

إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعارف ومهارات تقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل دراسة ميدانية في ضوء النظرية المعرفية الاجتماعية

د. إيمان عبد الرحيم السيد الشرفاوي*

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة الحالية الي رصد ادراك عينة من طلاب الاعلام بالجامعات المصرية ممن يتوقع تخرجهم خلال العام الدراسي 2022-2023 وانضمامهم لسوق العمل الاعلامي للمعارف والمهارات اللازمة للاندماج في سوق العمل في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومصادر حصولهم علي هذه المعارف والمهارات، فضلاً عن التعرف علي تقييمهم للبيئة التعليمية في المؤسسات التي ينتمون اليها، والتعرف علي رؤيتهم حول الاستفادة المتحققة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي، ورصد نيتهم في استخدام التطبيقات والتقنيات التي قدمها الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم مستقبلاً، وقد توصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها، وجود اتجاه إيجابي لدي الطلاب عينة الدراسة فيما يتعلق بأعضاء هيئة التدريس، والتدريب، في حين ساد اتجاه سلبي بين عينة الدراسة فيما يتعلق بكل من المقررات، والتجهيزات، كما أظهرت النتائج أن مستوي معارف الطلاب عينة الدراسة بتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاء متوسطاً، وتمثلت أهم المصادر التي يستقي من الطلاب عينة الدراسة معارفهم حول تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المصادر الخارجية خاصة الدورات المتوفرة علي شبكة الإنترنت، كما أكدت النتائج وجود توجه إيجابي لدي طلاب الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة فيما يتعلق برويتهم للأثار المترتبة علي استخدام تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي خاصة فيما يتعلق بالتطبيقات التي تتيح التعامل مع البيانات الضخمة، والتسويق الرقمي، والتحقق من الصور والفيديوهات، وكما أظهرت النتائج غلبة المستوي المرتفع بين طلاب الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة فيما يتعلق بنيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم مستقبلاً الأمر الذي يؤكد أدراكهم لأهمية استخدام هذه التقنيات في مجال عملهم.

الكلمات المفتاحية: تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام -معارف ومهارات طلاب الإعلام – النظرية المعرفية الاجتماعية لباندورا

*المدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة الإسكندرية

The awareness of Media students in Egyptian universities of the knowledge and skills of artificial intelligence techniques necessary to integration the labor market: A field study in social cognitive theory approach

Abstract:

The current study aimed to monitor the awareness of a sample of media students in Egyptian universities who are expected to graduate during the academic year 2022-2023 and join the media labor market of the knowledge and skills needed to integrate into the labor market under artificial intelligence technology. As well as their assessment of the educational environment in their institutions. Also, monitor their intention to use and benefit from applications and technologies provided by AI in their future field of work. The study reached several results, including: a positive attitude regards the faculty members and training, while a negative attitude regard both courses and equipment. Also, it showed the study sample's average level of knowledge regarding AI techniques and applications. Student uses external sources especially online courses as their AI main source of knowledge.

The results also confirmed the presence of a positive point of view of the study sample regard their vision on the AI effects and its techniques and applications in the media field, especially with the applications that allow dealing with big data, digital marketing, and verifying images and videos.

As the results showed, the prevalence of a high level among the study sample regarding their intention to use artificial intelligence techniques in their future work, which confirms their awareness of the importance of using these technologies.

Keywords: Artificial intelligence techniques and applications in the field of media - knowledge and skills of media students- Social Cognitive Theory

مقدمة

أصبح تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بؤرة اهتمام الكثير من المجالات خلال السنوات القليلة الماضية لما له من قدرات، وإمكانات تؤدي إلي تحسين بيئة العمل سواء على مستوى الأفراد، أو المؤسسات، لذا بدأت العديد من المؤسسات في تسريع وتيرة تبنيها لمثل هذه التقنيات، كلاً بما يتوافق مع أهدافه، ورؤاه، وقد أثبتت العديد من الدراسات، والتجارب النتائج الإيجابية لتبني هذه التقنيات في المؤسسات التعليمية خاصة فيما يتعلق بنواتج التعلم.

ولاشك أن مجال الاتصال والإعلام من المجالات الأساسية الهامة التي تشهد تغيراً، وتطوراً مستمراً، وقد تسارعت وتيرة هذا التطور بشكل كبير خلال السنوات القليلة الماضية، مما أدى إلي تغيرات كبيرة في احتياجات سوق العمل الأمر الذي شكل تحدياً ليس فقط أمام المهنيين ممن يعملون في هذا الميدان، بل أيضاً أمام أولئك الطلبة ممن يتوقع انضمامهم إلي سوق العمل، وكذا الأكاديميين المسؤولين عن إعداد هؤلاء المهنيين، بل وأيضاً العديد من المؤسسات سواء المتخصصة في المجال الإعلامي، أو في مجال تكنولوجيا المعلومات، والذكاء الاصطناعي، لاسيما وأن تخصص الإعلام من التخصصات التي تحتاج تدريباً عملياً علي المهارات المختلفة التي تتسم بدورها بالتطور المستمر، لذا يمكننا القول بأن مواجهة تلك التحديات لا تتطلب تطوير مهارات الطلبة المهنية، وتدريبهم علي استخدام التقنيات والتطبيقات الحديثة، فضلاً عن تطوير البرامج الدراسية، وتوفير فرص للتدريب العملي، وتفعيل استراتيجيات للتعاون بين المؤسسات الأكاديمية والمهنية فقط، بل تتطلب أيضاً من الطلبة تحديث مهاراتهم ومعارفهم بالتقنيات والتطبيقات الحديثة بشكل مستمر ليتمكنوا من الانضمام بفعالية إلي سوق العمل.

وأدراكاً لهذه التحديات قامت العديد من المؤسسات التعليمية بتطوير برامجها الدراسية، وإلاء مزيد من التركيز علي التدريب العملي المنهجي، واللامنهجي، وتحديث المعامل وتزويدها بالبرامج، والأجهزة اللازمة، فضلاً عن الاستعانة بالمتخصصين، والمهنيين لتدريب الطلبة علي التقنيات، والتطبيقات التكنولوجية الحديثة، وبدورها قامت بعض المؤسسات المتخصصة سواء علي المستوى المحلي، أو الدولي بعقد ورش العمل، والدورات التدريبية سواء مدفوعة الأجر أو المجانية، الأمر الذي جعل التدريب علي استخدام هذه المهارات التقنية أكثر سهولة، وعليه أصبح تطوير المعارف والمهارات اللازمة للاندماج في سوق العمل الإعلامي مسؤولية مشتركة بين كل من القائمين علي التدريس، والطلبة علي حد سواء.

تأسيساً على ما سبق تسعى الدراسة الحالية إلي التعرف على مدى تأثير كل من العوامل الخارجية متمثلة في التسهيلات المتاحة في البيئة التعليمية، والعوامل السلوكية متمثلة في الكفاءة الذاتية لعينة من طلبة الإعلام في الجامعات المصرية ممن يتوقع تخرجهم بنهاية العام الدراسي الحالي وانضمامهم إلي سوق العمل علي معارفهم بتقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في بيئة العمل الإعلامي، ومهارتهم في استخدام هذه التقنيات والتطبيقات، ومصادر هذه المعارف والمهارات، وتحديد العوامل المؤثرة علي إدراكهم لأهمية استخدام المعارف والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلي التعرف علي رؤيتهم لمدي ملائمة البيئة التعليمية لاحتياجات سوق العمل في

ظل التطورات التكنولوجية المترتبة على تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى رصد نيتهم في استخدام هذه التقنيات، والتطبيقات في مجال عملهم مستقبلاً.

الدراسات السابقة:

تبين من خلال استعراض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، وجود عدد كبير من الدراسات التي تناولت تأثير التقنيات التكنولوجية علي بيئة التعليم وخاصة التعليم الإعلامي، فمنها دراسات سعت إلي رصد واقع استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في مجال التعليم الإعلامي، ومنها ما تناول تأثير استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في تطوير مهارات طلاب الإعلام، فضلاً عن الدراسات التي ركزت علي فوائد استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم خاصة في مجال الإعلام والاتصال، وفيما يلي سيتم استعراض أهم هذه الدراسات وفقاً لترتيبها الزمني – من الأحدث إلى الأقدم - من خلال ثلاث محاور رئيسية هي:

– **المحور الأول: واقع استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة في كليات الإعلام، ومدى وملاءمتها لمتطلبات سوق العمل في المجال الإعلامي، وفيه تعرض الباحثة لنماذج من الدراسات التي تناولت واقع البيئة التعليمية في كليات وأقسام الإعلام في بعض الدول العربية والأجنبية، ومدى ملاءمة عناصر هذه البيئة، لتخريج طالب لديه المهارات التي يتطلبها سوق العمل.**

– **المحور الثاني: دور التطبيقات التكنولوجية الحديثة في تطوير مهارات طلاب الإعلام، وفيه تعرض الباحثة لنماذج من الدراسات التي تناولت أثر الاستعانة ببعض التقنيات، والتطبيقات، التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تطوير مهارات ومعارف طلاب الإعلام.**

– **المحور الثالث: تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التعليم، وفيه تعرض الباحثة لنماذج من الدراسات التي تناولت تأثير الاستعانة بالتطبيقات، والتقنيات التكنولوجية التي أتاحتها الذكاء الاصطناعي في تحسين البيئة التعليمية ومخرجاتها في مجال التعليم بصفة عامة، ومجال الإعلام بصفة خاصة.**

المحور الأول: واقع استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة في كليات الإعلام، ومدى وملاءمتها لمتطلبات سوق العمل في المجال الإعلامي.

تمثل هدف دراسة **إيمان حسن (2022)**¹ في التعرف علي استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباعات المتحققة منه، وتحقيقاً لهذا الهدف قامت الباحثة بتطبيق استبيان اليكتروني علي عينة قوامها 300 مفردة من طلاب، وخريجي الإعلام التربوي بكليتي التربية النوعية بجامعة المنيا، والقاهرة، واستعانت الباحثة في دراستها بنظرية الاستخدامات والإشباعات، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها أن الغالبية العظمي من العينة أكدوا أن مناهج البحث العلمي، ومهارات إخراج الفيديوهات الرقمية هي أكثر المقررات التي يتابعونها عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي، يليها الإذاعات التفاعلية، ثم الصحافة الإلكترونية،

ثم مدخل إلي العلاقات العامة الرقمية، وقد تمثلت أهم الاشباكات المتحققة لدي المبحوثين من استعانتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في اكتسابهم المعرفة بمهارات البحث عن المضامين الهامة من خلال التواصل مع الروبوت الموجود علي المنصة التعليمية، يليها مساعدتهم في رفع مستواهم التعليمي، ثم التواصل مع متخصصين من بلدان أخرى، بالإضافة إلي إمكانية التفاعل بين المحاضر وطلابه.

وهدف **أحمد الزهراني (2021)**² في دراسته إلى رصد واقع التدريب، والتدريس على صحافة البيانات في أقسام وكليات الإعلام بالجامعات السعودية، وذلك للتعرف على مدي فهم وتصور الأكاديميين، والمهنيين لمفهوم صحافة البيانات، وتحقيقاً لهذا الهدف صمم الباحث استمارة استبيان تم تطبيقها علي 39 مفردة، وتوصلت نتائج دراسته إلي وجود نسبة ليست قليلة من الأكاديميين لم يسبق لهم تدريس مقررات متخصصة في صحافة البيانات، بالإضافة إلي وجود مفاهيم مختلفة لديهم فيما يتعلق بمفهوم صحافة البيانات، وذلك علي عكس المهنيين، كما أشارت النتائج إلي تأكيد كل من المهنيين، والأكاديميين علي اختلاف تخصصاتهم علي أهمية توفير التدريب والمقررات المرتبطة بمهارات صحافة البيانات وفي مقدمتها السرد البصري، استخدام أساليب التصميم الجرافيكي، ثم تحليل البيانات، وأخيراً مهارات إنتاج وكتابة المحتوى.

وسعت الدراسة الوصفية التي أجراها كل من **RASHID, ZREYAZB (2021)**³ إلي التعرف على أبعاد العلاقة بين تعليم الإعلام الرقمي لطلاب الإذاعة والتلفزيون وقدرتهم على صناعة محتوى إعلامي، فضلاً عن تقديم رؤية لتعزيز التعليم الرقمي بين طلاب الجامعات العراقية وخاصة طلاب الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، وقد تم تطبيق الدراسة علي عينة قوامها 108 مبحوث من خلال تصميم مقياس تم نشره إلكترونياً بين طلاب الإذاعة والتلفزيون في كليات الاعلام في العراق، وتوصلت نتائج الدراسة إلي وجود علاقة إيجابية بين تعليم الوسائط الرقمية لطلاب الإذاعة والتلفزيون في كليات، وأقسام الإعلام في العراق وقدرتهم علي خلق محتوى تواصلي إلا فيما يتعلق بقدرتهم علي انشاء مقاطع الفيديو، والصور، لذا أوصي الباحثان بضرورة تمكين الطلاب عملياً من مفردات تعليم الوسائط، والمهارات الرقمية.

وفي دراستها الوصفية قامت **أريج فخر الدين (2021)**⁴ برصد وتقييم التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام، وكليات الإعلام المصرية الحكومية، والخاصة، لتحديد مدى ملائمتها لمتطلبات سوق العمل، ومن ثم التوصل إلي مقترحات لتحديث اللوائح الدراسية الإعلامية لمواكبة احتياجات سوق العمل، وقد اعتمدت الباحثة علي أداة الاستبيان المقنن لجمع البيانات من عينة قوامها 363 طالباً يمثلون طلاب الإعلام من جامعة القاهرة ممثلين لكليات الإعلام الحكومية، وطلاب قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة عين شمس ممثلين لأقسام الإعلام الحكومية، وطلاب كلية الإعلام بالجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI، وطلاب المعهد الكندي للإعلام CIC ممثلين لكليات الإعلام الخاصة، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها أن تقييم التأهيل الأكاديمي لعينة الدراسة جاء جيد المستوي الأمر الذي يشير إلي ضرورة الارتقاء بمستوى التأهيل الأكاديمي للوصول إلي تقييم أعلى يتناسب مع متطلبات سوق العمل، كما أشارت النتائج إلي أن اتجاهات المبحوثين من الجامعات الخاصة فيما يتعلق برؤية المبحوثين للتأهيل الأكاديمي، وبرامج التدريب جاءت إيجابية، في حين جاءت اتجاهات المبحوثين من الجامعات

الحكومية سلبية، وفيما يتعلق بمدى مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة أشارت النتائج إلي أن اتجاهات الطلاب والخريجين نحوها جاءت محايدة، الأمر الذي يشير إلي أهمية تطوير المقررات للتناسب مع احتياجات السوق.

