (الصفحة الرسمية لمعهد الجزيرة للإعلام على موقع فيسبوك، ٢٠٢٤)، لتصبح أولي مذيعات الذكاء الاصطناعي التي تقدم برنامجاً خاصاً بها في الوطن العربي، وبالرغم من ذلك فهناك فرق شاسع بينها مذييعو الذكاء الاصطناعي في دولتي الصين وكوريا الجنوبية، بسبب عدم قدرة "ابتكار" على تحريك ملامحها أو يدها أثناء الحديث مع الجمهور بشكل يحاكي المذيعون البشر، كما أن معهد الجزيرة للإعلام لم يوضح طبيعة صوت "ابتكار" في كونه صوت أحد المذيعات البشر، أم أنهم يعتمدون على أحد تطبيقات الصوت المدعمة بالذكاء الاصطناعي.

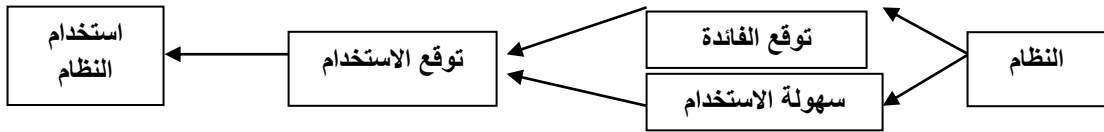


شكل رقم (٦) مذيعة الذكاء الاصطناعي ابتكار بمنصة "معهد الجزيرة للإعلام" القطري

ويتضح مما سبق أن الدول العربية مازلت في المرحلة الأولى من مراحل تجريب استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بمذيع الذكاء الاصطناعي، ولكنها حتى الآن لم ترتقي لما وصلت إليه الدول الأجنبية الأخرى.

نموذج قبول التكنولوجيا:

مع التطور المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودمجها في الحياة الخاصة والمهنية للمستخدمين لا يزال القرار المتعلق بقبولها أو رفضها تساؤلاً مفتوحاً، الأمر الذي أدى إلى اهتمام مجتمع البحث بمعالجة هذا السؤال من خلال تطوير عدد من النظريات والنماذج لقبول التكنولوجيا واستخدامها الفعال ليصبح نموذج قبول التكنولوجيا الذي قدمه "Davis" منذ أكثر من ربع قرن، نموذجاً مهماً في التحقق من العوامل التي تؤثر في قبول المستخدمين للتكنولوجيا (Legris et al., 2003, P198)، فقد تم بناء النموذج بالاعتماد على نظرية الأفعال المسببة لدراسة استخدام تكنولوجيا المعلومات ونظرية السلوك المخطط ليقدم النموذج شرح لسلوك المستخدمين. فقد تم بناء النموذج بالاعتماد على نظرية الأفعال المسببة لدراسة استخدام تكنولوجيا المعلومات ونظرية السلوك المخطط ليقدم النموذج شرح لسلوك المستخدمين تجاه التكنولوجيا من خلال تفسير دافع المستخدم من خلال ثلاثة عوامل تتمثل في سهولة الاستخدام المتصورة والفائدة المتصورة والموقف اتجاه الاستخدام (Al-Qaysi. et al, 2020, P4964)، كما هو موضح بالشكل التالي:



شكل رقم (٧) يوضح نموذج قبول التكنولوجيا الذي قدمه "Davis" عام ١٩٨٦

وخلال المراحل التجريبية اللاحقة، قام الباحثون بتنقيح النموذج ليشمل متغيرات أخرى وتعديلاً للعلاقات التي صيغت في البداية، خاصة مع اكتشافهم لعوامل جديدة لها تأثير كبير على المتغيرات الأساسية للنموذج، وعرفت نماذجهم باسم نماذج قبول التكنولوجيا المعدلة، ومع مرور الوقت تطور نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) ليصبح النموذج الرئيسي في فهم تنبؤات السلوك البشري اتجاه القبول أو الرفض المحتمل للتكنولوجيا، في ظل تأكيدات العديد من الدراسات على قابليته للتطبيق على مختلف التقنيات التكنولوجية ومختلف السياقات البحثية (Granić & Marangunić. 2019. P.2580).

وبناءً على ما سبق وضعت الباحثة نموذج علمي للدراسة الحالية يستند على نموذج قبول التكنولوجيا المعدل ليشمل عدداً من المتغيرات متمثلة في الثقافة التنظيمية للمواقع والقنوات الإخبارية المصرية، والجاهزية التكنولوجية بها، وعادات استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، والمزايا التي تتمتع بها تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي، والتعرف على الاتجاه المستقبلي لاستخدامها بناءً على توقعات خبراء الإعلام.

كما لا تعتبر هذه الدراسة سهولة الاستخدام عاملاً هاماً يوضح نية استخدامها داخل المواقع والقنوات الإخبارية المصرية، حيث أكدت دراسة (Dabbous, A. et al., 2022, P248) أن السهولة المتصورة كمحدد لنية استخدام التكنولوجيا ليست الأساس في قبول المستخدمين والتقنيات التكنولوجية الجديدة، وأن التدريب الجيد والتعرض لفترات طويلة للتقنية يساعد على إتقان التعامل مع هذه التكنولوجيا المتطورة.

وقد تم إعداد نموذج الدراسة وفقاً لما يوضحه الشكل



شكل رقم (٨) نموذج الدراسة " استخدام تقنية مذب الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري بالقنوات والمواقع المصرية"

تسعي الدراسة الحالية للوقوف على الوضع الراهن لاستخدام القنوات والمواقع الإخبارية المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري وذلك من خلال معرفة ما يلي :

الثقافة التنظيمية: تلعب المنظمات دوراً كبيراً في تسهيل استخدام موظفيها للتقنيات الجديدة، حيث يتمثل دورها في توفير بيئة مناسبة تشجع على هذا الاستخدام ، وهي القيم والمعتقدات والافتراضات التي يعتنقها أعضاء منظمة مشتركة، والمفتاح المحدد للابتكار المؤسسي التي تعمل على تعزيزه أو تقف كحاجز أمامه، كما تساعد في النهاية علي أدراك فائدة استخدام أنواع معينة من التكنولوجيا (Dabbous,A.et al, 2022,P249)، وتعرفها الدراسة الحالية إجرائياً "**الثقافة التنظيمية داخل القنوات والمواقع الإخبارية المصرية**": بأنها رؤية خبراء الإعلام عينة الدراسة لإدراك القائمين على إدارة القنوات والمواقع الإخبارية المصرية لأهمية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وجدي استخدامها في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري وذلك من خلال تدريب الإدارة للقائم بالاتصال عليها وتحفيزهم علي الابتكار والإبداع، إلي جانب تخصيص ميزانية لتطوير التقنيات والأدوات التكنولوجية بها".

عادات استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي: يقصد بها تعود القائم بالاتصال علي استخدام تقنيات وأدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري وانعكاس ذلك علي تقبله للتقنيات الجديدة، وذلك لان الاستخدام السابق يعد مؤشراً قوياً لاستخدام التقنيات الجديدة في المستقبل (Dabbous, A.et al, 2022,P251)، وتعرف الدراسة الحالية إجرائياً "**عادات استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي**": بأنها معرفة خبراء الإعلام عينة الدراسة للتجارب السابقة للقائمين بالاتصال في القنوات والمواقع الإخبارية المصرية الخاصة باستخدام تقنيات وأدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري".

الجاهزية التكنولوجية: يقصد بها الدرجة التي يعتقد بها الفرد وجود بنية تحتية تنظيمية وتقنية داعمة لاستخدام النظام (Venkatesh, V. et al., 2003, P435)، وتعرف الدراسة الحالية إجرائيًا "الجاهزية التكنولوجية للمواقع والقنوات الإخبارية المصرية": بأنها مدي تقييم خبراء الإعلام عينة الدراسة لتوافر المعدات الحديثة وبنية التحتية وشبكة اتصالات قوية داخل القنوات والمواقع الإخبارية المصرية بما يؤهلها لاستخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي خاصة تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي.