ومن خلال رصدها لمجموعة من الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة ببحوث التعليم الإلكتروني في مجال الإعلام خلال الفترة من 2015-2021، قدمت **سحر الخولي (2021)**⁵ في دراستها التحليلية الوصفية رؤية مستقبلية لتطوير التعليم الإلكتروني في مجالات الإعلام أشارت من خلالها إلي مجموعة مؤشرات منها، توظيف تكنولوجيا التعليم كالمدونات والمنتديات كوابات رقمية في البيئة التعليمية للطلاب، واستخدام تقنيات الواقع الافتراضي كأداة لدعم وتعزيز قدرات الطلاب، بالإضافة إلي استخدام البرامج والتقنيات الرقمية البصرية والمعلوماتية في عرض محتوى المقررات الإعلامية سواء نظرية أو تطبيقية بما يعزز العملية التعليمية، كما أشارت نتائج الدراسة إلي أهمية تأسيس مراكز تدريبية تشمل استوديوهات، ومعامل صحفية لتدريب الطلاب وفقاً للمعايير العالمية، إلي جانب تجهيز معامل حاسوبية بأحدث الإصدارات الخاصة ببرامج التصميم والمونتاج والتسجيل، وفيما يتعلق بتطوير البرامج أشارت النتائج إلي ضرورة تطوير البرامج والخطط الإعلامية، والمقررات الدراسية واستراتيجيات التدريس وطرق التقويم، ومصادر التعلم، لزيادة فعالية العملية التعليمية، الأمر الذي يؤهل الطلاب لاحتياجات سوق العمل بشكل فعال.

أما **Osepashvili (2020)**⁶ فقد طرح في دراسته الكيفية تساؤلاً رئيسياً مفاده ماهي المعارف والمهارات التي تتطلبها صناعة الإعلام في عصر الوسائط الرقمية ورواية القصص المرئية؟ وللإجابة على هذا التساؤل قام الباحث بإجراء مقابلات مع 14 من الصحفيين، والمحررين ممن لديهم خبرة في العمل الإعلامي الرقمي في جورجيا، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها وجود فجوة كبيرة بين ما يتم درسته في مدارس الصحافة، وما يتم ممارسته في غرف الأخبار؛ حيث يتم التركيز علي الجوانب النظرية في التدريس، كما أشارت النتائج إلي نقص المتخصصين في وسائط الإعلام الرقمية وصحافة الوسائط المتعددة؛ نظراً لأن خريجو المؤسسات الإعلامية غير مستعدين للعمل في غرف الأخبار الرقمية وعليه يتعين علي أصحاب العمل توفير التدريب، والإعداد لهم، أو أن يقوموا بذلك بشكل فردي ليصبحوا قادرين علي المنافسة في سوق وسائط الإعلام الحديثة، لذا فقد أوصي الباحث مدارس الصحافة في جورجيا بضرورة تطوير برامج جديدة تتماشى مع اتجاهات التحول في وسائط الإعلام.

وقدمت دراسة **Luttrell,et.al (2020)**⁷ رؤية لتعديل المناهج الدراسية في التعليم الإعلامي وفقاً لاحتياجات صناعة الإعلام في ظل التطبيقات المتعددة للذكاء الاصطناعي، بهدف توفير بيئة تعليمية أفضل للطلاب تتماشى مع احتياجات التخصص في ظل انتشار تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتتشكل ملامح هذه الرؤية في خمس نقاط أولها، تحويل الجانب النظري إلي جانب عملي، ثانياً فهم وتحديد الأطر الأخلاقية للتعامل مع هذه التكنولوجيا الحديثة، ثالثاً تأهيل الأكاديميين بما يتوافق مع التطورات التكنولوجية الحديثة، رابعاً إزالة الحواجز بين المؤسسات التعليمية والمهنية المتخصصة، ليتوفر لدي الطلاب الممارسة المهنية في المنصات المختلفة علي مدى رحلتهم التعليمية، وأخيراً الاهتمام بالتربية الإعلامية ليتمكن الطلاب من

تبنى نهجاً مستنيراً في استخدام الذكاء الاصطناعي، ومساعدة الطلاب في تنمية قدرتهم علي التعرض الانتقائي، وإدراك المعلومات التي يتلقونها علي وسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها من التقنيات.

وبالاعتماد علي نموذج قبول التكنولوجيا استهدف **عمرو عبد الحميد (2020)**⁸ في دراسته استكشاف رؤية عينة من طلاب الإعلام في جامعات مصر، والإمارات للتأثيرات المتوقعة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، وإدراكهم لمستقبلهم المهني، وفي هذا الصدد قام الباحث بإجراء استبيان علي طلاب السنوات الدراسية الأخيرة من طلاب الإعلام في مصر والإمارات، وتوصلت الدراسة إلي أن الطلاب قد تفاعلوا بدرجة أكبر مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي المرتبطة بالإعلام الرقمي، كما أشارت النتائج إلي أن أهم التأثيرات السلبية المرتبطة بالاعتماد علي تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام من وجهة نظرهم هي تهديد وظائف العنصر البشري، تليها ضعف التفاعلية والعواطف الإنسانية، ثم قلة الأفكار الإبداعية والاعتماد علي قوالب جاهزة للتغطية، وأخيراً عدم صلاحيتها لتغطية مختلف القضايا والأحداث.

كما اعتمد أيضاً كل من **Goni, Tabassum (2020)**⁹ علي نموذج قبول التكنولوجيا في دراستهما؛ حيث قاما بتحليل برامج الصحافة في بنجلادش لتحديد مدى ملائمتها لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، واتجاهات الطلاب نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، وقد قام الباحثان بتطبيق استمارة استبيان علي 120 طالب في مجال الاتصال الجماهيري والصحافة ينتمون إلي 10 جامعات مختلفة، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها أن ما يقرب من ثلثي العينة استخدموا بالفعل بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة في التعرف علي الأخبار الموصي بها من الفيس بوك، التسوق الإلكتروني، الاستعانة بالمساعدين الآليين ك Siri، وفيما يتعلق بمصادر حصول الطلاب علي المعلومات أشارت نتائج الدراسة إلي أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة يفضلون وسائل التواصل الاجتماعي خاصة Chatbot، كما اتضح أن ما يقرب من ثلثي عينة الدراسة يدركون أن الذكاء الاصطناعي سيؤثر إيجابياً علي مستقبل العمل في الصحافة خاصة في مجالات جمع الأخبار، وإنتاجها، وتوزيعها، والكشف عن الأخبار الزائفة، فضلاً عن دوره في تحسين المحتوى الذي يتم إنتاجه، وتحسين جودة الصور والفيديوهات، ومساعدة الصحفيين علي خلق المزيد من القصص اعتماداً علي البيانات، لذا أكدت النتائج أن ثلثي المبحوثين تقريباً يفضلون التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل، كما أظهرت النتائج خلو البرامج الدراسية في الجامعات عينة الدراسة من المقررات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، وعليه أوصي الباحثان بضرورة تطوير البنية التحتية للمؤسسات التعليمية، وزيادة معارف الأكاديميين في هذا المجال لمواكبة احتياجات سوق العمل في مجال الصحافة.

وفي سياق متصل سعت دراسة **دعاء البنا (2019)**¹⁰ إلي قياس اتجاهات طلاب الإعلام نحو ملائمة مؤسسات التدريب الإعلامي لتأهيلهم لسوق العمل، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان وطبقتها علي عينة قوامها 200 من طلاب قسم الإذاعة والتلفزيون بكليتي الإعلام جامعة القاهرة، والجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، وأشارت نتائج الدراسة إلي أن ما يقرب من نصف عينة الدراسة أكدوا أن مؤسسات التدريب الإعلامي تسهم بشكل كبير في

تأهيلهم لسوق العمل، وتمثل مصدر معرفتهم بالمؤسسات التدريبية والدورات الخاصة بالإعلام في وسائل التواصل الاجتماعي، ثم إعلانات الكلية، وقد اعتمد طلاب جامعة القاهرة بشكل كبير علي مؤسسات التدريب الخاصة بكليتهم، كما أشارت نتائج الدراسة إلي أن مؤسسات التدريب الخاصة أكثر فاعلية في تدريبهم وإعدادهم لمتطلبات سوق العمل، كما أكد المبحوثون علي أهمية أن يتعاون كل من الأكاديميون، والإعلاميون وممارسي العمل الإعلامي في برامج التدريب المقدمة لهم لتصبح أكثر فاعلية.

وبهدف استكشاف مدي ملائمة المقررات التعليمية والتدريب في جامعة زايد علي مهارات الصحافة مع احتياجات سوق العمل قامت دراسة **Jiang, Rafeeq (2019)**¹¹ بمقارنة برامج الصحافة في كل من جامعات زايد بالإمارات العربية المتحدة، ولندن، ولينكولن بالمملكة المتحدة، وجامعة مدينة نيويورك، وميسوري بالولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلي إجراء مجموعة من المقابلات الفردية المتعمقة مع مجموعة من طلاب الصحافة في جامعة زايد بالإمارات، ومجموعة من ممارسي الصحافة، ومجموعة من الأكاديميين من جامعات المملكة المتحدة، والولايات المتحدة الأمريكية، والإمارات العربية المتحدة، وذلك لرصد ما إذا كان هناك انفصال بين تعليم الصحافة وممارستها، وتوصل الباحثان إلي عدة نتائج أهمها عدم صلاحية تطبيق النموذج الأنجلو أمريكي القائم علي الأسس الليبرالية علي البلدان العربية القائم بالأسس علي الصحافة التنموية، كما أكدت نتائج الدراسة وجود انفصال بين مناهج الصحافة، وصناعة الإعلام الإخباري ومرجع هذا الانفصال هو التغيير السريع في صناعة الصحافة الناتج عن التطورات التكنولوجية المتلاحقة، بالإضافة إلي افتقار التواصل بين الأكاديميين والقائمين علي الصناعة، ومحدودية الموارد التكنولوجية والمادية ببعض الجامعات.

وقام **Tahat et.al (2018)**¹² في دراستهم المسحية بفحص 95 برنامج لتدريس الصحافة في 12 دولة من دول الشرق الأوسط هي (مصر، سوريا، العراق، الأردن، لبنان، المملكة العربية السعودية، قطر، سلطنة عمان، الكويت، اليمن، الإمارات العربية المتحدة، البحرين)، وذلك بهدف فهم كيفية تدريس الصحافة في الشرق الأوسط، وذلك من خلال استعانتهم بأداة الاستبيان لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلي أن ما يقرب من ثلثي برامج الصحافة التي تم فحصها اطلقت خلال العقد الماضي، فضلاً عن أن هذه البرامج ركزت علي الجوانب النظرية علي حساب الجوانب التطبيقية والعملية، هذا بالإضافة إلي عدم وجود اتفاقيات تعاون لتوفير التدريب بين معظم البرامج التي تم فحصها، والمؤسسات الإعلامية، أو الشركاء الدوليين، كما أكدت النتائج عدم وجود تناسب بين أعداد هيئة التدريس، والطلاب في معظم البرامج.

المحور الثاني: دور التطبيقات التكنولوجية في تطوير مهارات طلاب الإعلام.

سعي **علاء عبد العاطي (2023)**¹³ في دراسته الوصفية إلي التعرف علي معدل توظيف طلاب الإعلام التربوي بجامعة القاهرة، والمنصورة لتطبيقات الهواتف الذكية في التعليم والتدريب، فضلاً عن تحديد أهم التطبيقات والمنصات التي يعتمد عليها الطلاب في إطار نموذج قبول واستخدام التكنولوجيا، وقد طبق الباحث استمارة الاستبيان علي عينة قدرها 300 طالب من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بالجامعات سالفة الذكر، وتشير نتائج الدراسة إلي إن 64.33%

من عينة الدراسة يوظفون الهواتف الذكية في مجال التعليم والتدريب، وجاء في مقدمة أسباب استخدامهم للهاتف الذكي التواصل مع أعضاء هيئة التدريس، والزملاء، تلاها تحميل المواد الدراسية، وتمثلت أهم المنصات التي يوظفها الطلاب في عمليتي التعليم والتدريب في زووم، تلاه تطبيق مايكروسوفت تيمز، كما جاءت دورات المونتاج الإذاعي والتليفزيوني في مقدمة الدورات التي يتلقاها الطلاب عبر الهواتف الذكية، تلاه دورات الكتابة الإذاعية.

سعت دراسة **(2022) Poplavska, et.al**¹⁴ إلى الكشف عن دور تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات في التعليم المتكامل عن بعد خلال جائحة كورونا في تعزيز الكفاءة المهنية لطلاب الصحافة في مجالات التصوير الصحفي، والتحقق من المحتوى، والقدرة على التفكير النقدي، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف قام الباحثون أولاً بتطبيق استمارة استبيان إلكترونية علي طلاب الفترتين الثانية، والثالثة في الجامعات الأوكرانية، فضلاً عن قيامهم بإجراء دراسة تجريبية علي المبحوثين قاموا خلالها بتطبيق بعض التمارين العملية علي عينة من الطلاب لنقد بعض المحتويات المتعددة الوسائط، والتحقق من المعلومات، والصور، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها زيادة الكفاءة المهنية للطلاب الذين استخدموا الأشكال التفاعلية عبر الانترنت خاصة فيما يتعلق بقدرتهم علي استخدام التطبيقات التي تكشف عن التلاعب في المحتوى، وتنفذ المهام المهنية بكفاءة كخلق المحتوى الخاص بهم، الأمر الذي يؤكد الدور الإيجابي لاستخدام التقنيات التكنولوجية في تحسين المهارات المهنية لطلاب الإعلام، وعليه أوصت الدراسة بضرورة دمج الوسائل والأساليب التقليدية، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، واستخدام التقنيات الحديثة التي تركز على استخدام التقنيات المتطورة في التدريب لزيادة فعالية العملية التعليمية في هذا المجال.

وقام **محمد عفيفي (2022)**¹⁵ في دراسته بقياس وتحديد أثر التحول الرقمي على التعليم والتعلم في مجال دراسات الإعلام، من خلال استقصاء آراء كل من الطلاب الجامعيين، وطلاب الدراسات العليا، والأكاديميين في كلية الإعلام جامعة القاهرة، بالإضافة إلي أقسام الإعلام بكليات الآداب جامعة الإسكندرية، والمنصورة، والمنيا، وقسم الإعلام التربوي بجامعة المنصورة، حول أنواع التطبيقات الرقمية، والذكية التي يمكن الاستفادة منها في مجال دراسات الإعلام، بالإضافة إلي التعرف علي اتجاهاتهم في هذا الصدد، وتشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلي أن التطوير الجذري للبنية التحتية وتطوير البيئة التعليمية بالجامعة هو أهم متطلبات تحقيق التحول الرقمي، تلاها تحسين وتطوير أنظمة تكنولوجيا المعلومات، ثم الاعتماد علي إدارة القاعات الدراسية إلكترونياً، وتمثلت أهم التحديات أمام تحقيق التحول الرقمي وفقاً لنتائج الدراسة في السطو والاحتيايل الإلكتروني، تلاها استقطاب الطلاب من قبل المنظمات المتطرفة، ثم سرقة واختراق البيانات الشخصية، كما أكدت النتائج ضرورة تطوير المناهج الإعلامية بما يتناسب من متطلبات التحول الرقمي، فضلاً عن أهمية تدريب الأكاديميين علي المهارات والمعارف التي يتطلبها التحول الرقمي.

كما سعت دراسة **(2022) Butyrina, et.al**¹⁶ إلي تحليل فعالية أساليب التعليم الإعلامي التي فرضتها تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات في تكوين جيل كفاء لديه القدرة علي تحليل المعلومات نقدياً، وذلك من خلال قيام الباحثون بتحليل المناهج النظرية للتعليم الإعلامي،

وتطبيق استبيان علي الطلاب لرصد تقييم أنشطتهم التعليمية، ثم وضع رؤية لتطوير التعليم الإعلامي وفقاً لمتطلبات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأخيراً اختبار هذه الرؤية لتحديد مدى فعاليتها في تدريب الطلاب علي استخدام الوسائط المتطورة في مجال الإعلام، وذلك من خلال دراسة تجريبية علي عينة من الطلاب قوامها 200 طالب من جامعة دراغومانوف الوطنية، بواقع 100 طالب للعينة التجريبية، و100 طالب للعينة الضابطة، لتجريب الأنماط التعليمية الحديثة المبنية علي أساس تقنيات تكنولوجيا المعلومات، والتعليم الهجين، وأكدت نتائج الدراسة بشقيها التحليلي والتجريبي علي ضرورة الاهتمام بدمج وسائط الإعلام التكنولوجية الحديثة في برامج تعليم الإعلام كأحد آليات تحقيق التنمية الاجتماعية، نظراً لأن رقمه العديد من مجالات الحياة تتطلب نهجاً مختلفاً وأساليب تعليم فعالة، كما أشارت النتائج إلي أولوية استخدام أنماط التعليم الهجينة التي تجمع بين بيئة التعليم الافتراضي، والحضوري، وما يتطلبه ذلك من تطوير في أساليب التعليم بما يتماشى مع البيئة الافتراضية.

وطرح **طارق الصعيدى (2022)**¹⁷ في دراسته تساؤل رئيس حاول من خلاله التعرف علي مدى فاعلية برنامج قائم على التعلم الإلكتروني المدمج في تحقيق مخرجات التعلم في الصحافة الإلكترونية لدي طلاب الإعلام، وذلك من خلال إجراء دراسة تجريبية علي عينة قوامها 70 مفردة من طلاب الفرقة الثالثة بقسم الصحافة بكلية الآداب جامعة جازان، وتشير النتائج التي توصل لها الباحث إلي ضعف مستوي مخرجات التعلم في مقرر الصحافة الإلكترونية علي مستويات الفهم، والمهارات، والقيم المستهدفة، الأمر الذي يشير إلي قلة المعلومات والمهارات لدي الطلاب، كما أوضحت النتائج تحسن ملحوظ في نفس مخرجات التعلم بعد تطبيق البرنامج الإلكتروني المقترح من الباحث؛ حيث زاد مستوي المهارات العملية، والتطبيقية في تصميم الصحف الإلكترونية سواء علي مستوي التعامل مع البرامج والتطبيقات اللازمة لإنتاج الصحف الإلكترونية، أو علي مستوي تخطيط وتصميم، وتنفيذ هذه الصحف، وتشير هذه النتائج إلي ضرورة تطوير أساليب التعلم، والاستعانة بالمستحدثات التكنولوجية، ونظم التعلم المدمج في مقررات الصحافة والإعلام، وتوجيه أعضاء هيئة التدريس لاستخدام نمط الدمج بين التعليم التقليدي والإلكتروني لما له من أثر فعال في تحقيق مخرجات تعلم أفضل.

ولم تبعد دراسة **أحمد كامل، وهند حجازي (2022)**¹⁸ كثيراً؛ حيث طرح الباحثان في دراستهم التجريبية التي أجريت علي 70 من طلاب الفرقة الثالثة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة، تساؤل رئيس مفاده كيف يتم بناء نظام سحابي مقترح لتنمية مهارات تطوير المواقع الإخبارية الإلكترونية لدي طلاب الإعلام التربوي؟، وللإجابة علي هذا السؤال قام الباحثان بتطوير مقياس لكفاءة النظام التعليمي السحابي المقترح، وتوصل الباحثان إلي عدة نتائج أهمها، أن توظيف تطبيقات الحوسبة السحابية أدي إلي زيادة قدرة المبحوثين في الاستيعاب، الأمر الذي يشير إلي أهمية تطبيقات الحوسبة السحابية في تطوير نظم التعليم الإلكترونية، لذا فقد أوصي الباحثان بضرورة الاهتمام بالبنية التحتية للحوسبة السحابية، وتوفير خدمة الانترنت لأعضاء هيئة التدريس، والطلاب بالجامعات، فضلاً عن عمل دورات تدريبية لتدريب القائمين علي تصميم البرامج التعليمية علي استخدام وتوظيف الحوسبة

السحابية في التعليم، بالإضافة إلى تنظيم دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في مجال تقنيات الحوسبة السحابية.

كما قام **Dhiman (2022)** في دراسته التحليلية من المستوي الثاني بتقييم استخدامات الذكاء الاصطناعي، خاصة برامج مساعدة الصوت في الأغراض التعليمية في الدراسات الإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود ثلاث حقول رئيسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية هي، التعليم الآلي الذي يستخدم في أجزاء مختلفة من سير العمل كإنتاج الأخبار، كما تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي أيضاً في رؤية الكمبيوتر كالتخطيط، والجدولة، وأخيراً التحسين، خاصة فيما يتعلق بالصور والفيديوهات، كما أكدت النتائج الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع في مؤسسات التعليم الإعلامي، بأشكال مختلفة بداية من الأشكال البدائية وصولاً لتقنيات التعليم الذكي عبر الإنترنت، واستخدام روبوتات الدردشة؛ حيث أدى استخدام هذه التقنيات إلى زيادة قدرة المتدربون على أداء وظائفهم المختلفة بشكل أفضل، وتحقيق جودة أعلى في التدريس، خاصة فيما يتعلق بتخصيص المناهج بما يتماشى مع احتياجات الطلاب.

وهدفت دراسة **سعيد حامد (2021)**¹⁹ إلى التعرف على أثار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وبالتطبيق على عينة قوامها 200 مفردة تضم طلاب الإعلام من مختلف جامعات دولة الإمارات العربية المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن 73% من إجمالي المبحوثين يعتمدون بدرجة كبيرة على وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهاراتهم في الجانب الإعلامي، كما أشارت النتائج إلى أن تطبيق إنستجرام جاء في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها طلاب الإعلام في تنمية مهاراتهم الإعلامية يليه سناب شات، ثم فيس بوك، وقد تنوعت أساليب تفاعل عينة الدراسة مع وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء في مقدمتها متابعة الأصدقاء لمعرفة الجديد في تنمية المهارات الإعلامية، تلاها المشاركة في المحاضرات التعليمية في المجال الإعلامي على الإنترنت، وأخيراً "المشاركة في الدورات الإعلامية التابعة لجهات خاصة في المجال الإعلامي على الإنترنت.

وبالاعتماد على نظرية نشر المبتكرات سعت **مي سلامة (2021)**²⁰ في دراستها إلى التعرف على فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي بمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الاتصال التسويقي، واتجاهاتهم نحو تلك التقنيات كبديل للعنصر البشري في ظل الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى تحديد مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب الاتصال التسويقي بجامعة الملك عبد العزيز، والملك سعود، وأشارت نتائج الدراسة إلى معرفة الطلاب بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق الرقمي، خاصة تقنية الروبوتات، كما أشار 64.8% من المبحوثين إلى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على تقنيات الذكاء الاصطناعي وأن هذا الاعتماد سيزداد مع الجيل الجديد من هذه الوسائل بداية من المستخدم ونهاية بالمحتوي، كما اتضح من النتائج استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق

الرقمي بدرجة متوسطة، وقد أكد معظم المبحوثون علي وجود فروق في أنشطة التسويق الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي قبل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وبعده، وعن مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق أشارت نتائج الدراسة إلي تصميم المقترحات والحملات الممنهجة، وصياغة حلول إبداعية للعملاء، ثم تحديد أفضل طرق التفاعل مع الجمهور المستهدف، يلي ذلك تحليل البيانات لاكتشاف الاتجاهات، ودراسة أنماط المتقنين وكيفية التأثير عليهم.

وقدم كل من **نضال المصري، ومحمد الأغا (2021)**²¹ في دراستهما مقترح تطبيقي تنموي لتعزيز المناعة التنظيمية في ضوء استخدام طلبة كلية علوم الاتصال واللغات لأثر الذكاء الاصطناعي في ضوء خصائص الإعلام الرقمي في جامعة غزة، وقد اعتمد الباحثان على أسلوب دلفاي لجمع البيانات وقياس مستويات الإدراك لدي الطلبة عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها توافر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال بدرجة كبيرة في كلية علوم الاتصال واللغات بجامعة غزة، كما تتوفر مستوي عال من تطبيق أبعاد المناعة التنظيمية في الكلية عينة الدراسة، كما أشارت النتائج إلي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوي تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال، وخصائص الإعلام الرقمي في الكلية عينة الدراسة، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بخصائص الإعلام الرقمي خاصة فيما يتعلق بالمقومات، والمدخلات، والعمليات للوصول إلي خريج قادر علي المنافسة، كما أوصت بضرورة تحديث، وتطوير تخصص الإعلام الرقمي بصفة مستمرة لضمان تحقيق التميز.

وسعت دراسة **Njuguna (2020)**²² إلي استكشاف تأثير التدريب الذي يتلاقاه طلاب الصحافة في خمس جامعات رواندية عبر الانترنت علي كفاءتهم المهنية، وقد تم تطبيق الدراسة علي عينة من 182 طالباً، وأشارت نتائج الدراسة إلي أن تلقي الطلاب تدريباً علي بعض المهارات عبر الإنترنت زاد من فاعلية مناهج التدريس التقليدية خاصة في ظل مرافق التدريب المتواضعة، الأمر الذي يؤكد ضرورة استفادة الأكاديميون من التطورات التكنولوجية في صناعة الإعلام، ودمج هذه التطورات في المناهج الدراسية، والاستفادة من تفاعل الطلاب مع وسائل التواصل الاجتماعي في إعداد محتوى للتدريب عبر الانترنت، وتشجيع الطلاب علي التعلم الذاتي، كما أشارت نتائج الدراسة إلي حاجة مدارس الصحافة إلي تطوير آليات التدريب لتواكب التطورات المتغيرة في صناعة الإعلام، ليصبح المهنيون المستقبليون مؤهلين للتعامل مع الصناعة الرقمية.

أما **Frohlich, Magolis (2020)**²³ فقد قاما في دراستهما بتصميم برنامج دراسي متطور لدارسي الإعلام يعتمد علي تقنيات وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات يوائم متطلبات سوق العمل في البيئة الإعلامية الحديثة؛ وقد تم تجريب هذا البرنامج في قسم الإعلام والصحافة بجامعة بلومسبورج في بنسلفانيا علي مدي سبع سنوات، وقد قام الباحثان أولاً بالتعرف علي احتياجات سوق العمل من خلال استبيان آراء خريجي القسم للتعرف علي المهارات التي يطلبها منهم أرباب العمل، وبناء علي نتائج الاستبيان قام الباحثان بدمج مجموعة من الدورات إلي المناهج الدراسية لضمان مواكبة ما يتم دراسته مع احتياجات سوق العمل، وقد تم تدريس هذا

المنهج بأسلوب التعليم المدمج، وأشارت نتائج التجربة التي قام بها الباحثان إلي أن البرنامج الدراسي الحديث أزال الخطوط الفاصلة بين تخصصات الإعلام المختلفة تلك الحدود التي طمستها التكنولوجيا الرقمية، كما أكد الباحثان نجاح البرنامج الذي تم تطبيقه في تزويد الخريجين بالمهارات اللازمة لسوق العمل من خلال الإشارة إلي المناصب التي عمل بها بعض خريجي البرنامج.

وسعت دراسة **Alghizzawi, et.al (2019)**²⁴ إلى التعرف على تأثير استخدام خريجي، وطلاب الدراسات العليا بالجامعة البريطانية بدبي لوسائل التواصل الاجتماعي على قبول منصات التعلم الإلكتروني، من خلال تعديل نموذج قبول التكنولوجيا وتطويره ليلئم الهدف من الدراسة، واستعان الباحثون بالاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من عينة قوامها 410 مبحوث، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل إيجابي على تبني طلاب التعليم العالي لآليات التعلم الإلكتروني، وعليه أوصت الدراسة بضرورة اهتمام مخططي وإداري مؤسسات التعليم العالي بمميزات وسائل التواصل الاجتماعي وادماجها في منصات التعلم الإلكتروني.

ولم تتعد دراسة **منة الله بكر، وآخرون (2019)**²⁵ شبه التجريبية كثيراً؛ إذ سعت إلى قياس أثر استخدام تقنية البث المباشر عبر الشبكات الاجتماعية في إكساب طلاب الإعلام التربوي لمهارات التصوير الإعلامي، وقام الباحثون بإجراء الدراسة علي عينة من طلاب الفرقة الثالثة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة أسوان، وأكدت نتائج الدراسة علي الأثر الإيجابي لتوظيف موقع الفيس بوك في تحصيل المعارف، والمعلومات المتعلقة بالتصوير الصحفي مقارنة بالطرق التقليدية المستخدمة في التدريس، لذا أوصت الدراسة بضرورة الاستعانة بالتطبيقات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي في تعظيم استفادة الطلاب منها، بالإضافة إلي أهمية تطوير طرق التدريس غير التقليدية، كما أشارت التوصيات إلي ضرورة استثمار أعضاء هيئة التدريس للإمكانيات المختلفة لتطوير العملية التعليمية، وتنمية معارف ومهارات الطلاب.

كما سعت دراسة **Matsiola, et.al (2019)**²⁶ إلي التعرف علي مواقف 63 من طلاب الفرقة الثالثة بكلية الصحافة والاتصالات الجماهيرية بجامعة أرسطو تجاه التكنولوجيا المستخدمة في تعليم مقررات مساق الإذاعة والتلفزيون، وذلك من خلال تصميم وتنفيذ دورة تدريبية فعالة بالاستعانة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تستخدم في مساق الصحافة التلفزيونية وقياس تأثيرها علي الطلاب الذين يحضرونها، وأشارت نتائج الدراسة إلي أن الطلاب أكدوا الفائدة الكبيرة التي حصلوا عليها من هذه الدورة التدريبية علي الرغم من أنهم واجهوا بعض الصعوبات في بداية استخدامهم للتطبيقات التكنولوجية، كما أشار المبحوثون إلي حماسهم نحو استخدام التقنيات التكنولوجية التي تعد ضرورية في بيئة عملهم المستقبلية، كما أكدت نتائج الدراسة علي ضرورة قيام الأكاديميون بتطوير تطبيقات التعليم وفقاً للاحتياجات التكنولوجية الحديثة، وتنفيذ التغييرات التي توفر تعليماً معززاً لطلابهم يتلاءم مع التطورات التكنولوجية التي يحتاجها سوق العمل.