توقع الفائدة المستقبلية: ويقصد بها الدرجة التي يعتقد بها المستخدم أن استخدام النظام المستهدف من شأنه أن يعزز من أدائه الوظيفي (Davis, F., 1989, P322)، وقد أوضحت الدراسات أن "توقع الفائدة" واحدة من أقوى المتغيرات وعاملاً مهمًا يحدد نية استخدام التكنولوجيا الجديدة (Go, H. et al., 2020, 176)، تعرف الدراسة الحالية إجرائيًا "توقع الفائدة من استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية": بأنها المزايا التي يمكن أن يوفرها استخدام هذه التقنية داخل القنوات والمواقع الإخبارية المصرية من وجهة نظر خبراء الإعلام عينة الدراسة على المستوى الاقتصادي و إنتاج المحتوى الإخباري وتعزيز الأداء الوظيفي للقائم بالاتصال ورفع قدراتها التنافسية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما درجة تبني إدارات القنوات والمواقع الإخبارية المصرية لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري؟
- ما واقع استخدام القائمين بالاتصال لتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري؟
- ما الجاهزية التكنولوجية للقنوات والمواقع الإخبارية المصري؟
- ما مزايا استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية؟
- كيف يري خبراء الإعلام المصري عينة الدراسة مستقبل توظيف تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية؟

الأطر المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلي البحوث الاستطلاعية، وتستخدم هذه النوعية من البحوث العديد من الأساليب والتقنيات العلمية لمحاولة فهم التطورات التي يمكن أن تحدث في المستقبل وتقليل نسبة الغموض وعدم اليقين بغرض الاستعداد والتخطيط لتلك التطورات، وتمهيداً لاتخاذ قرارات الحاضر بصدد هذا المستقبل الممكن أو المحتمل(فهمي، ٢٠٠٠، ص ٢٠٥)، ومن ضمن هذه الأساليب "أسلوب دلفي" الذي يتضمن إجراءً قياساً قليلاً وآخر بعدياً يتناول جماعة واحدة ويجري عليها القياس، ويتبع ذلك منهج المناقشة من خلال المقابلة (Information Resources Management Association, 2014)، وقد اعتمدت عليه الدراسة الحالية لاتساقه مع أهدافها، كما أنه يدعم الوصول إلي نتائج ذات جدوي وصله بالمشكلة البحثية، من خلال استطلاع آراء خبراء الإعلام العاملين في مجال صناعة وإنتاج المحتوى الإخباري حول فرص استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في القنوات والمواقع الإخبارية المصرية، من أجل استقراء الواقع، واستشراف مستقبل استخدامها.

مجتمع وعينة الدراسة :

تمثل مجتمع الدراسة في خبراء الإعلام المصريين العاملين القنوات والمواقع الإخبارية المصرية، ومن أجل الوصول إلى عينة الدراسة بدقة، أرسلت الباحثة سؤالاً مباشراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي لـ (١٠٠) للفائمين بالاتصال بالقنوات والمواقع الإخبارية المصرية القومية والحزبية والخاصة، حول استخدامهم لتقنيات وأدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملهم الإعلامي، وتوصلت إلى أن (٤٢) من الذين وجه إليهم السؤال أجابوا باستخدامهم للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الخاص بهم دخل مؤسساتهم الإعلامية، أو في إنتاج محتوى إخباري خاص بصفحاتهم الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي، وعند طلب الباحثة إجراء مقابلات متعمقة معهم حول مستقبل استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية، وافق (٣٧) خبير إعلامياً بإجراء المقابلة مع الباحثة فيما اعتذر خمسة خبراء عن إجراء المقابلة.

وتمثلت عينة الدراسة في عينة متاحة قوامها (٣٧) مبحوث من خبراء الإعلام العاملين القنوات والمواقع الإخبارية المصرية، متمثلين في (١١) خبير من العاملين بالقنوات الإخبارية المصرية الآتية: قناة النيل للأخبار، وقناة القاهرة الإخبارية، وقناة إكسترا نيوز.

بجانب (٢٦) خبير من العاملين بالمواقع الإخبارية التي تمثلت في: المواقع الإخبارية القومية وهي (بوابة الأهرام، بوابة أخبار اليوم، الجمهورية أون لاين) والمواقع الإخبارية الحزبية متمثلة في (بوابة الوفد الإلكترونية)، والمواقع الإخبارية الخاصة متمثلة في (موقع القاهرة ٢٤، موقع اليوم السابع، موقع الوطن)، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١) خبراء الإعلام العاملين بالمواقع والقنوات الإخبارية عينة الدراسة

عدد خبراء الإعلام عينة الدراسة	المواقع والقنوات الإخبارية المصرية	
٣	قناة النيل للأخبار	القنوات الإخبارية الحكومية
٣	قناة القاهرة الإخبارية	القنوات الإخبارية المصرية
٥	قناة إكسترا نيوز	
٤	بوابة الأهرام	القنوات الإخبارية الخاصة
٣	بوابة أخبار اليوم	المواقع الإخبارية القومية
٢	الجمهورية أون لاين	
٦	بوابة الوفد الإلكترونية	المواقع الإخبارية الحزبية
٣	موقع الوطن	المواقع الإخبارية الخاصة
٤	موقع اليوم السابع	
٤	موقع القاهرة ٢٤	
	٣٧	الإجمالي

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على استبيانات أسلوب دلفي التي تعد من أوضح الأدوات التي تقدم مجموعة من التصورات المستقبلية لاستخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالقنوات والمواقع الإخبارية (عبد الحميد، ٢٠٠٠، ص ٢٧٢)، من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع خبراء الإعلام عينة الدراسة، وقد قامت الباحثة بإجراءات تصميم دليل المقابلة المتعمقة لاستبيان الجولة الأولى والثانية بناء على الخطوات التالية:

– أعدت الباحثة دليل مقابلة متعمقة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، ويحقق أهدافها تضمن (٣) محاور أساسية، عُرضت على عدد من المحكمين^(١) للتحقق من مدى قدرة هذه الأداة على تحقيق الهدف المنشود منها، وبناء على آرائهم أُجريت التعديلات اللازمة من حذف، وإضافة حتى تم الوصول إلى الصورة النهائية لاستبانة الجولة الأولى.

– وبعد الانتهاء من إعداد الدليل في صورته النهائية، اختارت الباحثة بعض الإعلاميين العاملين في مجال إنتاج المحتوى في القنوات والمواقع الإخبارية أجريت معهم المقابلات عبر تطبيق (Zoom) ومن خلال لقاءات مباشرة بمقر مكاتبهم بالمؤسسات الإعلامية التي يعملون بها، وعبر الاتصالات الهاتفية، فقد اختار كل مبحوث الطريقة الأفضل في التواصل بالنسبة له، وجاء ذلك خلال الفترة من (٢٠٢٤/٥/٦ إلى ٢٠٢٤/٦/١١).

– وجهت إلى المبحوثين مجموعة من الأسئلة التي حُدِّت مقدّمًا لكل مبحوث بالصياغة نفسها والترتيب نفسه، واستخدمت الأسئلة ذات النهايات المفتوحة. وقد اعتمدت الدراسة على توصيات (Kvale, S& Brinkmann, S, 2007, P36) بأن تكون المقابلات مع أعداد قليلة من المبحوثين، ولكن طويلة ومكثفة من أجل التعمق في موضوع الدراسة. وقد التزمت الباحثة بالقواعد المرتبطة بأخلاقيات البحث العلمي خلال كل لقاء من اللقاءات التي أجريت، وذلك باستعراض مشكلة وأهداف وأهمية الدراسة ومحاورها المختلفة، وتوضيح أن بيانات هذه اللقاءات مسجلة وسرية ومخصصة لأغراض البحث العلمي.