وبالاعتماد على نظرية انتشار المبتكرات سعت **ريهام نوير (2019)**²⁷ في دراستها إلى التعرف على أثر استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة في مجال تدريس المناهج الإلكترونية في نموذجين من كليات الإعلام في جمهورية مصر العربية، وقد استعانت الباحثة بأسلوب المقابلة الشخصية مع عينة من طلاب كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الإعلام جامعة فاروس، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع مستوي الأداء التعليمي باستخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة، خاصة المناهج الإلكترونية وفقاً لآراء عينة الدراسة، فضلاً عن انخفاض مستوي معوقات استخدام التطبيقات التكنولوجية في العملية التعليمية، كما اتضح عدم وجود فروق في مستوي استخدام التطبيقات التكنولوجية في العملية التعليمية بين كليتي الإعلام بجامعة القاهرة وجامعة فاروس بالإسكندرية.

وطرحت **شيرين البحيري (2018)**²⁸ في دراستها شبه التجريبية تساؤل رئيس حول أثر تطبيق استخدام الانفوجرافيك على مستويات تحصيل دراسي برنامجي (InDesign program & movie maker program) من مادة الحاسب الألي لطلاب الفرقة الثالثة بقسم الاعلام التربوي بكلية التربية النوعية بأشمون جامعة المنوفية، وقد قامت الباحثة بسحب عينة عمدية من مجتمع الدراسة قوامها 48 مفرداً، قامت بتقسيمهم إلى مجموعتين إحداهما تجريبية، والأخرى ضابطة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر قوى وفعال لتطبيق استخدام الانفوجرافيك في التدريس على زيادة التحصيل الدراسي والمعرفي لطلاب الإعلام التربوي في مادة الحاسب الألي، بالإضافة إلى أن الاعتماد على التفكير البصري المعتمد على التصميمات، والخرائط، والصور له أثر فعال في توضيح وتبسيط المعلومات النظرية، والنصية، وتنمية المهارات والقدرات العقلية التي تؤثر مباشرة في ارتفاع معدلات التحصيل المعرفي، والعلمي لطلاب الإعلام التربوي، كما أشارت النتائج إلى أهمية استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة مثل الانفوجرافيك في التدريس، والعملية التعليمية بفاعلية جنباً إلى جنب مع الطرق التقليدية.

طرحت دراسة **Shamsi (2018)**²⁹ التجريبية تساؤلاً حول كيف يمكن تضمين الذكاء الاصطناعي في منهج الصحافة، ورصد مزايا، وعيوب هذا النمط التعليمي، خاصة في ظل بيئة تعليمية افتقر فيها الأساتذة غالباً إلى المعرفة بعلوم الكمبيوتر، وقد قام الباحث بإدخال مقررات لطلاب الصحافة في إحدى مدارس تعليم الصحافة الهندية علي مدي ثلاث فصول دراسية قاموا فيها بدراسة ماهية الذكاء الاصطناعي، وأشكاله، وكيف يتم إدماج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، خاصة في إعداد التقارير، واختيار وأرشفة الصور، وتحسين الوصول إلى المحتوى، وتصميم الإعلانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن 95% من الباحثين أشاروا إلى الاستفادة التي حققوها، مؤكدين علي ضرورة تعلم الصحفيين تطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما أشارت النتائج إلى أهمية تزويد الطلاب بالتطبيقات اللازمة لدمج الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام بما يتماشى مع الجهود الدولية لضمان أنظمة أخلاقية منظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في البيئة الإعلامية كذلك التي أصدرها الاتحاد الأوروبي عام 2019، كما أكدت نتائج الدراسة علي أهمية تدريب صحفيي المستقبل ليس فقط علي تطوير وتطبيق تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بل علي كيفية مواجهة التحديات المرتبطة به أيضاً.

أما دراسة **سمية عرفات (2017)**³⁰ الوصفية فسعت إلى التعرف علي اتجاهات طلاب الجامعات من دارسي الإعلام نحو كل من التعلم الإلكتروني، والتقليدي، وذلك من خلال استمارة استبيان تم تطبيقها علي عينة من الطلاب ممن درسوا مقررات الكترونية في قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة بنها، وطلاب التعلم المفتوح بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وطلاب كلية الإعلام بجامعة فاروس، وتشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلي أن أغلب المبحوثين استفادوا بدرجة كبيرة من دراستهم للمقررات الالكترونية خاصة طلبة جامعة فاروس، يليها طلاب جامعة القاهرة، ثم طلاب جامعة بنها وذلك نتيجة وجود بعض الصعوبات المتعلقة بالبيئة التعليمية خاصة انقطاع الانترنت، وعدم كفاية أجهزة الكمبيوتر، كما أكد المبحوثون أن المقررات الالكترونية ساعدتهم علي التفكير بطريقة علمية، بالإضافة إلي زيادة رغبتهم في التعلم الذاتي، والفهم بشكل أفضل، وفيما يتعلق بمقترحات الطلاب لتحسين نظام التعلم أشارت النتائج إلي ضرورة تحسين نظام التعلم الإلكتروني، يليه توفير أجهزة حاسب ألي بالمعامل، ثم توفير دورات تدريبية للطلاب، يلي ذلك تحديث المقررات التطبيقية العملية.

المحور الثالث: تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التعليم.

يهدف التعرف علي كيفية تناول الدراسات للذكاء الاصطناعي في التعليم عن بعد عبر شبكة الإنترنت قام **Dogan,et.al (2023)**³¹ بدراسة تحليلية من المستوي الثاني؛ تم من خلالها حصر الدراسات المكتوبة باللغة الإنجليزية التي تناولت الاتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم عن بعد، وقد توصل الباحثون إلي أن هناك اهتمام بحثي كبير بهذا الموضوع، وقد صنف الباحثون مجالات الاهتمام بالذكاء الاصطناعي في الدراسات إلي ثلاث مجالات هي التنقيب علي البيانات التعليمية وتحليلها، تلي ذلك تعلم الخوارزميات عبر الانترنت، ثم التعلم عبر الانترنت، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها أن معظم الدراسات ركزت علي الجوانب التقنية في تطبيق الذكاء الاصطناعي في التعليم عن بعد، وتجاهلت قضايا المناهج الدراسية، وتصميم تطبيقات التدريس، كما أشارت النتائج إلي وجود نقص في الدراسات التي تناولت كيفية الدمج بين القدرات البشرية، وتقنيات الذكاء الاصطناعي في التدريس، فضلاً عن نقص الدراسات المتعلقة بأخلاقيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التعليم، لذا أوصي الباحثون بأن تولي المؤسسات التعليمية أهمية قصوي لتطوير السياسات، والاستراتيجيات التعليمية لتحقيق أفضل استفادة من تطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التعلم عبر الانترنت.

وللتعرف علي العوامل الرئيسية التي تؤثر علي قبول تقنيات التعلم الذكية قام **Ashraf,et.al (2023)**³² بتطبيق استبيان علي 305 من طلاب العلوم الطبية في جامعة هونان الصينية، وخرجت الدراسة بعدة نتائج أهمها وجود اتجاهات إيجابية لدي المبحوثين تجاه استخدام التقنيات الذكية في التعلم المدمج، كما أشارت النتائج إلي أهمية تطوير محتوى ملائم لاحتياجات الطلاب في ظل البيئة التعليمية الذكية، وتحسين قدرات المدربين، والأكاديميين لزيادة كفاءتهم لاستخدام تكنولوجيا التعلم الذكي في الأنشطة التعليمية المختلفة.

أما دراسة **Hutson, et.al (2022)**³³ فقد سعت إلى رصد الاتجاهات الحالية، والمستقبلية نحو تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم العالي من خلال استعراض الدراسات التي تعلقت بماهية الذكاء الاصطناعي، وأليات توظيفه في التعليم والتعلم في التخصصات المختلفة، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن معظم الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي في مجال التعليم ركزت بشكل أساسي علي مجالات العلوم، والتكنولوجيا، والهندسة، والرياضيات، كما أوضحت النتائج أن الذكاء الاصطناعي لن يحل محل الأكاديميين بل سيزيد من قدراتهم في التواصل الفعال مع الطلاب، بالإضافة إلي تزويد الطلاب بالتطبيقات اللازمة للانخراط بنجاح في سوق العمل مستقبلاً، لذا أكدت النتائج علي ضرورة تزويد أعضاء هيئة التدريس بالمهارات والمعارف الخاصة بالذكاء الاصطناعي ليتمكنوا من تأهيل الطلاب لاحتياجات سوق العمل، كما أشارت أيضاً إلي أهمية دمج تكنولوجيا المعلومات في جميع أنشطة المراحل التعليمية وفقاً لاحتياجات كل تخصص، وفيما يتعلق بالمناهج أشارت النتائج إلي أهمية تخطيط المناهج الدراسية لتحديد المناسب منها للذكاء الاصطناعي في مختلف التخصصات، وتحسين البنية التحتية التكنولوجية بما يحقق دعم خدمات الطلاب بشكل أفضل، كما أظهرت النتائج وجود تخوف فيما يتعلق بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي سواء فيما يتعلق بتحيز الخوارزميات، أو قضايا الخصوصية، لذا فقد أوصي الباحثون بضرورة ضبط قواعد الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي وعلم البيانات في النظم الجامعية.

وفي دراسته التحليلية من المستوي الثاني طرح **Slimi (2021)**³⁴ تساؤلاً حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي علي التعليم العالي؛ حيث ركز علي تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي علي جودة عمليات التعليم والتعلم، بالإضافة إلي تأثيره علي الوظائف المستقبلية، وقد قام الباحث بجمع البيانات من خلال مراجعة 56 دراسة وبحث أجريت في هذا الصدد خلال الفترة من 1900-2021، وتشير نتائج الدراسة إلي أن لتقنيات الذكاء الاصطناعي دوراً فعالاً في تحسين جودة الخدمات التعليمية، خاصة في ما يتعلق بتطوير منصات التعليم، والتنبؤ باحتياجات المتعلم، ومعالجة البيانات المهيكلة الأمر الذي يساعد في تسريع عمليات اتخاذ القرارات الإدارية، كما يعزز الذكاء الاصطناعي القدرة علي حل المشكلات، والإبداع، والقدرة علي التخطيط الاستراتيجي، ويساعد المدرسين في التنقيب عن البيانات، ويحسن التدريس الإبداعي، وفيما يتعلق بمستقبل الوظائف في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي أشارت نتائج الدراسة إلي أن الذكاء الاصطناعي سيؤثر بشكل كبير علي المستقبل المهني للوظائف، وعليه أوصت الدراسة بضرورة دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات التعليم بما يساعد في الحصول علي خريجين أفضل، يتوافقون مع احتياجات سوق العمل المستقبلية، كما أشارت النتائج إلي ضرورة وضع منظومة أخلاقية للاسترشاد بها في تنظيم الاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي خاصة في المهن المستقبلية.

وعرض **Fernandez, et.al (2019)**³⁵ في دراستهم النظرية عدد من النقاط المتعلقة بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم العالي، ومنها تأثير الذكاء الاصطناعي في ظل العولمة، ومقارنة الذكاء البشري بالذكاء الاصطناعي، ومقارنة وضع الجامعات التقليدية في مقابل الجامعات الحديثة، بالإضافة إلي عرض المهارات الرقمية الهامة في ظل الذكاء

الاصطناعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلي أن الجامعات تواجه تحديات كبيرة في ظل مجتمع المعلومات، كما أشارت الدراسة إلي أن التطبيقات الجديدة التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في مجال التعليم تؤدي إلي تحسين غير مسبوق خاصة فيما يتعلق بتزويد الطلاب في مستويات التعليم المختلفة بمتطلبات دمجهم في سوق العمل، وأسس الدمج بين التفاعل البشري وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مؤكدة علي أن التحدي الكبير أمام الجامعات يتمثل في الحاجة الملحة لتخطيط، وتصميم، وتطوير برامج تعتمد علي المهارات الرقمية الملائمة لتدريب أفضل لخريجين قادرين علي فهم وتطوير البيئة التكنولوجية وفقاً لاحتياجاتهم، وأن معرفة التقنيات الحديثة أصبحت أكثر من ضرورية.

التعليق على الدراسات السابقة:

أوضح مسح الدراسات السابقة وجود جهود بحثية متنوعة في هذا الصدد اهتم بعضها برصد واقع البيئة التعليمية في المجال الإعلامي، وانعكاسه علي مدي تأهل خريجي الإعلام لمتطلبات سوق العمل، واتجاهاتهم نحو التقنيات التكنولوجية الحديثة، واهتم البعض الآخر بإلقاء الضوء علي الآثار المترتبة علي الاستعانة ببعض التطبيقات التي أتاحتها التقنيات التكنولوجية المختلفة في تحسين معارف، ومهارات طلاب الإعلام، كما قامت بعض الدراسات بوضع نماذج استرشادية يمكن للمؤسسات التعليمية خاصة في مجال الإعلام الاستعانة بها لتحسين معارف ومهارات خريجها وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل التقنيات الحديثة، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما سعت دراسات أخرى إلي توضيح أهمية توظيف التقنيات الحديثة، والذكاء الاصطناعي في التعليم بشكل عام، والتعليم العالي بشكل خاص، الأمر الذي ساعد الباحثة في الخروج ببعض المؤشرات ومنها:

- ركزت الدراسات الأجنبية في المقام الأول علي رصد الآثار المترتبة علي توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات التعليم الإعلامي خاصة تأثير استخدام التقنيات الحديثة، والوسائط الرقمية في التعليم، والتدريب، ومنها دراسات **Butyrina,et.al (2022)**، **Dhiman (2022)**، **Slimi (2021)**، **Fernandez,et.al (2019)**، ثم رصد اتجاهات الطلاب نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التعليم، ومنها دراسات **Matsiola, et.al (2019)**، **Alghizzawi, et.al (2019)**، **Dogan,et.al (2023)**، **Hutson,et.al (2022)**، **Goni, Tabassum (2020)**، أما الدراسات العربية فركزت اهتماماتها في المقام الأول علي قياس فاعلية بعض المقررات، والبرامج، والتطبيقات التي تم تصميمها بنظام التعليم المدمج اعتماداً علي بعض التقنيات الحديثة، ومنها دراسات **عبد العاطي (2023)**، **و كامل، وحجازي (2022)**، **والبجيري (2018)**، **وحامد (2021)**، **وسلامة (2021)**، ثم رصد وتقييم واقع البيئة التعليمية في المجال الإعلامي سواء ما يتعلق بالهيئة الأكاديمية، أو المناهج، أو التدريب، وتأثير ذلك علي إعداد الطلاب وقدراتهم علي الانخراط في البيئة التكنولوجية الحديثة، ومنها دراسات **الزهراني (2021)**، **فخر الدين (2021)**، **البنّا (2019)**.

- انفردت الدراسات الأجنبية بتصميم برامج متكاملة لتعزيز المهارات المهنية لطلاب الإعلام وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقياس أثرها على الطلاب الذين تم تطبيقها عليهم، ومنها دراسات **Frohlich, Magolis (2020)**، **Luttrell, et.al (2020)**، **Frohlich, Magolis (2020)**، في حين اقتصرَت الدراسة العربية على اختبار تأثير تطوير بعض المقررات وفقاً لمتطلبات البيئة التكنولوجية على أداء ومهارات الطلاب، ومنها دراسات **عبد العاطي (2023)**، **والصعيدى (2022)**.