– وبعد الانتهاء من المقابلات المتعمقة في الجولة الأولى جمعت الباحثة آراء الخبراء عينة الدراسة وتحديد أوجه الاختلاف والاتفاق في آرائهم حول إمكانية استخدام تقنية مذيع الأخبار الاصطناعي بالقنوات والمواقع الإخبارية المصرية، وبعدها أعدت الباحثة استبيان الجولة الثانية وإجراء مقابلات متعمقة مرة أخرى خلال الفترة من (٢٠٢٤/٦/٢٩ إلى ٢٠٢٤/٧/١٥) مع الخبراء أنفسهم لتوضيح موقف ورأي كل منهم تجاه رأي الآخرين والوصول إلى تصور نهائي يتفق عليه معظم الخبراء عينة الدراسة يكون أقرب تصور لما سيكون عليه وضع مذيع الأخبار الاصطناعي داخل تلك القنوات والمواقع الإخبارية.

(١) أسماء السادة محكمي استمارة المقابلة المقنتنة:

- أ.د خلف طه، استاذ الإعلام بكلية الاتصال بجامعة اليرموك بالأردن.
- أ.د سحر فاروق، استاذ الصحافة و رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان.
- أ.د. محمد عبد الظاهر، استاذ الإعلام بكلية الاتصال بجامعة الشارقة الإمارات، والرئيس التنفيذي لمؤسسة صحافة الذكاء الاصطناعي.
- أ.د. م ولاء يحيي، استاذ الإعلام الرقمي المساعد بكلية الإعلام بالجامعة الحديثة.
- د. عباس الزنجي، المحاضر بجامعة فرجينيا تيك، والخبير في مجال غرف الأخبار الذكية.

نتائج الدراسة:

أولاً - نتائج الاستبيان القبلي لآراء خبراء الإعلام عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة في تحليل بيانات الاستبيان القبلي لآراء الخبراء عينة الدراسة على أسلوب التحليل الموضوعي للبيانات التي جُمعت من المقابلات المتعمقة، وقامت بتفريغ ورصد الإجابات لتنظيم عرض نتائج هذا الاستبيان وفقاً لمحاورة الأساسية، والمقارنة بين إجابات خبراء الإعلام العاملين بالقنوات الإخبارية وبين خبراء الإعلام العاملين بالمواقع الإخبارية المصرية، وتحديد الاتجاه الغالب على إجابتهم على كل سؤال من أسئلة دليل المقابلة من أجل الخروج برؤية عامة لواقع استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بتلك المواقع والقنوات ومستقبل استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بها.

المحور الأول: الوضع الراهن لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإخباري بالقنوات والمواقع المصرية:

١. الثقافة التنظيمية لإدارة القنوات والمواقع الإخبارية المصرية ومدى تبنيها لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي:

تباينت آراء خبراء الإعلام العاملين بالقنوات الإخبارية المصرية عينة الدراسة حول درجة تبني إدارات هذه القنوات لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بداخلها، فقد أشاد خبراء الإعلام العاملين بالقنوات الإخبارية المملوكة لشركة المتحدة للخدمات الإعلامية بإدارتها لقناتي إكسترا نيوز وقناة القاهرة الإخبارية وتطويرها المستمر لنشراهم وبرامجهم الإخبارية، وتحررهم من قيود تنظيمية كثيرة وعدم وجود بيروقراطي وروتين يعيق استخدامهم لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري.

وأوضح محمد خسكيه معد البرامج بقناة إكسترا نيوز أن هناك خطة طموحة تسعى إليها إدارة هذه القنوات خلال الفترة القادمة تتمثل في إنشاء غرفة أخبار ذكية يُستعان فيها بتقنيات الذكاء الاصطناعي من أول توليد الفكرة وكتابة المحتوى وحتى تقديمه على الشاشة.

أما بالنسبة لقناة النيل للأخبار، فقد رأى خبراء الإعلام عينة الدراسة أنها تعاني مثل باقي قنوات التلفزيون المصري من خضوعها لإدارات كثيرة الأمر الذي يصعب من عمليات اتخاذ القرارات، وقد أكد الإعلامي محمد حسان المذيع بقناة النيل للأخبار على ضرورة وضع الإدارة خطط استراتيجية تساهم في تسهيل تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل القناة.

وعلى نطاق المواقع الإخبارية المصرية فقد أوضح خبراء الإعلام عينة الدراسة أن إدارات هذه المواقع لم تتبني حتى الآن استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بها فيما عدا موقع القاهرة ٢٤، وأن هناك فجوة كبيرة بينها وبين المواقع الإخبارية الأجنبية التي قطعت شوطاً كبيراً في استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بداخلها، وأرجعوا ذلك إلى عدة أسباب منها عدم وضع إدارات هذه المواقع الإخبارية لخطط واستراتيجيات واضحة ومحددة لتطوير العمل بداخلها، وغياب تدريب القيادات الصحفية على استراتيجيات الإدارة الحديثة، فبالرغم من التحول الرقمي الذي شهدت بعض المؤسسات الإخبارية في مصر إلا أنها عجزت أن يكون هذا التطور لصالحها، لتتحول بعض المواقع الإخبارية لمجرد نسخة مكررة من الصحف الورقية دون وجود أي إبداع أو تطوير في المحتوى الإخباري.

فقد أوضحت دينا مرسي الصحفية بموقع الجمهورية أون لاين أن الإدارة تتبع في سياستها التحريرية المدرسة الإخبارية التقليدية في إنتاج المحتوى الإخباري، ولا توجد ثقافة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بداخلها، وأشار محمد علي الصحفي ببوابة الأهرام إلي أن الإدارة تعتمد بشكل أساسي علي اتباع الأسلوب التقليدي في صناعة المحتوى الإخباري، وأنهم لا يعتمدوا على تطبيقات الذكاء

الاصطناعي داخل مؤسستهم الصحفية، كما أكدت نهال مجدي الصحفية بأخبار اليوم علي انتهاج الإدارة نفس النهج المتبع في المؤسسات الصحفية القومية بالاعتماد على العنصر البشري في صياغة وتحرير الأخبار دون تدخل الآله فيه.

أما على نطاق المواقع الإخبارية الحزبية، فذكر عينة الدراسة من العاملين بموقع الوفد أن القائمين على إدارة البوابة الإخبارية يعتمدوا بشكل أساسي على إنتاج المحتوى الإخباري بالشكل التقليدي دون الاعتماد على تطبيقات ذكاء اصطناعي، كما أوضح أحمد راضي الصحفي بالوفد أن الشغل الشاغل للإدارة هو توفير مرتبات العاملين بالجريدة والموقع الإخباري، وأن هذا الأمر يورق الإدارة لعدم توافر موارد مالية داخل المؤسسة الصحفية.

وإن كان هذا الوضع في المواقع الإخبارية القومية والحزبية فهو لم يختلف كثيرا عن المواقع الإخبارية الخاصة التي اعتمدت على بشكل رئيسي على الطرق التقليدية في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري، فيما عدا موقع القاهرة ٢٤ الذي سعت إدارته في عام ٢٠٢٠ لتبني استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي بدخلها من أجل أن يصبح الموقع من أوائل المواقع الإخبارية المصرية التي استخدمتها، وقال عدي إبراهيم مدير تحرير الموقع أن إدارة تؤمن بأن التطور التكنولوجي ضرورة حتمية لذا شكلت فريقا من مهندسين الاتصالات داخل الموقع يتابع مع الصحفيين عملية إنتاج المحتوى الإخباري ورفعته على الموقع، كما أن الموقع يستخدم تكنولوجيا الإتمته في رفع البيانات الرسمية من صفحات الرسمية للرؤساء و للوزارات والهيئات الحكومية فور صورها وتشر على الموقع مباشرة، الأمر الذي ساعد في توفير وقت ومجهود الصحفيين بالموقع.