- سيطر استخدام كل من المنهج التجريبي، ومنهج المسح على كل من الدراسات العربية والأجنبية، ومنها دراسات **(2020) Njuguna**، **(2020) Frohlich, Magolis**، **والصعيدى (2022)**، **وكامل، وحجازي (2022)**، **وShamsi (2018)**، وتنوعت التطبيقات التي تم الاستعانة بها بين (الاستبيان، المقابلات المتعمقة، التحليل من المستوي الثاني).

- تنوعت النماذج والنظريات التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة بشقيها التحليلي والتفسيري، وقد جاء نموذج قبول التكنولوجيا في مقدمتها، تلا ذلك نظريتي انتشار المبتكرات، والاستخدامات والاشباع، كما تم الاعتماد على عدة نظريات أخرى منها نظرية التعليم البنائية، ونظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا، والنظرية الاتصالية، كما جاءت بعض الدراسات دون أن تحدد أطر نظرية لها.

- اتضح من مراجعة الأدبيات عدم ملائمة البرامج الدراسية للإعلام سواء في الدول العربية، أو الأجنبية لاحتياجات سوق العمل.

- اتفقت كل من الدراسات العربية، والأجنبية على أهمية تطوير جميع معطيات البيئة التعليمية بداية من المقررات التدريسية، وأليات التدريب، ومروراً بمهارات ومعارف الهيئة الأكاديمية، وصولاً إلى البنية التكنولوجية للمعامل، كما أكدوا على أهمية التعاون الفعال بين المؤسسات التعليمية، والمهنية لتوفير تدريب مهني على مدي الأعوام الدراسية المختلفة.

- اتفقت الدراسات العربية، والأجنبية على تقبل الطلبة لتعليم التقنيات الحديثة في إنتاج، وتصميم المحتويات الإعلامية.

-أكدت الدراسات العربية، والأجنبية على فعالية الاعتماد على أساليب التعليم المدمج في اكساب طلبة الإعلام المهارات التكنولوجية.

مشكلة الدراسة:

أصبحت التقنيات، والتطبيقات التي اتاحها الذكاء الاصطناعي خلال السنوات القليلة الماضية محور اهتمام العديد من المؤسسات، لما يمكن أن تقدمه من تسهيلات في بيئات العمل المختلفة، فضلاً عن دورها في تحسين جودة العديد من المخرجات، وقد أعلنت الحكومة المصرية إنشاء المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي في نوفمبر 2019، باعتباره شراكة بين المؤسسات الحكومية، والأكاديميين، والممارسين البارزين في مجال الذكاء الاصطناعي، كأحد الخطوات الهامة للاستفادة من التقنيات والتطبيقات التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في تطوير وتحسين جودة العمل.

واستناداً إلى ما سبق، ولما كانت صناعة الإعلام أحد أكثر الصناعات استفادة من التقنيات والتطبيقات التي يتيحها الذكاء الاصطناعي، فإن المؤسسات التعليمية المتخصصة في مجال الإعلام عليها دور رئيسي في إعداد رأس المال البشري، وتطوير قدراته العملية، والمهنية لتتماشى مع احتياجات السوق ومتطلبات صناعة الإعلام التي فرضتها التطورات المتلاحقة في البيئة الإعلامية، تلك التطورات التي خلقت نظاماً جديداً في بيئة العمل الإعلامي؛ حيث تغيرت آليات جمع وإنتاج وتوزيع المحتوى، وظهرت تقنيات جديدة في سرد القصص الإخبارية، وفي إنتاج الصور والفيديوهات، وفي تصميم الإعلانات، والتحقق من المحتوى الزائف في النصوص، والصور، والفيديوهات، وغيرها الكثير من التقنيات الحديثة التي تتطلب أن يكتسب الإعلاميين المهارات التقنية التي تساعدهم على الاندماج بفعالية في بيئة العمل الإعلامي الجديدة، خاصة وأنه من المتوقع وفقاً لتقرير الرابطة الوطنية للاتصال National Communication Association أن تنمو المهن في مجال وسائل الإعلام بنسبة 14% خلال الفترة من 2020-2030، وهذا النمو سيؤدي إلى ظهور ما يقرب من 151000 وظيفة جديدة، وهذه الوظائف ستطلب إمكانيات ومهارات مغايرة عن المهارات التقليدية.³⁶

إلى جانب ما سبق نجد أن صعوبة تطوير البرامج الدراسية بنفس سرعة وتيرة تطور التطبيقات، والتقنيات التكنولوجية المتلاحقة، دفعت العديد من المؤسسات سواء المهنية مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط، أو العالمية مثل Google، أو المحلية مثل وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وغيرها الكثير من توفير الدورات وورش العمل سواء المجانية، أو المدفوعة لتقديم المعارف، والمهارات المرتبطة باستخدام تطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، إدراكاً منهم لأهمية تعلم هذه التطبيقات والتقنيات، الأمر الذي سهل على الراغبين اكتساب هذه المعارف والمهارات، وعليه لم يعد اكتساب هذه المهارات قاصراً على المؤسسات الأكاديمية المتخصصة فقط، وأصبح عبء اكتسابها يقع على عاتق الطالب بقدر ما يقع على عاتق المؤسسة التعليمية، من هذا المنطلق تتحدد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في رصد تأثير كل من عناصر البيئة التعليمية، والدوافع الذاتية لطلبة الإعلام ممن يتوقع تخرجهم بنهاية العام الدراسي الحالي 2022/2023 على إدراكهم للمعارف والمهارات التي تتطلبها بيئة العمل في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومصادر حصولهم على تلك المعارف والمهارات، والتعرف على رؤيتهم للاستفادة المتحققة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الإعلامي، والتعرف على تقييمهم للبيئة التعليمية في جامعات مصر، وتحديد العوامل المؤثرة في نيتهم في استخدام تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم مستقبلاً.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من الاعتبارات التالية:

1- تستمد الدراسة الحالية أهميتها من كونها من أوائل الدراسات – وفقاً لما نمي إلي علم الباحثة- التي قامت بقياس معارف ومهارات طلبة الإعلام بتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في ضوء اختبار تأثير كل من العوامل البيئية متمثلة في الإمكانيات البشرية

والمادية للمؤسسات التعليمية عينة الدراسة، والعوامل السلوكية للأفراد متمثلة في الكفاءة الذاتية لطلاب الإعلام ممن يتوقع تخرجهم في إدراكهم للمهارات والمعارف التي فرضتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي علي مجال العمل الإعلامي، والتي ينبغي عليهم إتقانها لإيجاد مكان مميز في سوق العمل، خاصة في ظل ما تشهده صناعة الإعلام من تغيرات جذرية، فبالرغم من تعدد الدراسات التي تناولت أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات علي مهارات الطلاب، أو تلك التي تناولت واقع استخدام التطبيقات الحديثة في مناهج الإعلام، أو فوائد الاستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة العملية التعليمية، إلا أن معظم هذه الدراسات سعت إلي اختبار بعض التطبيقات التي اتاحتها تكنولوجيا المعلومات في تحسين مهارات محددة للطلبة، أو التعرف علي المهارات التي تتطلبها صناعة الإعلام في الوقت الراهن، فضلاً عن أن الدراسات التي سعت إلي رصد واقع استخدام التطبيقات الحديثة في مناهج الإعلام ركزت علي التعرف علي مدي التأهيل الأكاديمي لدارسي الإعلام، أو تقديم رؤية لتطوير مناهج الإعلام بما يتماشى مع احتياجات سوق العمل، ولم يتم في أيها من هذه الدراسات قياس معارف طلبة الإعلام في الجامعات المصرية بتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومهاراتهم في استخدامها، كما لم تتعرض أيها من هذه الدراسات لدور الطلبة في تنمية مهاراتهم ومعارفهم خاصة وان تعليم هذه المهارات لم يعد قاصراً علي المؤسسات التعليمية في ظل توافر وسائل تعليمية وتدريبية متعددة تتيح لهم إتقان هذه المهارات.

2- تنطلق أهمية الدراسة الحالية من أهمية القضية التي تتناولها، وتدريب وتأهيل الطلبة المتوقع تخرجهم والتحاقهم بسوق العمل في مجال الإعلام في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة، أصبح من الأهمية بمكان بحيث لا يمكن تغافله، وفي ظل التطور السريع لهذه التكنولوجيا، بات إتقان التعامل مع التطبيقات والتقنيات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي هدفاً هاماً علي طلبة الإعلام السعي لتحقيقه، لما له من إمكانيات تساعدهم ليس فقط في الالتحاق بسوق العمل بل وإنتاج محتوى متميز ملائم لاحتياجات الجمهور المستهدف.

3- كما تتمثل أهمية هذه الدراسة من ندرة الدراسات -وفقاً لما نمي إلي علم الباحثة- التي ترصد نية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية في تعلم واستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة التي قدمها الذكاء الاصطناعي في سوق العمل الإعلامي، إلي جانب التعرف علي مدي جاهزيتهم للالتحاق بسوق العمل في ظل التحديات التي طرحتها تقنيات الذكاء الاصطناعي.

4- تعد هذه الدراسة اختباراً للنظرية المعرفية الاجتماعية، تلك النظرية التي تسعى لتقديم رؤية شاملة للعوامل التي تؤثر في سلوك الأفراد نحو تعلم وقبول المعلومات، وعليه يمكن تطبيقها علي استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في رصد دور العوامل المؤثرة في إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية للمعارف والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وينبثق عن هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على تقييم الطلبة للبيئة التعليمية ومدى وملاءمتها لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- تحديد مصادر اكتساب طلبة الإعلام في الجامعات المصرية للمعارف والمهارات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي.
- رصد أهم المعوقات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات المصرية، وتحديات اندماجهم في بيئة العمل الإعلامي في ظل الذكاء الاصطناعي.
- قياس معارف طلبة الإعلام في الجامعات المصرية بالتطبيقات الإعلامية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.
- تحديد مهارات طلبة الإعلام في الجامعات المصرية في التعامل مع تطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- التعرف على أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يري طلبة الإعلام في الجامعات المصرية أهميتها في سوق العمل.
- التعرف على أكثر التخصصات استفادة من تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وفقاً لما يراه طلبة الإعلام في الجامعات المصرية.
- تحديد العوامل المؤثرة في قبول طلبة الإعلام لتعلم، واستخدام تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- رصد نية طلبة الإعلام في استخدام تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم مستقبلاً.

تساؤلات الدراسة:

- انطلاقاً من الأهداف السابقة، تتمثل تساؤلات الدراسة الحالية فيما يلي:
- إلى أي مدى تلائم عناصر البيئة التعليمية في الجامعات المصرية احتياجات سوق العمل في ظل الذكاء الاصطناعي وفقاً لما يراه طلبة الإعلام؟
 - ما مصادر اكتساب طلبة الإعلام في الجامعات المصرية للمعارف والمهارات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي؟
 - ما أهم المعوقات التي تحول دون اندماج طلبة الإعلام في الجامعات المصرية في بيئة العمل الإعلامي في ظل الذكاء الاصطناعي؟
 - ما مدى معارف طلبة الإعلام في الجامعات المصرية بالتطبيقات التي أتاحتها الذكاء الاصطناعي؟
 - ما أهم المهارات المرتبطة بتقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يجيدها طلبة الإعلام في الجامعات المصرية؟
 - ما أكثر التطبيقات التي يتيحها الذكاء الاصطناعي أهمية في مجال العمل الإعلامي وفقاً لرؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية؟

- ما أكثر التخصصات الإعلامية إفادة من الإمكانيات التي يتيحها الذكاء الاصطناعي، وفقاً لرؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية؟
- هل توجد فروق في المعارف المرتبطة بالذكاء الاصطناعي بين منسوبي الجامعات الخاصة، والحكومية؟
- ما العوامل التي تؤثر في قبول طلبة الإعلام لتعلم، واستخدام تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
- هل ينوي طلبة الإعلام استخدام تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم مستقبلاً؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ورؤيتهم لمدي ملائمة عناصر البيئة التعليمية لتأهيلهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ومستوي معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ومستوي مهاراتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.
- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، واتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.
- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.
- الفرض السادس: يوجد تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على مستوي معارف طلبة الإعلام عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الفرض السابع: يوجد تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على مستوي مهارات طلبة الإعلام عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الفرض الثامن: يوجد تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على نية طلبة الإعلام عينة الدراسة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في مجال عملهم.

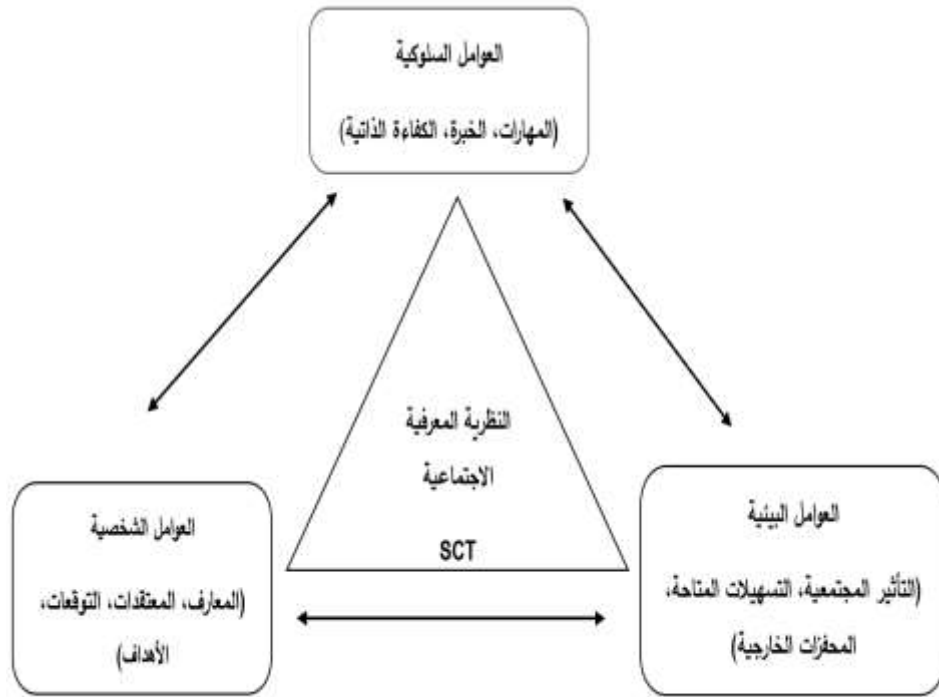
الإطار النظري للدراسة:

طور باندورا النظرية المعرفية الاجتماعية عام 1986 من نظرية التعلم الاجتماعي التي قدمها عام 1977، كإطار نظري لفهم السلوك البشري في اكتساب المعارف والمهارات الجديدة من خلال الإجابة على عدة تساؤلات منها كيف يكتسب الأفراد المهارات، وأنماط السلوك الجديدة؟، وما الذي يحفز سلوكهم وينظمه؟، وقد توصل باندورا من خلال دراساته إلى أن اكتساب الأفراد سلوكيات جديدة يتم من خلال علاقة تبادلية حتمية بين ثلاث عوامل أساسية هي:

العوامل الشخصية، أي السمات الفردية للأشخاص بما تشمله من معتقدات، ومعارف سابقة، وتوقعات، وأهداف، وتصورات ذاتية.