٢. عادات القائم بالاتصال في استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي:

أوضح خبراء الإعلام عينة الدراسة العاملين بالقنوات الإخبارية المصرية بأن القنوات لديها كفاءات بشرية مدربة على إنتاج المحتوى الخبري باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي من مهندسي اتصالات ومبرمجين، ومصممي جرافيك، ومخرجين، وقد أشار أحمد السيد المخرج بقناة إكسترا نيوز" أن إنتاج البرامج داخل القناة يعتمد على الطريقة التقليدية ولا تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي فيه، فيما أوضحت جاكين ماهر المذيعة بقناة إكسترا نيوز أنها تستخدم تطبيق Chat "GPT" في اختيار بعض الأفكار الإعلامية الجديدة وتجهيز الأسئلة الحوارية في بعض الأحيان، فيما أوضح محمد حسان المذيع بقناة النيل للإخبار أنه يعتمد على بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بالصوت والمونتاج في إنتاج المحتوى الصوتي الخاص به، وأوضح أسلام أبو المجد المعد بقناة القاهرة الإخبارية انه استخدم تطبيقات مثل "Chat GPT و عربي AI" في إعداد أسئلة بعض الحلقات البرمجية، ولكنه اعتماد على المعلومات التي قدمتها له هذه التطبيقات بدرجة ضعيفة؛ وذلك لأن طبيعة الملفات السياسية التي يُعدها تتطلب تأكداً تاماً من صحة المعلومات الواردة بها من مصادر رسمية .

وقد اتفق جميع خبراء الإعلام العاملين بالقنوات الإخبارية المصرية أنه حتى الآن ينتج معظم المحتوى الإخباري بالطرق التقليدية أو ما أسموه عينة الدراسة "بالطريقة البلدي" التي تطلب وجود فريق عمل كبير داخل الاستوديو من مصورين ومساعدتي تصوير ومخرجين ومساعدتي إخراج وفنيين ومعدي الأخبار وفريق عمل خاص بالمونتاج إلى جانب المذيعين لإنتاج هذا المحتوى الإخباري، الأمر الذي يتسبب في تخصيص جزء كبير من ميزانية هذه القنوات لتغطية أجور العاملين بها .

وعلى نطاق المواقع الإخبارية المصرية أكد خبراء الإعلام العاملين بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة على اعتماد الصحفيين على الطريقة التقليدية في تحرير المحتوى الإخباري دون استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، فيما عدا موقع القاهرة ٢٤ الذي درب العاملين به على كيفية استخدام

تطبيقات الذكاء الاصطناعي عقب إطلاقه مبادرة استخدام لغة البرمجة لإنتاج البيانات الصحفية الاقتصادية دون تدخل بشري، وقد أوضح كل من أحمد حمدي ومحمد توماس وبسنت المنيلاوي الصحفيين موقع القاهرة ٢٤ أن الموقع يدرّبهم على تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتمثلة في تطبيقات التدقيق اللغوي وترجمة وتحرير الصور والفيديوهات؛ مما تسهل عليهم عملهم اليومي، هذا بالإضافة إلى تعزيز مهاراتهم الإبداعية والفنية في تحرير التقارير والتحقيقات الصحفية، ليزداد معدل إنتاجية الأخبار المنشورة بالموقع مقارنة بغيره من المواقع الإخبارية الأخرى.

وقد عدد خبراء الإعلام من العاملين بالمواقع الإخبارية المصرية عينة الدراسة أسباب عدم استخدام القائمين بالاتصال في معظم المواقع الإخبارية المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومنها كما أوضحه أشرف مفيد الصحفي بالأهرام قلق الصحفيين من أن تحل الآلة محلهم وتفقدهم وظائفهم، كما أنهم يفضلون إنتاج الأخبار بالطرق التقليدية؛ بسبب تخوفهم من المعلومات المغلوطة التي من الممكن أن تقدمها لهم بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

وهذا لا يعني أن العاملين بهذه المواقع لا يستخدمون الذكاء الاصطناعي على الإطلاق، فقد انتبه بعضهم إلى تطور، وتلاحق تكنولوجيا المعلومات من حوله وما وصلت إليه الصحف والقنوات العالمية في استخدامه وتطويره في العمل الصحفي، فطوروا أنفسهم وهذا ما أكدت الصحفية مونيكا عياد "بوابة الوفد" بأنها توجهت للعديد من المؤسسات الإعلامية داخل وخارج مصر لتتعلم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والميتافيرس في عملها الصحفي وبالفعل سهلت هذه التطبيقات عليها عملية صناعة المحتوى الخبري الخاص بها، كما أوضح خالد عمار الصحفي ببوابة الوطن أنه قام بإنشاء مساحة خاصة للبوابة داخل الميتافيرس في محاولة للحاق بالتطور التكنولوجي العالمي ولكنها كانت مجرد تجربة أولية، وأشار كل من وليد عبد السلام وبسنت جميل الصحفيين باليوم السابع أن نقابة الصحفيين تستهدف الآن تدريب الصحفيين على تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال إقامة عدد من الدورات المجانية للصحفيين من أجل السعي نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال إنتاج المحتوى الخبري المصري.

٣. الجاهزية التكنولوجية بالقنوات والمواقع المصرية:

أشار خبراء الإعلام عينة الدراسة من العاملين بالقنوات الإخبارية المصرية على جاهزية قنوات القاهرة الإخبارية وقناة إكسترا نيوز التكنولوجية و توافر الأجهزة التكنولوجية الحديثة بها ووجود بنية تحتية جيدة جدا وكذلك توافر شبكة اتصالات قوية بهم، وأوضح مصطفى نوير المخرج بقناة القاهرة الإخبارية بأنهم بالفعل يستخدمون العديد من تقنيات الذكاء الاصطناعي منها تقنية الواقع المعزز داخل القناة، بجانب الاستعانة ببعض أدوات الذكاء الاصطناعي متمثلة في الدرون "الكاميرا الطائرة" في تصوير الأحداث الهامة مثل أحداث احياء ذكرى ثورة ٣٠ يونيو على سبيل المثال.

وبالنسبة لجاهزية قناة النيل للأخبار أوضح محمد حسان المذيع بقناة النيل للأخبار أن القناة بها استديوهات كبيرة ومجهزة، وعلى سبيل المثال "استيديو ٥" الذي تبلغ مساحته أكثر من ٩٠٠ متر مجهز بالكامل ليصبح "Virtual studio" ومجهزاً للبت بجودة "HD" ولكن حتى الآن هناك بعض المعدات والأجهزة التي يحتاج إليها الاستديو، فيما أكد محمد عبد العزيز المخرج بقناة النيل للأخبار على ضرورة تقوية إشارة شبكة الإنترنت داخل جميع استديوهات القناة وسرعة استبدال المعدات التالفة بمعدات وأجهزة حديثة، وكذلك شراء معدات تصوير حديثة مثل الكاميرات المخصص لإنتاج الواقع المعزز والتي تعتمد عليها القنوات العربية الآن مثل قناة الغد التي تنتج برنامج كامل باستخدام هذه التقنية، مشيراً أنه على الرغم من استخدام الواقع المعزز داخل بعض التقارير الإخبارية بالقناة، إلا أن هذه التقارير تنتج بالاستعانة بمجموعة من برامج المونتاج، ويستغرق تصميمها ساعات طويلة، وذلك لعدم توافر الأجهزة الخاصة بها، كما أنها تكون مسجلة من قبل، ولا يمكن إنتاجها على الهواء

مباشراً على عكس بعض القنوات العربية والأجنبية التي تتوافر بها الكاميرات وأدوات المونتاج الخاصة بإنتاج المحتوى الإخباري بتقنية الواقع المعزز في أثناء البث المباشر.