العوامل السلوكية، وتشير إلى الملاحظة، والتجربة، والتعلم، والكفاءة الذاتية للأفراد، ومهاراتهم، وخبراتهم، والممارسات التي يقومون بها.

العوامل البيئية، وتشير إلى العوامل الخارجية التي قد تؤثر على السلوك المعرفي ومنها عوامل مادية كطرق نقل المعلومات والتعلم، والتسهيلات المتاحة، وأخري اجتماعية كالتأثيرات المجتمعية، والمحفزات الخارجية³⁷.



شكل رقم (1): نموذج النظرية المعرفية الاجتماعية لباندورا 1986

وقد أكد باندورا على انه بالرغم من أن هذه العوامل تؤثر على بعضها البعض إلا أن هذا لا يعني أن هذا التأثير متساوي في قوته، فقد يكون بعضها أقوى من البعض الآخر، كما أشار إلى أن التأثيرات المتبادلة لا تحدث في وقت واحد، وأن العامل السببي قد يستغرق وقتاً لممارسة تأثيره وتفعيل التأثيرات المتبادلة، فالأفراد يؤثرون بالبيئة المحيطة بهم، ويؤثرون فيها، ويقومون بتشكيل بيئتهم واختيار ما يتفاعلون معه من مواقف.³⁸

ووفقاً لنظرية باندورا تلعب الكفاءة الذاتية دوراً رئيسياً في عملية التنظيم الذاتي، فكلما زاد اعتقاد الأفراد بأنهم يمتلكون القدرات المعرفية المطلوبة، والحافز لتحقيق أهدافهم، والموارد اللازمة لإكمال مهامهم زادت قدرتهم على اكتساب المعرفة³⁹، لذا فقد أكد باندورا في نظريته على أن أهمية التحفيز كعامل أساسي لدفع الأفراد على التثقيف، والتطوير الذاتي من خلال تنظيم وتوجيه الذات لتحديد كيفية التصدي للتحديات التي تواجههم سواء في البيئة المحيطة، أو العوامل الذاتية الخاصة بالفرد، وذلك من خلال تنمية قدراتهم العقلية كمعالجة المعلومات، وتنظيم الذات، والتأثر بالآخرين والتأثير فيهم لتحفيز أدائهم وتعلم مهارات جديدة⁴⁰.

ووفقاً للنظرية الاجتماعية المعرفية هناك عدد من الأليات التي تحكم التنظيم الذاتي للتحفيز وتحقيق الأداء، يأتي في مقدمة هذه الأليات معتقدات الأفراد حول فعاليتهم الشخصية؛ حيث ترتبط تصورات الأفراد حول كفاءتهم الذاتية بمعتقداتهم حول قدرتهم على تعبئة دوافعهم، والموارد المعرفية، ومسارات العمل اللازمة، وقد أكد باندورا على وجود فرق بين امتلاك المهارة والقدرة على استخدامها بشكل جيد في ظل وجود ظروف صعبة، مشيراً إلى أن نجاح الفرد يتطلب قدراً من الإيمان المرن بالذات إلى جانب مهاراته الذاتية ليتمكن من تحقيق أهدافه المرجوة، وقد حدد باندورا عدة مصادر لتعزيز المهارات الذاتية، جاء في مقدمتها تجارب الإتيان؛ حيث أكد على أنها الأكثر فعالية لتطوير المهارات، إذ تساعد الأفراد على تكوين خبرة للتغلب على العقبات، ثم النمذجة، مشيراً إلى أن عمليات النمذجة تؤثر على معتقدات الكفاءة الذاتية من خلال نقل استراتيجيات فعالة لإدارة المواقف المختلفة، فضلاً عن المقارنة الاجتماعية مع الآخرين فرؤية الأفراد لآخرين مماثلين ينجحون يؤثر على رغبتهم في التغلب على العقبات، وأخيراً أشار باندورا إلى الإقناع الاجتماعي كأحد الطرق التي تزيد من معتقدات الأفراد حول قدراتهم في تحقيق ما يسعون إليه، مشيراً إلى أن تلقي التشجيع يؤدي إلى بذل مزيد من الجهد لتحقيق النجاح⁴¹، هذا بالإضافة إلى التوقع، فالفوائد المتوقعة نتيجة لأداء سلوك معين تلعب دوراً هاماً في تحفيز الأفراد لتوليد سلوك معين⁴².

وقد حدد الباحثون السمات المعرفية التي تؤثر على السلوك وفقاً للنظرية المعرفية لباندورا في:

- تستند النتائج والاستجابات المحتملة في المستقبل على الأوضاع الحالية.
- اكتساب خبرة غير المباشرة عن طريق تحليل النتائج التي حققها الآخرين.
- تؤثر التوقعات حول النتائج المستقبلية على كيفية معالجة المعلومات الجديدة.
- تؤثر التوقعات المستقبلية على القرارات السلوكية.
- يؤثر عدم حدوث النتائج المتوقعة على السلوك.

وقد أكدت عدة دراسات افتراضات باندورا بأن السلوك الموجه لتحقيق أهداف محددة يصبح في نهاية المطاف سلوك منظم ذاتياً، وأن الإدراك يلعب دوراً هاماً في التعلم، كما أضاف Green, Peil، أن التعزيز والعقاب لهما علاقة غير مباشرة على التعلم.⁴³

كما أشار باندورا إلى أنه بالرغم من أن المعايير الداخلية المنظمة لسلوك الأفراد في العديد من مجالات السلوك الاجتماعي تتمتع بالاستقرار ولا يميل الناس إلى تغييرها سريعاً إلا أن هذه المعايير يتم تغييرها تدريجياً في مجالات العمل التي تتطلب اكتساب معارف ومهارات جديدة لمواجهة التحديات⁴⁴، وعليه فوفقاً للنظرية المعرفية الاجتماعية أن عملية اعتماد التكنولوجيا تنطوي على تشجيع الأفراد على ضمان حصولهم على المهارات والثقة اللازمين لاستخدام تكنولوجيا جديدة⁴⁵.

تأسيساً على ما سبق سيتم الاعتماد على النظرية المعرفية الاجتماعية كإطار نظري لفهم، وتفسير دور التفاعل بين العوامل الفردية المتمثلة في الكفاءة الذاتية لطلاب الإعلام عينة الدراسة، وثقتهم في قدراتهم، وإدراكهم لأهمية تعلم التقنيات التكنولوجية الحديثة التي فرضها الذكاء الاصطناعي على مجال العمل الإعلامي، والعوامل البيئية المتمثلة في التسهيلات المتاحة في البيئة التعليمية التي ينتمون إليها، وتأثير البيئة الاجتماعية المحيطة بهم، فضلاً عن الاسترشاد بفروض النظرية في فهم دور العوامل الفردية والبيئية التي تؤثر على النوايا السلوكية لعينة الدراسة في استخدام هذه التقنيات مستقبلاً في مجال عملهم.

الإطار المنهجي للدراسة:

- نوع الدراسة

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التحليلية التفسيرية؛ حيث تهدف إلى رصد إدراك طلبة الإعلام للمعارف والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وتحديد العوامل المؤثرة في قبولهم لتلك التقنيات ونواياهم المستقبلية لاستخدامها، والكشف عن مصادر هذه المعارف والمهارات، واستيضاح رؤيتهم نحو أهم التطبيقات التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي في الوقت الراهن، هذا إلى جانب محاولة التعرف على مدى اختلاف إدراك الطلبة للمعارف والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في البيئة الجديدة باختلاف تخصصاتهم، الجامعات التي ينتمون إليها.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح عبر أداة الاستبيان، تلك الأداة التي تعد من أكثر الأدوات ملائمة للدراسات الوصفية؛ حيث تتيح إمكانية الوصول إلى المعلومات المرتبطة بموضوع الدراسة، وتحليلها، وتفسيرها بشكل واضح يساهم في الوصول إلى نتائج مرتبطة بمشكلة الدراسة، ويجب عن التساؤلات التي تطرحها بدقة.

- تطبيقات الدراسة

تحقيقاً لأهداف الدراسة قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان إلكترونية، تضم 8 أسئلة، مقسمة إلى أربعة محاور علي النحو التالي: **المحور الأول**، ويضم الأسئلة الخاصة بتقييم الطلبة لعناصر البيئة التعليمية ومدى ملاءمتها لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ورؤية الباحثين حول معوقات اندماجهم في بيئة العمل الإعلامي في ظل هذه التقنيات، أما **المحور الثاني** فيوضح مستوي معارف ومهارات الطلبة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، و مصادر اكتسابهم لهذه المعارف والمهارات، ويرصد **المحور الثالث** اتجاهات الباحثين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، وفي **المحور الرابع** يتم قياس نية الباحثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في مجال عملهم، وأخيراً البيانات الأساسية للباحثين، لتشكل هذه الاستبانة ترجمة دقيقة لمشكلة الدراسة الحالية، وأهدافها، وتسؤلاتها.

- منهجية قياس متغيرات الدراسة:

1- مقياس اتجاه الطلبة عينة الدراسة نحو أعضاء هيئة التدريس:

تم بناء هذا المقياس من 5 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 11 درجة (5: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من 5: 8 درجات.

- الاتجاه المحايد من 9: 11 درجة.

- المستوي الإيجابي من 12: 15 درجة.

2- مقياس اتجاه الطلبة عينة الدراسة نحو المقررات الدراسية:

تم بناء هذا المقياس من 5 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 11 درجة (5: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من 5: 8 درجات.

- الاتجاه المحايد من 9: 11 درجة.

- المستوي الإيجابي من 12: 15 درجة.

3- مقياس اتجاه الطلبة عينة الدراسة نحو التدريبات العملية:

تم بناء هذا المقياس من 5 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 11 درجة (5: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من 5: 8 درجات.

- الاتجاه المحايد من 9: 11 درجة.

- المستوي الإيجابي من 12: 15 درجة.

4- مقياس اتجاه الطلبة عينة الدراسة نحو التجهيزات والمعامل:

تم بناء هذا المقياس من 5 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 11 درجة (5: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من 5: 8 درجات.

- الاتجاه المحايد من 9: 11 درجة.

- المستوي الإيجابي من 12: 15 درجة.

5- مقياس معارف الطلبة عينة الدراسة بتطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي:

تم بناء هذا المقياس من 20 عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي الإجابة الصحيحة= 1، الإجابة الخاطئة= صفر، لا أعلم= صفر، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 21 درجة (صفر: 20) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوي المنخفض من صفر: 6 درجات.

- المستوي المتوسط من 7: 13 درجة.

- المستوي المرتفع من 14: 20 درجة.

6- مقياس مهارة الطلبة عينة الدراسة في استخدام تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي:

تم بناء هذا المقياس من 15 عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة بدرجة واحدة، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 16 درجة (صفر: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوي المنخفض من صفر: 5 درجات.

- المستوي المتوسط من 6: 10 درجات.

- المستوي المرتفع من 11: 15 درجة.

7- مقياس اتجاه الطلبة عينة الدراسة نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي:

تم بناء هذا المقياس من 7 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 15 درجة (7: 21) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- الاتجاه السلبي من 7: 11 درجة.

- الاتجاه المحايد من 12: 16 درجة.

- المستوي الإيجابي من 17: 21 درجة.

8- مقياس نية الطلبة عينة الدراسة في استخدام تطبيقات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملهم مستقبلاً:

تم بناء هذا المقياس من 5 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق= 3، محايد = 2، معارض= 1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 11 درجة (5: 15) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحو التالي:

- المستوي المنخفض من 5: 8 درجات.

- المستوي المتوسط من 9: 11 درجة.

- المستوي المرتفع من 12: 15 درجة.

- إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان من خلال مراجعتها علمياً منهجياً، وعرضها على مجموعة من المحكمين* للتأكد من صدقها، ومناسبتها لتحقيق أهداف الدراسة، وبناء على آراءهم تم إجراء بعض التعديلات على الاستمارة، وقد أشار المحكمون إلى صلاحية استمارة الاستبيان لقياس ما استهدفته.

وللتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة اعتمدت الباحثة على المقاييس التالية:

جدول (1) مقاييس صدق وثبات مقاييس الدراسة

م	المقياس	عدد العبارات	معامل ألفا (كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان - براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
1	مقياس الاتجاه نحو أعضاء هيئة التدريس	5	.686	.672	.672
2	مقياس الاتجاه نحو المقررات الدراسية	5	.714	.699	.656
3	مقياس الاتجاه نحو التدريبات العملية	5	.666	.629	.616
4	مقياس الاتجاه نحو التجهيزات والمعامل	5	.690	.631	.610
5	مقياس المعارف	20	.709	.694	.693
6	مقياس المهارات	15	.897	.889	.887
7	مقياس توظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي	7	.703	.684	.683
8	مقياس نية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً	5	.698	.688	.623
	إجمالي مقاييس الدراسة	67	.842	.735	.734

ينتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.666) و (0.897)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.842). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان - براون بين (0.631) و (0.889)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.735)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (0.610) و (0.887)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.734)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

* تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من خبراء الإعلام لتحكيمها، وهم وفقاً للترتيب الأبجدي للأسماء:
- أسماء أحمد رمضان مدرس الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- سعيد الغريب أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- شيرين سلامة أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- محمد محمد بكير أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة حلوان والملك سعود.
- محمد فؤاد أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
- يسرا حسني عبد الخالق أستاذ العلاقات العامة بجامعة أسيوط والإمام محمد بن سعود الإسلامية.

- الإطار الإجرائي للدراسة:

- مجتمع الدراسة

وفقاً لهدف الدراسة الحالية، في التعرف على مدي إدراك طلبة الإعلام المتوقع تخرجهم بنهاية العام الدراسي 2023/2022م للمعارف والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في ظل تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ورصد نيتهم في استخدام هذه التقنيات، والتطبيقات في مجال عملهم مستقبلاً، قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان في ثلاث من الجامعات المصرية التي تضم كليات وأقسام للإعلام، وذلك بعد دراسة استكشافية قامت من خلالها الباحثة برصد الخطط الدراسية -التي تيسر للباحثة الوصول إليها- الخاصة ببرامج الإعلام في الجامعات المصرية، وذلك بهدف تحديد العينة التي سيتم تطبيق الاستبيان عليها بدقة وفقاً لمجموعة من الشروط هي: مبررات اختيار عينة الدراسة:

- أن تضم العينة جامعة حكومية، وأخري خاصة، وقسم للإعلام، وذلك بهدف توفير رؤية متكاملة توضح تأثير الإمكانات المادية، والتقنية المتوفرة على مدي إدراك الطلبة في هذه الجامعات للمهارات والمعارف التي يتطلبها سوق العمل في ظل التطبيقات والتقنيات الحديثة التي قدمها الذكاء الاصطناعي.

- أن تكون العينة من البرامج التي حصلت على الاعتماد الأكاديمي، أو المؤسسي، حيث يضمن الاعتماد الأكاديمي والمؤسسي تقييماً شاملاً لجودة البرامج الدراسية، والمعايير المتبعة في التعليم، والتعلم، وذلك بهدف ضمان مستوي من الجودة في البيئة الأكاديمية، يشير إلى تأهل الكادر الأكاديمي، وملائمة البنية التحتية لمتطلبات التدريب والتأهيل، وملائمة المقررات لمتطلبات العصر الحديث.