أما على نطاق المواقع الإخبارية المصرية أوضح خبراء الإعلام عينة الدراسة من العاملين بهذه المواقع افتقار معظم المواقع الإخبارية القومية والحزبية والخاصة للجهازية التكنولوجية التي تؤهلهم لتبني تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي داخل غرف أخبارهم، وأرجع خبراء الإعلام من العاملين بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة هذا إلى عدة أسباب على رأسها الوضع الاقتصادي لهذه المؤسسات الصحفية وتراجع الأرباح في معظم المؤسسات بشكل كبير بسبب الخسائر اليومية التي تتكبدها هذه المؤسسات لاستمرارها في طباعة نسخ ورقية يومية لصحفتها وضعف توزيعها، لتفضيل القارئ المصري متابعتها صفحات الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي. هذا بجانب تراكم ديون بملايين الجنيهات على هذه المؤسسات الصحفية لجهات أخرى، لتصبح الموارد المالية الموجودة بهذه المؤسسات تكفي بالكاد مرتبات العاملين بها. ورأي الخبراء عينة الدراسة أن الوضع الاقتصادي الذي تشهده تلك المؤسسات الإخبارية يقدح ناقوس الخطر بقرب نهايتها مهما قدمت لها الحكومة من مساعدات مادية، ما لم تحاول التغيير والتطوير لمواكبة متطلبات العصر. وأنه من الصعب حالياً تجهيز هذه المؤسسات الإخبارية بالأجهزة والمعدات عالية التكلفة المادية اللازمة لبدء تبني واستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي المتطورة في إنتاج المحتوى الإخباري.

وبالنسبة لجهازية موقع القاهرة ٢٤ التكنولوجية أوضح عدي إبراهيم مدير تحرير الموقع أنه تم تجهيز الموقع بأحدث الأجهزة التكنولوجية الحديثة لتناسب مع استخدام الموقع لتكنولوجيا الأتمتة، كما أن الجهازية التكنولوجية للموقع ساهمت في ابتكار أفكار جديدة وتنفيذها من أجل جذب الجمهور لمتابعة الموقع، ومنها تنفيذ ألعاب جيم داخل الموقع مثل "السلم والثعبان" وتقوم فكرة هذا الجيم على أن يقوم الجمهور متابعي الموقع باللعب في سبيل الحصول على الأخبار.

المحور الثاني : مزايا استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية:

أوضح خبراء الإعلام عينة الدراسة إلى أن تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي تعد من الابتكارات الحديثة التي ساهمت في عملية تحسين إنتاج المحتوى الإخباري وتقديمه بطريقة سريعة ودقيقة بناء على نتائج التجربة الصينية والكورية في استخدامها داخل مواقعهم وقنواتهم الإخبارية، وذلك لا تعتمد التقنية على استخدام قواعد الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لإنتاج وتقديم الأخبار بناء على قاعدة كبيرة من المعلومات الموثقة والبيانات الصحفية التي تمكنها من توليد العديد من التقارير الإخبارية الفورية بناء على أحدث المستجدات الإخبارية.

وعدد خبراء الإعلام عينة الدراسة من الفوائد المتوقعة من الاستخدام المستقبلي للتقنية داخل القنوات والمواقع الإخبارية المصرية منها كما ذكر الإعلامي عمر حسن "معد برامج اكسترا نيوز" تحسين عملية إنتاج وتقديم المحتوى الخبري، وذلك لقدرتها على تحليل كميات ضخمة من البيانات بدقة وسرعة عالية، مما يقلل من الوقت والجهد لإنتاج تقارير.

كما أشار عادل صبري مؤسس بوابة الوفد أنه يمكن أن يُستعان بها في تقديم المحتوى الإخباري في أوقات متأخرة من الليل عوضاً عن وجود مذيع بشري متأهب على نحو مستمر للأحداث والمواقف التي قد تحدث أو لا تحدث، كما أنها توفر النفقات المالية اللازمة لعملية إنتاج نشرة أخبار داخل الاستديو التقليدي من ضرورة توافر معدات إضاءة وكاميرات وميكروفونات وأجهزة المونتاج.

وأضاف مصطفى نوير المخرج بقناة القاهرة الإخبارية مميزات أخرى وهي قدرة التقنية على العمل على مدار ٢٤ ساعة في اليوم دون كلل أو ملل؛ مما يساهم بدوره في أن توفر نشرة إخبارية مستمرة ومحدثة على مدار اليوم على بالصحف الرسمية للقنوات والمواقع الإخبارية المصرية

بتطبيقات التواصل الاجتماعي، خاصة أن كل ما يتطلبه الأمر هو إمداد التقنية بالمعلومات الجديدة والمحدثة لتنتقلها للجمهور فور إدخالها إليها .

وأكد أشرف مفيد الصحفي بالأهرام إلى أن وجود هذه التقنية سيساهم في إيصال صوت مصر وموقفها من القضايا العالمية، وذلك لتمكنها من بث المحتوى الخبري بأكثر من لغة بشكل احترافي مما يتيح نشر فيديوهات لها بلغات مختلفة على الصفحات الرسمية الإخبارية بمواقع التواصل الاجتماعي الأمر الذي يساهم بدوره في توسيع نطاق الجمهور المستهدف ورفع نسب مشاهدة الأخبار وعدم اقتصارها على الجمهور العربي فقط، بل وللجمهور الأجنبي أيضا.

وأوضح عمرو عكاشة مدير تحرير بوابة الوفد أنه يمكن الاستعانة بها في حالات الطوارئ لتقديم الأخبار حال حدوث أحداث تحول دون وجود مذيع بشري، مضيفاً أن الاستعانة بها جنباً إلى جنب مع المذيع البشري في تقديم المحتوى الإخباري سيكون سبباً من أسباب خروج هذا المحتوى بشكل فعال وجذاب وبصورة عالية الكفاءة.

المحور الثالث : الاتجاه المستقبلي نحو استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية:

أوضح خبراء الإعلام عينة الدراسة أن التجارب الأولى لظهور مذيع الذكاء الاصطناعي داخل المواقع والقنوات المصرية اقتصرت على استخدام تطبيقات ذكاء اصطناعي مجانية لا تدعم اللغة العربية بالشكل المطلوب، وجاءت ملامح المذيع الاصطناعي المستخدم أجنبية بالإضافة إلى عدم قدرته على التحدث باللغة العربية باللكنة المصرية، وكان هدف هذه القنوات والمواقع من استخدامها بأن يحصلوا على سبق والانفراد دون التركيز في جودة هذا المحتوى على نطاق الشكل والمضمون، لذا جاءت هذه التجارب الأولية ضعيفة، ولم تحقق أي استمرارية فيما بعد. مؤكداً على وجود فرق شاسع بين تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بما تتضمنه من خصائص تكنولوجية وتقنية متعددة في عملية إنتاج المحتوى الإخباري، وبين هذه التطبيقات المجانية.

وأجمع خبراء الإعلام عينة الدراسة أن تحقيق هذه التقنية للنجاح في المستقبل يتطلب تجهيزات تكنولوجية وشبكة إنترنت قوية، وشراء مساحات بالأقمار الصناعية لضمان ظهورها على الشاشة بجودة صورة عالية، وتدريب مهندسين الاتصالات داخل القنوات الإخبارية على التعامل مع أعطالها الفنية، ولكن قبل كل ذلك يجب دراسة احتياجات الجمهور المصري المعرفية دراسة جيدة واكتشاف مدى تقبله لمشاهدتها وتصديقه للأخبار التي تقدمها، لأن أساس نجاحها يتطلب أن يشعر الجمهور بالألفة معها.

واقترحت كريمة الحلقاوى المذيعة بقناة النيل للأخبار أن يتم الاستعانة بإحدى الشركات التكنولوجية الصينية أو الكروية التي قطعت شوطاً كبيراً في هذا المجال من أجل تجهيز مذيع الذكاء الاصطناعي بملامح وجه وجسد مصري، ويفضل أن يكون شبيهه لأحد مقدمي الأخبار المصريين الذي يحظى بشعبية كبيرة عند الجمهور، ويقلد حركاته وإيماءاته بشكل جيد، إلى جانب ضرورة تجسيم صوته وتدعيمه باللغة العربية باللكنة المصرية .