- أن تضم الخطط الدراسية بالجامعات التي تم اختيارها مقررات ذات علاقة بالبيئة التكنولوجية والرقمية.

وعليه تم اختيار الجامعات التالية لتطبيق الاستبيان على طلبتها:

• **كلية الإعلام جامعة القاهرة،** كممثل للجامعات الحكومية، وهي الكلية الأم لتخصص الاتصال والإعلام، حيث تخرج منها في عام 1975 أول دفعة من خريجي الإعلام ليس فقط في مصر بل والعالم العربي والشرق الأوسط، وتضم الكلية ثلاثة أقسام تخصصية هي الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان، كما تضم أيضاً برنامج لتدريس الإعلام باللغة الإنجليزية تم تأسيسه عام 2007، وشعبة الإعلام الرقمي تم بدأ الدراسة بها في العام الجامعي 2021-2022، وتضم الكلية عدة معامل تخصصية مزودة بأحدث الأجهزة والبرامج لتوفير التدريب اللازم لطلابها؛ ومنها معمل الصحافة والنشر، ومعمل الإذاعة والتلفزيون، ومعمل الإنتاج السينمائي والتلفزيوني، ومعمل الإعلام الرقمي، بالإضافة إلي استوديوهات للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، وقد حصلت الكلية علي الاعتماد الأكاديمي من الهيئة الوطنية لضمان جودة التعليم والاعتماد عام 2018، كما تعد

أول كلية إعلام يتم اعتماد برامجها دولياً؛ حيث حصلت علي الاعتماد الدولي من ألمانيا عام 2023.

● **كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية**، كممثل للجامعات الخاصة، وقد تم تأسيسها عام 2005، وتضم الكلية أربعة أقسام تخصصية هي الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة والإعلان، وفنون الاتصال والجرافيك، وتضم الكلية عدد من الأستوديوهات والمعامل المتخصصة والمزودة بأحدث الأجهزة والبرامج لتوفير التدريب لطلابها ومنها استوديو تلفزيوني، وآخر إذاعي، ومعمل للإعلام الرقمي، وآخر للصحافة والنشر، ومعمل للإنتاج السينمائي، ومعمل للإعلام الجديد، ومعمل للإعلان والعلاقات العامة، وقد حصلت برامج الكلية علي الاعتماد الأكاديمي عام 2020.

● **قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة سوهاج**، كممثل لأقسام الإعلام، وقد تم تأسيسه 1976 عام كأول قسم للإعلام في جمهورية مصر العربية، وقد حصلت كلية الآداب بجامعة سوهاج علي الاعتماد المؤسسي عام 2017، وبالرغم من أن الخطة الدراسية للقسم تضم ثلاثة شعب تخصصية هي الصحافة، العلاقات العامة والإعلان، الإذاعة والتلفزيون، إلا أن شعبة الإذاعة والتلفزيون غير مفتوحة، وقد تم التغاضي عن هذا الشرط لعدة اعتبارات أولها وجود مقررات متعلقة بالإنتاج الإذاعي والتلفزيوني يدرسها الطلاب ضمن البرنامج الدراسي، وثانيها العدد الكبير من المقررات المتعلقة بالإنتاج الرقمي، وتكنولوجيا المعلومات في الخطة الدراسية للقسم، وثالثها اعتماد كلية الآداب التي ينتمي إليها القسم مؤسسياً، هذا ويضم القسم معمل صحفي، ومعمل مجهز للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، بالإضافة إلي وجود استديو إذاعي وتلفزيوني تحت الإنشاء.

- عينة الدراسة

تأسيساً على هدف الدراسة تم تطبيق الاستمارة على عينة حصصيه مكونة من 396 من طلبة الفرقة الرابعة، خلال الفترة من منتصف إبريل 2023 حتى نهاية مايو 2023، وقد قامت الباحثة بتوزيع استمارة الاستبيان إلكترونياً على طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة سوهاج، وحرصت الباحثة أن تضم العينة كل من الذكور والإناث، وأن تمثل الأقسام والشعب المختلفة بالكليات والقسم عينة الدراسة.

جدول رقم (2) خصائص عينة الدراسة (ن=396)

المتغير	ك	%	ن	%	
النوع	ذكر	141	35.6	396	100.0
	أنثي	255	64.4		
الجامعة	حكومية	264	66.7	396	100.0
	خاصة	132	33.3		

100.0	396	40.4	160	كلية الإعلام جامعة القاهرة.	الكلية
		33.3	132	كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية.	
		26.3	104	قسم الإعلام كلية الأدب جامعة سوهاج	
100.0	396	28.3	112	صحافة	التخصص
		51.0	202	علاقات عامة	
		14.6	58	إذاعة وتلفزيون.	
		6.1	24	تصميم وجرافيكس	

- الفترة الزمنية للدراسة

تقع هذه الدراسة في إطار الدراسات الأنية؛ وقد قامت الباحثة بصياغة فكرتها، وبلورة مشكلتها، وأهدافها، وتسألاتها، والشروع في تنفيذها، والانتهاج منه خلال الفترة من ديسمبر 2022 وحتى أول يوليو 2023.

- المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Science) "SPSS" (Science) وقد تنوعت المتغيرات الإحصائية بين متغيرات اسمية Nominal، ومتغيرات ترتيبية Ordinal، ومتغيرات وزنوية Scale، وعليه فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية الملائمة لكل متغير من هذه المتغيرات، وذلك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا2، وهو يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2، وقد تم اعتبار العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test)
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصاراً ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

- معامل الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression والذي يهتم بقياس تأثير أكثر من متغير مستقل على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة.
- مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05 لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل .

نتائج الدراسة الميدانية لإدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية للمعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل
أولاً: النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول: تقييم طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لعناصر البيئة التعليمية ومدى ملاءمتها لاحتياجات سوق العمل

جدول رقم (3) المقياس المجمع لتقييم طلبة الإعلام لمدي ملائمة البيئة التعليمية لاحتياجات سوق العمل

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		الاتجاه						مقياس اتجاه الطلبة نحو عناصر البيئة التعليمية
				إيجابي		محايد		سلبى		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.72736	.1742	100.0%	396	36.6%	145	44.2%	175	19.2%	76	الاتجاه نحو أعضاء هيئة التدريس
.74305	-.4520	100.0%	396	15.2%	60	24.5%	97	60.4%	239	الاتجاه نحو المقررات
.68591	.0202	100.0%	396	24.5%	97	53.0%	210	22.5%	89	الاتجاه نحو التدريبات
.76653	-.2298	100.0%	396	20.5%	81	36.1%	143	43.4%	172	الاتجاه نحو التجهيزات

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن اتجاهات الطلبة عينة الدراسة جاءت إيجابية نحو كل من أعضاء هيئة التدريس حيث بلغ المتوسط الحسابي 0.1742، وكذلك نحو التدريب حيث بلغ المتوسط الحسابي 0.0202، في حين ساد الاتجاه السلبي بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق بكل من المقررات حيث بلغ المتوسط الحسابي -0.4520، وأيضاً التجهيزات حيث بلغ المتوسط الحسابي -0.2298 .

وفيما يلي نعرض بمزيد من التفاصيل للفروق في اتجاهات طلبة الإعلام عينة الدراسة نحو كل عنصر من عناصر البيئة التعليمية:

جدول (4) اتجاه طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو أعضاء هيئة التدريس

المجموع	الجامعة						الاتجاه نحو أعضاء هيئة التدريس	
	سوهاج		الأهرام الكندية		القاهرة			
	%	ك	%	ك	%	ك		
19.2%	76	29.8%	31	10.6%	14	19.4%	31	الاتجاه السلبي
44.2%	175	37.5%	39	50.8%	67	43.1%	69	الاتجاه المحايد
36.6%	145	32.7%	34	38.6%	51	37.5%	60	الاتجاه الإيجابي
100.0%	396	100.0%	104	100.0%	132	100.0%	160	المجموع

كا=2=14.181 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.007 معامل التوافق=0.186

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق وجود اتجاه محايد بين الطلبة عينة الدراسة تجاه أعضاء هيئة التدريس؛ حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 44.2%، يليه الاتجاه الإيجابي بنسبة 36.6%، وبفارق كبير جاء الاتجاه السلبي بنسبة 19.2%.

وبتطبيق اختبار كا2 تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة ورؤيتهم لدور أعضاء هيئة التدريس في تأهيلهم بالمعارف والمهارات التي يتطلبها سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا=2=14.181، وهي دالة عند مستوي معنوية 0.007، وقد بلغ معامل التوافق 0.186، مما يشير إلى وجود اختلافات بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو أعضاء هيئة التدريس؛ حيث زادت حدة الاتجاه السلبي بين طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج مقارنة بباقي الطلبة عينة الدراسة.

جدول رقم (5) يوضح اتجاه طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو المقررات

المجموع	الجامعة						الاتجاه نحو المقررات	
	سوهاج		الأهرام		القاهرة			
	%	ك	%	ك	%	ك		
60.4%	239	74.0%	77	51.5%	68	58.8%	94	الاتجاه السلبي
24.5%	97	15.4%	16	31.8%	42	24.4%	39	الاتجاه المحايد
15.2%	60	10.6%	11	16.7%	22	16.9%	27	الاتجاه الإيجابي
100.0%	396	100.0%	104	100.0%	132	100.0%	160	المجموع

كا=2=13.369 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.010 معامل التوافق=0.181

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق غلبة الاتجاه السلبي بين الطلبة تجاه المقررات التي يتم تدريسها في كليات/ أقسام الإعلام عينة الدراسة؛ حيث جاء الاتجاه السلبي في المرتبة الأولى بنسبة 60.4%، وبفارق كبير جاء الاتجاه المحايد بنسبة 24.5%، وأخيراً جاء الاتجاه الإيجابي بنسبة 15.2%.

هذا وتشير نتائج التحليل الإحصائي بتطبيق اختبار كا2 إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاههم نحو ملائمة المقررات الدراسية لاحتياجات سوق العمل حيث بلغت قيمة كا2 13.369، وهي دالة عند مستوي معنوية 0.010، وقد بلغ معامل التوافق 0.181، مما يشير إلي وجود اختلافات واضحة بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق برؤيتهم لمدي ملائمة المقررات الدراسية لاحتياجات سوق العمل، ويتضح ذلك بجلاء عند مقارنة اتجاهات طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج وباقي الطلبة عينة الدراسة.

جدول رقم (6) يوضح اتجاه طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو التدريب

الاتجاه نحو التدريبات	الجامعة				المجموع	
	القاهرة		الأهرام		سوهاج	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاتجاه السلبي	34	21.3%	15	11.4%	49	22.5%
الاتجاه المحايد	92	57.5%	72	54.5%	164	53.0%
الاتجاه الإيجابي	34	21.3%	45	34.1%	79	24.5%
المجموع	160	100.0%	132	100.0%	396	100.0%

كا2=29.206 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.262 يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق غلبة الاتجاه المحايد بين الطلبة عينة الدراسة تجاه المقررات التي يتم تدريسها في كليات/ أقسام الإعلام عينة الدراسة؛ حيث جاء الاتجاه المحايد في المرتبة الأولى بنسبة 53.0%، وبفارق كبير جاء الاتجاه الإيجابي بنسبة 24.5%، وأخيراً جاء الاتجاه السلبي بنسبة 22.5%.

هذا وتشير نتائج التحليل الإحصائي بتطبيق اختبار كا2 إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاههم نحو ملائمة المقررات الدراسية لاحتياجات سوق العمل حيث بلغت قيمة كا2 29.206، وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001، وقد بلغ معامل التوافق 0.262، مما يشير إلي وجود اختلافات واضحة بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق برؤيتهم نحو ملائمة التدريب الذي يتلقونه في المؤسسات التعليمية التي ينتمون إليها لاحتياجات سوق العمل.

جدول رقم (7) يوضح اتجاه طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو التجهيزات والمعامل

الاتجاه نحو التجهيزات	الجامعة				المجموع	
	القاهرة		الأهرام		سوهاج	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاتجاه السلبي	58	36.3%	47	35.6%	105	43.4%
الاتجاه المحايد	61	38.1%	51	38.6%	112	36.1%
الاتجاه الإيجابي	41	25.6%	34	25.8%	75	20.5%
المجموع	160	100.0%	132	100.0%	396	100.0%

كا2=30.740 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.001 معامل التوافق=0.268

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق غلبة الاتجاه السلبي بين الطلبة نحو التجهيزات الموجودة في كليات/ أقسام الإعلام عينة الدراسة؛ حيث جاء الاتجاه السلبي في المرتبة الأولى بنسبة 43.4%، يليه الاتجاه المحايد بنسبة 36.1%، وأخيراً وبفارق كبير جاء الاتجاه الإيجابي بنسبة 20.5%.

هذا وتشير نتائج التحليل الإحصائي بتطبيق اختبار كا² إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاههم نحو ملائمة التجهيزات الموجودة في المؤسسات التعليمية التي ينتمون إليها لاحتياجات سوق العمل حيث بلغت قيمة كا² 30.740، وهي دالة عند مستوي معنوية 0.001، وقد بلغ معامل التوافق 0.268، مما يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق برويتهم لمدي ملائمة التجهيزات والمعامل المتاحة في المؤسسات التعليمية التي ينتمون إليها.

يتضح بتحليل بيانات الجداول (4،5،6،7) المتعلقة برؤية طلبة الإعلام في كليات/ قسم الإعلام عينة الدراسة لمدي ملائمة عناصر البيئة التعليمية لتأهيلهم لاحتياجات سوق العمل التي فرضتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، توافق اتجاهات عينة الدراسة فيما يتعلق بعدم ملائمة المقررات التي يتم تدريسها مع متطلبات سوق العمل التي فرضتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي؛ حيث ساد الاتجاه السلبي بينهم، الأمر الذي يؤكد على ضرورة تطوير المقررات الدراسية لتلائم التطور المستمر.

هذا وقد أظهر تحليل النتائج أن لنوع الجامعة تأثير علي اتجاهات عينة الدراسة الإيجابية والسلبية فيما يتعلق بمدي ملائمة التدريب الذي يتم تلقيه بجامعاتهم؛ حيث ارتفعت نسبة الاتجاهات الإيجابية بين طلبة الجامعة الخاصة إذ بلغت 34.1%، بينما انخفضت النسبة في كل من الجامعة الحكومية، والقسم الحكومي لتبلغ 21.3%، و17.3% علي التوالي، كما أظهرت النتائج أيضاً توافق اتجاهات كل من طلبة الجامعة الخاصة، والجامعة الحكومية فيما يتعلق بالتجهيزات والمعامل حيث تقاربت نسبة اتجاهاتهم الإيجابية لتصل 25.8%، و25.6% علي التوالي بينما انخفضت النسبة بين طلبة القسم الحكومي لتصل 5.8%، وتؤكد هذه النتيجة علي ارتفاع نسبة رضا طلبة كل من الجامعة الخاصة، والحكومية عن مدي ملائمة عناصر العملية التعليمية لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بطلبة القسم الحكومي.