كما أكد كل من خالد ع شماوى المذيع بقناة القاهرة الإخبارية، ومحمد حسان المذيع بقناة النيل للأخبار، و جاكين ماهر المذيعة بقناة إكسترا نيوز أن التقنية لن تلغي دور المذيع البشري، ولن تحل محله، وذلك لافتقارها للمشاعر الإنسانية والإبداع والمرونة التي يتميز بها المذيع البشري، إلى جانب انعدام الخطاب العاطفي لديها، وعدم قدرتها على التعبير بالشكل الذي يجذب الجمهور، ليكون من الصعب استخدامها في تقديم الأخبار جميعها داخل النشرة الإخبارية خاصة في هذا الوقت العصيب الذي تشهده المنطقة العربية من حروب وأزمات وصراعات .

ثانياً. نتائج استبانة الجولة الثانية لآراء خبراء الإعلام عينة الدراسة:

قامت الباحثة خلال الجولة الثانية بعرض وجهات نظر خبراء الإعلام عينة الدراسة على بعضهم البعض من أجل الوصول إلي تصور مستقلي لاستخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالقنوات والمواقع الإخبارية المصرية، وتوصلت الباحثة إلي ما يلي:

– اتفق خبراء الإعلام عينة الدراسة على جاهزية قناتي إكسترا نيوز والقاهرة الإخبارية لاستخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في تقديم محتواها الإخباري، لما تتمتع به هذه القنوات من شبكة اتصالات جيدة جداً وبنية تحتية قوية وتوافر أجهزة تكنولوجيا متطورة بداخلها، كما تتمتع إدارة تلك القنوات بفكر متطور وتتبع استراتيجيات حديثة في تطوير محتواها الإخباري، الأمر الذي يسهل تبنيها لأي تقنية تكنولوجيا حديثة، فيما اختلف خبراء الإعلام عينة الدراسة فيما بينهم حول اتجاه إدارة قناة النيل للأخبار لاستخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي، وأوضحوا أنه في البداية يجب وضع خطة تطوير شاملة لقطاع الأخبار في ماسبيرو، وأن يتحرر من البيروقراطية، وأن توظف القيادات وفقاً لمعايير الكفاءة وليس الأقدمية، إلى جانب ضرورة توفير الميزانية التي تمكن من شراء المعدات التكنولوجية الحديثة، ووضع خطة تدريب للعاملين به ليأتي بعد كل ذلك فكرة تبني استخدام التقنية.

– وأجمع خبراء الإعلام عينة الدراسة على عدم الجاهزية التكنولوجية لمعظم المواقع الإخبارية المصرية في وقتنا الحالي لاستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وصناعة المحتوى الخبري، وذلك لضعف الموارد المالية وغياب ثقافة تدريب الصحفيين على استخدامها، بالإضافة إلى محاربة الصحفيين من أصحاب المدارس الصحفية القديمة لفكرة إدخال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، وأن كل ما يحتاجه الأمر لكي تنهض هذه المواقع الإخبارية أن يوضع لها فكر استراتيجي ومنهجية تسير عليها من أجل ضمان البقاء .

– وقد تلاققت رؤية خبراء الإعلام عينة الدراسة حول فكرة أن تستعين المواقع الإخبارية المصرية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تقوم على صناعة مذيع ذكاء اصطناعي بخاصية 4K من أجل تقليل تكاليف شراء تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي من الخارج خاصة مع قلة الموارد المالية التي تعانيها معظم الصحف المصرية، ولكنهم أوضحوا أن هذا الأمر يتطلب دفع اشتراكات شهرية لهذه التطبيقات من أجل الحصول على خدمة أفضل، لأن تطبيقات المجانية لن تعطي الكفاءة المطلوبة في إنتاج وتقديم هذا المحتوى الإخباري.

– أجمع خبراء الإعلام عينة الدراسة أن تكون بداية استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي المستقبلي في تقديم أخبار التكنولوجيا وأخبار الطقس والأخبار الترفيهية، مع ضرورة أن تتعزز الأخبار التي تقدمها بالفيديوهات والصور والرسوم البيانية والإحصاءات، مشددين على ضرورة تحري الدقة والشفافية للمحتوى النصي الذي يتم إدخاله لهذه التقنية وتعزيز الأخبار التي تقدمها بالانفوجرافيك لتعزيز مصداقيتها عن الجمهور. وأن السيناريو الأقرب إلى الحدوث في المستقبل هو أن يحدث تعاون بينها وبين المذيع البشري في تقديم المحتوى الإخباري.

خاتمة الدراسة مناقشة أهم نتائجها:

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة فرص استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي بالمواقع والقنوات الإخبارية المصرية، وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع (٣٧) من خبراء الإعلام العاملين بالقنوات والمواقع الإخبارية المصرية باستخدام استبيانات أسلوب دلفي في جمع بيانات الدراسة، وقد أجريت لقاءات الجولة الأولى خلال الفترة من (٢٠٢٤/٥/٦) إلى (٢٠٢٤/٦/١١)، وبعد الانتهاء من المقابلات المتعمقة في الجولة الأولى أعدت الباحثة استبيان الجولة الثانية وإجراء مقابلات متعمقة مرة أخرى خلال الفترة من (٢٠٢٤/٦/٢٩) إلى (٢٠٢٤/٧/١٥) مع هؤلاء الخبراء لتوضيح موقف

ورأي كل منهم تجاه رأي الآخرين والوصول إلى تصور نهائي يتفق عليه معظم الخبراء عينة الدراسة يكون أقرب تصور لما سيكون عليه وضع مذيع الأخبار الاصطناعي داخل تلك المواقع والقنوات الإخبارية.

وانتهت الدراسة إلى اتفاق خبراء الإعلام عينة الدراسة على جاهزية قناتي إكسترا نيوز والقاهرة الإخبارية التكنولوجية التي تسمح لهم باستخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري بهم، كما اجتمعت آراء خبراء الإعلام عينة الدراسة على صعوبة شراء المواقع الإخبارية المصرية للتقنية من الخارج لارتفاع تكاليف شرائها، وأن الحل الأمثل لمواكبة هذه المواقع لعصر الذكاء الاصطناعي يتمثل في اشتراكها في تطبيقات الذكاء الاصطناعي المدفوعة الخاصة بصناعة مذيعي الذكاء الاصطناعي والاستديوهات افتراضية.

وذكر خبراء الإعلام عينة الدراسة مميزات استخدام تقنية مذيع الذكاء الاصطناعي المستقبلي في القنوات والمواقع الإخبارية المصرية، ومنها قدرتها على العمل دون انقطاع على مدار ٢٤ ساعة، الوصول لقاعدة كبيرة من الجمهور الأجنبي لقدرتها على البث بأكثر من لغة وبشكل احترافي الأمر الذي سيساهم في إيصال وجهة النظر المصرية تجاه الأحداث والقضايا العالمية. مؤكداً على أنها لن تلغي دور المذيع البشري، وأن الاحتمال المستقبلي الأغلب أن يكمل كل منهما الآخر، وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كلاً من (Feng, M.,2023)، (Yin,X.,2020)، (Zhang, Y.,2023)، (Venkatesh,D.,2018) الذين عددا من مزايا استخدام التقنية في تقديم المحتوى الإخباري الذي لا يتطلب عاطفة، وقدرتها على معالجة البيانات بكفاءة وسرعة عالية والعمل دون كلل أو ملل، وبالرغم من تلك المميزات أجمعت هذه الدراسات أنها لا يمكن أن تحل محل المقدم المحتوى البشري.

مقترحات الدراسة:

تتطلب مقترحات الدراسة؛ مما توصلت إليه نتائجها لتقدم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي من شأنها تعزيز تطوير صناعة الأخبار في مصر باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وهو ما يمكن استعراضه في النقاط التالية:

- رفع كفاءة العاملين في مجال صناعة الأخبار وإكسابهم مهارات التعامل مع التقنيات والتطبيقات الخاصة بالذكاء الاصطناعي من خلال تدريبهم عليها، وأن يخضع هذا التدريب لخطة ممنهجة تشمل تدريب القائمين جميعهم بالاتصال على التقنيات والتطبيقات التي تتناسب مع تخصصاتهم من أجل ضمان أقصى استفادة لهم من هذا التدريب.
- وتقتصر الدراسة الحالية أن تقوم الإدارة المالية داخل القنوات والمواقع الإخبارية المصرية بإعادة توجيه مواردها المالية ليكون الجزء الأكبر منها مخصصاً لشراء الأجهزة والمعدات التكنولوجية الحديثة لمواكبة التطور الإعلامي، كما تقترح الدراسة أن يكون القائمون على صناعة المحتوى الإخباري شركاء رئيسيين في توجيه الموارد المالية لهذه المواقع والقنوات، لكونهم على دراية باحتياجات إنتاج محتوى إخباري يتمتع بعناصر السرد البصري الجاذبة للجمهور.
- وتوصي الدراسة بأن يكون هناك تعاون مشترك بين القنوات والمواقع الإخبارية المصرية وبين الشركات المصدرة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، من أجل الاستفادة من هذه الشركات في تنفيذ مشروعات مشتركة تعزز من فاعلية المحتوى الإخباري، بجانب تدريب صناعات المحتوى المصريين على استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتقديم المحتوى الإخباري.
- وتوصي كليات وأقسام الإعلام المصرية بضرورة إدماج وتدريب صحافة الذكاء الاصطناعي، من أجل تخريج طلاب قادرين على المنافسة في سوق العمل الإعلامي.

رؤية مستقبلية للدراسات البحثية:

- تسعى الدراسة الحالية إلى إلقاء الضوء على بعض المحاور التي يمكن أن تفيد دراستها المستقبلية في إثراء المكتبة العربية فيما يتعلق بالاستخدام المستقبلي لتقنية مزيغ الذكاء الاصطناعي في الإعلام المصري، وتتمثل فيما يلي:
- دراسة قبول الجمهور المصري لمشاهدة تقنية مزيغ الذكاء الاصطناعي عند تقديمها للمحتوى الإخباري بالقنوات والمواقع الإخبارية.
 - دراسة تحليل أداء مزيغي الذكاء الاصطناعي ومقارنته مع المزيعين البشر من حيث الدقة، السرعة، الجاذبية.
 - دراسة تأثير استخدام تقنية مزيغي الذكاء الاصطناعي علي سوق العمل في مجال الإعلام.
 - دراسة الجوانب الأخلاقية والقانونية لاستخدام مزيغي الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك قضايا الخصوصية وحقوق النشر.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية

- البحيري، شرين. (٢٠٢٢). اتجاهات الصحفيين المصريين نحو استخدام تطبيق صحافة الذكاء الاصطناعي (Robot Journalism) في إنتاج المحتوى الصحفي بالصحف المصرية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ٢٠٢٢* (٢٤)، ١٢٨-١٥٨.
- https://journals.ekb.eg/article_278367.html
- الصفحة الرسمية لمعهد الجزيرة للإعلام على موقع فيسبوك (أغسطس ١٥، ٢٠٢٤). مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار ..من تقديم مذيعنا الرقمية ابتكار.
- <https://www.facebook.com/AJMInstitute>
- بي بي سي عربي. (إبريل ١١، ٢٠٢٣). الذكاء الاصطناعي: ما قصة فضة أول مذيع شقراء تعمل بتقنية الذكاء الاصطناعي في الكويت؟
- <https://www.bbc.com/arabic/trending-65242717>
- شمس الدين، فتحى محمد. (٢٠٢٢). رؤية القائم بالاتصال لمستقبل الإعلاميين في عصر الذكاء الاصطناعي. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٢* (٤)، ١-٢٦.
- https://journals.ekb.eg/article_280084_71c157f89fa32a2b0da2cbc1d9b13b62.pdf
- صالح، دينا سيد. (٢٠٢٤). المرود المهني لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على أداء العاملين بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام، ٢٠٢٤* (٨٦)، ٢٢١-٢٨٥.
- https://ejsc.journals.ekb.eg/article_349602.html?lang=ar
- صقر، أيمن عبد الله. (٢٠٢٤). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية المصرية وانعكاساتها على القائم بالاتصال دراسة ميدانية لمواقع. *المجلة العلمية لدراسات الأعلام الرقمي والرأي العام، ٢٠٢٤* (١)، ٤٢-١٠٠.
- https://dmpos.journals.ekb.eg/article_343562.html
- عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٠). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. الطبعة الأولى. القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالرازق، مي مصطفى. (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.. الواقع والتطورات المستقبلية. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام، ٢٠٢٢* (٨١)، ١-٧٤.
- https://journals.ekb.eg/article_272038.html
- فهمي، محمد. (٢٠٠٠). التخطيط التعليمي: أسسه وأساليبه ومشكلاته. ط٧. القاهرة: المكتبة الأنجلو المصرية.
- القاضي، حنان عبد الوهاب. (٢٠٢٤). مستقبل بيئة العمل الصحفي بالمواقع الاخبارية المصرية في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، ٢٠٢٤* (١)، ٢٦٤-٣٣٨.
- https://journals.ekb.eg/article_313550.html
- محمد، سمر علي حسن. (٢٠٢٣). اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام، ٢٠٢٣* (٨٤)، ٩١١-٩٦٣.
- https://journals.ekb.eg/article_324271.html
- محمد، جمال بدوي. (٢٠٢٤). سيناريوهات مستقبل المحتوى المرئي في الصحف الإلكترونية المصرية في ضوء تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: خلال الفترة من ٢٠٢٣ وحتى ٢٠٣٣. *مجلة البحوث الإعلامية، ٢٠٢٣* (٣)، ٣٢٠١-٣٢٥٠.
- https://journals.ekb.eg/article_349501.html
- محمد، هبه عبد الفتاح عبد المنعم. (٢٠٢٤). علاقة تطبيقات الذكاء الاصطناعي واقتصاديات مهنة وصناعة الإعلام. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام، ٢٠٢٤* (٨٦)، ٥٢٧-٥٦١.
- https://journals.ekb.eg/article_349611_ad17f64d191f6d783af2f2db06af46c8.pdf
- وكالة أنباء الإمارات. (إبريل ٢٠١٩، ٢٤). أبو ظبي تستقطب أول مذيع ذكاء اصطناعي ناطق باللغة العربية.
- <http://wam.ae/ar/details/1395302758949>
- أسماء السادة خبراء الإعلام المصريين الذين أجريت معهم لقاءات:
خبراء الإعلام العاملين بالقنوات الإخبارية المصرية:
- محمد حسان/ المذيع بقناة النيل للأخبار.
- محمد عبد العزيز / مخرج بقناة النيل للأخبار وقناة الغد.

- كريمة الحلفاوي/ المذبةقة بقناة النيل للأخبار.
- خالد عاشور/ المذبةقة بقناة القاهرة الإخبارية وقناة النيل للأخبار سابقًا.
- إسلام ابو المجد / معد برامج بقناة القاهرة الإخبارية.
- مصطفى نويز / مخرج بقناة القاهرة الإخبارية.
- جاكلين ماهر/ المذبةقة بقناة اكسترا نيوز الإخبارية
- محمد خسكية/ معد برامج بقناة اكسترا نيوز الإخبارية
- أحمد سعد/ معد برامج بقناة اكسترا نيوز الإخبارية
- عمرو حسن/ معد برامج في قناة اكسترا نيوز الإخبارية.
- أحمد السيد/ المخرج بقناة اكسترا نيوز الإخبارية.
- **خبراء الإعلام العاملين بالمواقع الإخبارية المصرية:**
- عدي إبراهيم/ مدير تحرير موقع القاهرة ٢٤.
- أحمد حمدي / صحفي بموقع القاهرة ٢٤.
- محمد طولان/ صحفي بموقع القاهرة ٢٤.
- بسنت المنياوى/ صحفية بموقع القاهرة ٢٤.
- نهال مجدي / مدير تحرير بأخبار اليوم.
- جمال حسين/ مدير تحرير بأخبار اليوم.
- دعاء حسين / صحفية بأخبار اليوم.
- أشرف مفيد/ مدير تحرير بالأهرام ورئيس تحرير بوابة مصر الآن.
- إبراهيم البهي/ مدير تحرير بالأهرام.
- محمد على / صحفي ببوابة الأهرام.
- عبد الله الصبحي / صحفي ببوابة الأهرام.
- بسنت جميل /صحفية بموقع اليوم السابع.
- وليد عبد السلام / صحفي بموقع اليوم السابع.
- محمد جلال / صحفي بموقع اليوم السابع.
- إيمان الوراقي/ صحفية بموقع اليوم السابع.
- عادة شعبان/ صحفية ببوابة الوطن.
- أحمد أبو ضيف / صحفي ببوابة الوطن
- خالد عمار/ صحفي ببوابة الوطن.
- أماني ربيع / صحفية ببوابة الجمهورية.
- دنيا مرسي / صحفية ببوابة الجمهورية.
- عادل صبري/ مؤسس بوابة الوفد الالكترونية.
- سامي أبو العز/ مدير تحرير بوابة الوفد الالكترونية.
- أحمد راضي / مدير تحرير بوابة الوفد الالكترونية.
- عمرو عكاشة /الصحفي ببوابة الوفد الالكترونية.
- نور حسين / الصحفية بوابة الوفد الالكترونية.
- مونيكا عباد/ الصحفية ببوابة الوفد الالكترونية.

ثانياً : المراجع الأجنبية

- Al-Qaysi, N., Mohamad-Nordin, N., & Al-Emran, M. (2020). Employing the technology acceptance model in social media: A systematic review. Education and Information Technologies, 25, 4961-5002.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-020-10197-1>
- Dabbous, A., Aoun Barakat, K., & Merhej Sayegh, M. (2022). Enabling organizational use of artificial intelligence: an employee perspective. Journal of Asia Business Studies, 16(2), 245-266.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JABS-09-2020-0372/full/html>

- Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results (Doctoral dissertation). MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.

https://scholar.google.com/scholar_lookup?hl=en&publication_year=1986&author=F.+D.+Davis&title=A+technology+acceptance+model+for+empirically+testing+new+end%20%80%90user+information+systems%3A+Theory+and+results

- Feng, M. (2023). The development of " AI" synthetic anchor in the context of artificial intelligence. *Highlights in Art and Design*, 2(1):38-40.

<https://drpress.org/ojs/index.php/hiaad/article/view/5319>

- Go, H., Kang, M., & Suh, S. C. (2020). Machine learning of robots in tourism and hospitality: interactive technology acceptance model (iTAM)–cutting edge. *Tourism Review*.

<https://www.emerald.com/insight /content/doi/10.1108/TR-02-2019-0062/full/html>

- Granić, A., & Marangunić, N. (2019). Technology acceptance model in educational context: A systematic literature review. *British Journal of Educational Technology*, 50(5), 2572-2593.

<https://bera-journals.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/bjet.12864>

- Information Resources Management Association.(Ed.).(2014). *Marketing and Consumer Behavior :Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. IGI Global

https://www.google.com.eg/books/edition/Marketing_and_Consumer_Behavior_Concepts/r6GXBgAAQBAJ?hl=ar&gbpv=0

- Janáčková, L. F. L. (2023). AI IN RADIO: THE GAME CHANGER YOU DID NOT HEAR COMING. *MARKETING IDENTITY*, 95

https://www.researchgate.net/profile/David-Misko-2/publication/377447071_Perception_of_marketing_communication_in_a_store_using_sensory_marketing/links/65ae35b19ce29c458b9181ed/Perception-of-marketing-communication-in-a-store-using-sensory-marketing.pdf#page=96

- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2007). Transcribing interviews. *Doing interviews*, 93-100.

<https://doi.org/10.4135/9781849208963>

- Legris, P., Ingham, J., & Collerette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & management*, 40(3), 191-204

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378720601001434>

- Lyu, X., Udomwong, P., & Fu, J. (2024, March). Impact of AI virtual Synthetic Smart Anchor on Livestream Shopping in Southeast Asia. In *Proceedings of the 1st International Conference on Artificial Intelligence, Communication, IoT, Data Engineering and Security, IACIDS 2023, 23-25 November 2023, Lavasa, Pune, India*

<https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.23-11-2023.2343190>

- Pumplun, L., Tauchert, C., & Heidt, M. (2019). A new organizational chassis for artificial intelligence-exploring organizational readiness factors.

https://web.archive.org/web/20200324144101id_/https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1105&context=ecis2019_rp

- Qi, M. (2021). Influence of AI Synthetic Anchor on Broadcasting Major. In *Cyber Security Intelligence and Analytics: 2021 International Conference on Cyber Security Intelligence and Analytics (CSIA2021)* Springer International Publishing: 1 , 391-398.

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-70042-3_56

- Prnewswire. (2019).Sogou Launches World's First Russian-Speaking AI News Anchor.

<https://www.prnewswire.com/news-releases/sogou-launches-worlds-first-russian-speaking-ai-news-anchor-300865159.html>

- Sharma, H., & Bhardwaj, S. K. (2024). Ethical Explorations: AI's Role in Shaping the Journalism Ecosystem Across Asia. *New Global Studies*, (0).

<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/ngs-2024-0002/html>

- Sun, M., Hu, W., & Wu, Y. (2024). Public perceptions and attitudes towards the application of artificial intelligence in journalism: From a China-based survey. *Journalism Practice*, 18(3), 548-570.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2022.2055621>

- The News.(jul.14,2023), soundarya, kannada's first ai news anchor debuts on power tv.

<https://www.thehindu.com/news/national/karnataka/soundarya-kannadas-first-ai-news-anchor-debuts-on-power-tv/article67079375.ece>

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.

<https://www.jstor.org/stable/30036540>

- Wang, X., & Zhu, F. (2022). The Application of Artificial Intelligence in AI News Anchor. In *2021 International Conference on Big Data Analytics for Cyber-Physical System in Smart City*, Springer Singapore: 1 , 1093-1100.

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-7466-2_121#Sec16

- Wang, X. (2021). Research on the Training Model of Broadcasting and Hosting Talents under the Background of AI Anchors. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 4(5) .

<https://francis-press.com/papers/4210>

- Wang, Y. (May,2021). The Application of Artificial Intelligence in Chinese News Media. In *2021 2nd International Conference on Artificial Intelligence and Information Systems*: 1-4.

<https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3469213.3470699>

- Wodecki,B.(2021.MAY). China's Sogou unveils AI-based news anchor that communicates in sign language.AI.Busness.

https://aibusiness.com/document.asp?doc_id=769613

- Wu, H., Chen, Z., Huang, Y., & Tu, H. (2024). Research on the uncanny valley effect in artificial intelligence news anchors. *Multimedia Tools and Applications*: 1-26.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11042-023-18073-z>

- Yin, X. (2020). Reconstruction of Host's Professional Image From the Perspective of Intelligent Media—Based on the Appearance of “AI Synthesis Anchor” of Xinhua News Agency. In *The First China Xijing Intelligent Media Forum*. Atlantis Press: 30-35.

<https://www.atlantis-press.com/proceedings/cximf-20/125945660>

Yoon, L. & Jong, A. (2021). A study on the perception of news users about AI news anchors. *Political Communication Studies*, 62, 115-147.

- <https://www.earticle.net/Article/A399943>

- Zhang, Y. (2023). The Integration of Traditional Broadcasters with Artificial Intelligence in Television News Programmes. In *SHS Web of Conferences*, EDP Sciences. : 158, 1-6.

https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2023/07/shsconf_icpahd2023_02009/shsconf_icpahd2023_02009.html