جدول (8) يوضح رؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعوقات تأهيلهم للاندماج في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي

معامل التوافق	مستوي المعنوية	درجة الحرية	كا	المجموع	الجامعة			معوقات تأهيل طلبة الإعلام للاندماج في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي
					سوهاج	الأهرام	القاهرة	
-	.092	2	4.782	131 33.1%	27 26.0%	52 39.4%	52 32.5%	ك تزايد أعداد الملحقين بأقسام وكليات الإعلام
-	.088	2	4.859	213 53.8%	62 59.6%	61 46.2%	90 56.3%	ك عدم تطوير المقررات بالشكل المناسب.
.141	.018	2	8.060	189 47.7%	61 58.7%	53 40.2%	75 46.9%	ك عدم وجود معامل مجهزة مناسبة للتدريب
-	.330	2	2.217	200 50.5%	59 56.7%	63 47.7%	78 48.8%	ك الاقتصار على الجانب النظري دون الجانب التطبيقي
.258	.001	2	28.355	130 32.8%	53 51.0%	24 18.2%	53 33.1%	ك عدم توفر فنيين أو خبراء متخصصين في تشغيل المعامل وتدريب الطلبة.
.229	.001	2	21.939	122 30.8%	44 42.3%	21 15.9%	57 35.6%	ك عدم وجود برامج متطورة
.194	.001	2	15.555	108 27.3%	38 36.5%	20 15.2%	50 31.3%	ك عدم وجود أعضاء هيئة تدريس مؤهلين ومتخصصين في الذكاء الاصطناعي.
.274	.001	2	32.120	129 32.6%	49 47.1%	19 14.4%	61 38.1%	ك عدم وجود اتفاقيات تعاون بين أقسام وكليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية لتتيح للطلبة فرص تدريبية.
.142	.017	2	8.200	130 32.8%	45 43.3%	34 25.8%	51 31.9%	ك عدم الاهتمام بالتدريب على البرامج المستخدمة في إنتاج محتوى بالذكاء الاصطناعي
-	.329	2	2.221	91 23.0%	29 27.9%	30 22.7%	32 20.0%	ك اقتصار التدريب على العام الجامعي الأخير
.209	.001	2	18.054	127 32.1%	50 48.1%	30 22.7%	47 29.4%	ك عدم وجود مقررات خاصة بالذكاء الاصطناعي بلاحة الكلية
-	.477	2	1.479	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.6%	ك أخرى
				396	104	132	160	ن المجموع

فيما يتعلق بمعوقات تأهيل طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة للاندماج في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي أشارت عينة الدراسة إلى مجموعة من العوامل جاء في مقدمتها عدم تطوير المقررات بالشكل المناسب بنسبة بلغت 53.8% من إجمالي عينة الدراسة؛ حيث أشار إليها 59.6% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، تلاهم بنسبة متقاربة بلغت 56.3% طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، ثم 46.2% من طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وتطبيق اختبار كا² بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم لتطوير المقررات بالشكل المناسب كأحد معوقات اندماجهم

وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 4.859، عند مستوى معنوية 0.088، وبذلك تكون غير دالة.

كما أشار ما يقرب من نصف العينة بنسبة بلغت 50.55% إلى الإقتصار على الجانب النظري دون الجانب التطبيقي كثاني أسباب صعوبة اندماجهم في بيئة العمل الإعلامي التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد بلغت نسبة طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج 50.5%، وتقاربت النسب بين طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، وطلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، حيث بلغت النسب 48.8%، 47.7% على التوالي، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو الإقتصار على الجانب النظري دون الجانب التطبيقي كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 2.217، عند مستوى معنوية 0.330، وبذلك تكون غير دالة.

وتمثل السبب الثالث في عدم وجود معامل مجهزة مناسبة للتدريب بنسبة بلغت 47.7% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أشار إلى ذلك 58.7% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، وكذلك أشار 46.9% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وأخيراً 40.2% من طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم وجود معامل مجهزة ومناسبة للتدريب كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 8.060، عند مستوى معنوية 0.018، وقد بلغ معامل التوافق 0.141، وبذلك تكون دالة.

بينما جاء تزايد أعداد الملتحقين بأقسام وكليات الإعلام في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 33.1% من إجمالي عينة الدراسة، وقد أشار إلى ذلك 39.4% من طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، تلي ذلك 32.5% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وأخيراً 26.0% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو تزايد أعداد الملتحقين بأقسام وكليات الإعلام كأحد معوقات اندماجهم في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 4.782، عند مستوى معنوية 0.092، وبذلك تكون غير دالة.

تلي ذلك كل من عدم توفر فنيين أو خبراء متخصصين في تشغيل المعامل وتدريب الطلبة، وعدم وجود برامج متطورة، وعدم الاهتمام بالتدريب على البرامج المستخدمة في صحافة الذكاء الاصطناعي، بنسبة 32.8% لكل منهما، حيث أشار ما يقرب من نصف عينة الطلبة بقسم الإعلام جامعة سوهاج بنسبة تصل إلي 51.0% إلي عدم توافر فنيين أو خبراء متخصصين في تشغيل المعامل وتدريب الطلبة، في حين أشار 33.1% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة إلي هذا السبب، وانخفضت النسبة بين طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية لتصل 18.2%، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم توافر فنيين أو خبراء متخصصين في تشغيل المعامل وتدريب الطلبة كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث

بلغت قيمة كا2 28.355، عند مستوي معنوية 001، وقد بلغ معامل التوافق 258، وبذلك تكون دالة.

وفي سياق متصل أشار 42.3% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج إلى عدم وجود برامج متطورة، بينما ذكر 35.6% من طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة هذا السبب كأحد الأسباب التي تعوق تأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وانخفضت النسبة بشكل كبير بين طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية لتصل إلى 15.9% فقط، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم وجود برامج متطورة كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 21.939، عند مستوي معنوية 001، وقد بلغ معامل التوافق 229، وبذلك تكون دالة.

ولم يختلف الأمر كثيراً فيما يتعلق بعدم الاهتمام بالتدريب على البرامج المستخدمة في إنتاج محتوى بالذكاء الاصطناعي، حيث أشار 43.3% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج إلى ذلك، تلاهم 31.9% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وأخيراً 25.8% من طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم الاهتمام بالتدريب على البرامج المستخدمة في إنتاج محتوى بالذكاء الاصطناعي كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 8.200، عند مستوي معنوية 017، وقد بلغ معامل التوافق 142، وبذلك تكون دالة.

كما أشار 32.6% من إجمالي عينة الدراسة إلى عدم وجود اتفاقيات تعاون بين أقسام وكليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية تتيح للطلبة فرص تدريبية كأحد الأسباب التي تعيق اندماجهم في بيئة العمل الصحفي وفقاً لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد أكد ذلك 47.1% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، 38.1% من طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، وانخفضت النسبة كثيراً بين طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية حيث بلغت 14.4%، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم وجود اتفاقيات تعاون بين أقسام وكليات الإعلام والمؤسسات الإعلامية تتيح للطلبة فرص تدريبية كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 32.120، عند مستوي معنوية 001، وقد بلغ معامل التوافق 274، وبذلك تكون دالة.

وبنسبة متقاربة تبلغ 32.1% من إجمالي عينة الدراسة جاء عدم وجود مقررات نظرية متعلقة بالذكاء الاصطناعي بلانحة الكلية في المرتبة السابعة، حيث أشار إلى ذلك 48.1% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، و29.4% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وكذلك 22.7% من طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم وجود مقررات نظرية متعلقة بالذكاء الاصطناعي بلانحة الكلية كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات

الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 18.054، عند مستوى معنوية 001، وقد بلغ معامل التوافق 209، وبذلك تكون دالة.

كما أشار 27.3% من إجمالي عينة الدراسة إلى عدم وجود أعضاء هيئة تدريس مؤهلين ومتخصصين في الذكاء الاصطناعي كأحد الأسباب التي تعوق اندماجهم في بيئة العمل الإعلامي التي تفرضاها تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأكد ذلك 36.5% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، و31.3% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وانخفضت النسبة بين طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية لتصل إلى 15.2%، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم نحو عدم وجود أعضاء هيئة تدريس مؤهلين ومتخصصين في الذكاء الاصطناعي كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 15.555، عند مستوى معنوية 001، وقد بلغ معامل التوافق 194، وبذلك تكون دالة.

وبنسبة بلغت 23.0% جاء اقتصار التدريب على العام الجامعي الأخير كأخر الأسباب التي تعيق تأهل عينة الدراسة للاندماج في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أشار إلى ذلك 27.9% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، وكذلك 22.7% من طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، وبنسبة متقاربة أشار إلى ذلك 20.0% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم لاقتصار التدريب على العام الجامعي الأخير كأحد معوقات اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 2.221، عند مستوى معنوية 329، وبذلك تكون غير دالة.

وأخيراً أشار 0.3%، إلى وجود معوقات أخرى- لم يتم ذكرها-، حيث اقتصر ذكر هذا على طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة بنسبة 0.6%، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق برؤيتهم لوجود أسباب أخرى تعوق اندماجهم وتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة كا2 1.479، عند مستوى معنوية 447، وبذلك تكون غير دالة.

يتضح من تحليل البيانات السابقة توافق هذه النتيجة مع النتيجة السابقة؛ حيث أتفق الطلبة عينة الدراسة على أن المقررات هي أهم معوقات تأهيلهم للاندماج في سوق العمل وفقاً لمتطلبات تقنيات الذكاء الاصطناعي، الأمر الذي يؤكد ضرورة تطوير المقررات والتركيز على الجانب التطبيقي بشكل أكبر، في حين ظهرت بينهم اختلافات فيما يتعلق بالتجهيزات، والاستعانة بخبراء أو مهنيين للتدريب؛ مما يشير إلى الدور الذي تلعبه الإمكانيات المادية للكلية/ القسم في هذا الصدد.

إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعارف ومهارات تقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل
دراسة ميدانية في ضوء النظرية المعرفية الاجتماعية

المحور الثاني: معارف ومهارات طلبة الإعلام في الجامعات المصرية المرتبطة بتقنيات
الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي
جدول (9) يوضح مصادر اكتساب طلبة الإعلام في الجامعات المصرية للمعارف والمهارات
المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي

مصادر اكتساب الطلبة للمعارف والمهارات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي	الجامعة			المجموع	نكا	درجة الحرية	مستوي المعنوية	معامل التوافق
	القاهرة	الأهرام	سوهاج					
المقررات النظرية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم	74	47	32	153	7.138	2	.028	.133
	46.3%	35.6%	30.8%	38.6%				
المقررات التطبيقية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم	56	56	23	135	10.777	2	.005	.163
	35.0%	42.4%	22.1%	34.1%				
التدريب العملي بالكلية/ القسم	56	72	23	151	27.048	2	.001	.253
	35.0%	54.5%	22.1%	38.1%				
ورش العمل التي تنظمها الكلية/ القسم	47	59	19	125	19.404	2	.001	.216
	29.4%	44.7%	18.3%	31.6%				
ورش عمل تنظمها جهات خاصة	38	42	36	116	4.202	2	.122	-
	23.8%	31.8%	34.6%	29.3%				
الدورات التدريبية المتوفرة على شبكة الانترنت	88	73	68	229	3.305	2	.192	-
	55.0%	55.3%	65.4%	57.8%				
ورش العمل التي تنظمها بعض الوسائل الإعلامية	51	47	44	142	2.988	2	.224	-
	31.9%	35.6%	42.3%	35.9%				
أخرى	1	1	2	4	1.188	2	.552	-
	0.6%	0.8%	1.9%	1.0%				
المجموع	160	132	104	396				

وفيما يتعلق بمصادر اكتساب طلبة الإعلام عينة الدراسة للمعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول

السابق إلى أن ما يقرب من نصف العينة يعتمدون على الدورات التدريبية المتوفرة على شبكة الإنترنت؛ حيث جاءت في صدارة هذه المصادر بنسبة بلغت 57.8%؛ وقد جاء طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 65.4%، في حين اعتمد 55.3% من طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية عليها، وأخيراً بلغت نسبة اعتماد طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة على هذا المصدر لاكتساب معارفهم ومهاراتهم 55.0%، وتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمستوى اعتمادهم على الدورات التدريبية المتوفرة على شبكة الإنترنت كمصدر للحصول على المعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 3.305، عند مستوى معنوية 0.192، وبذلك تكون غير دالة.

وبفارق كبير جاءت في المرتبة الثانية المقررات النظرية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم، بنسبة بلغت 38.6% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أشار 46.3% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة إلى اعتمادهم عليها كمصدر للمعارف والمهارات المكتسبة، في حين اعتمد عليها 35.6% من طلبة كلية الإعلام بالجامعة الكندية، كما اعتمد عليها 30.8% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، وتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم فيما يتعلق باعتمادهم على المقررات النظرية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم كمصدر للمعارف والمهارات المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 7.138، عند مستوى معنوية 0.028، وقد بلغ معامل التوافق 0.133، وهي بذلك دالة.

وفي المرتبة الثالثة جاء التدريب العملي الذي يتلقاه الطلبة عينة الدراسة بالكلية/ القسم بنسبة بلغت 38.1% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في مقدمتهم طلبة كلية الإعلام بالجامعة الكندية بنسبة بلغت 54.5%، تلاهم طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة بنسبة بلغت 35.0%، وبفارق كبير بلغت نسبة طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج 22.1%، وتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم فيما يتعلق باعتمادهم على التدريب العملي الذي يتلقونه بالكلية/ القسم كمصدر للمعارف والمهارات المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 27.048، عند مستوى معنوية 0.001، وقد بلغ معامل التوافق 0.253، وهي بذلك دالة.

بينما جاءت ورش العمل التي تنظمها بعض الوسائل الإعلامية في المرتبة الرابعة بنسبة 35.9%، وقد أشار 42.3% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج إليها كمصدر للمعلومات، وفي المرتبة الثانية بلغت نسبة اعتماد طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية 35.6%، وأخيراً اعتمد 31.9% من طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة عليها كمصدر لتلقي المعارف وتعلم المهارات المطلوبة، وتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمستوى اعتمادهم على ورش العمل التي تنظمها بعض الوسائل الإعلامية كمصدر للحصول على المعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 2.988، عند مستوى معنوية 0.224، وبذلك تكون غير دالة.

وجاءت المقررات التطبيقية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم في المرتبة الخامسة بنسبة 34.1% من إجمالي عينة الدراسة، حيث أشار إليها 42.4% من طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، بينما أشار إليها 35.0% من طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، وأخيراً وبفارق كبير أشار إليها 22.1% من طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج كمصدر للحصول على المعارف والمهارات المطلوبة، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم فيما يتعلق باعتمادهم على المقررات التطبيقية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم كمصدر للمعارف والمهارات المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 10.777، عند مستوى معنوية 0.005، وقد بلغ معامل التوافق 0.163، وهي بذلك دالة.

أما ورش العمل التي تنظمها الكلية/ القسم فجاءت في المرتبة السادسة حيث أشار إليها 31.6% من إجمالي عينة الدراسة كمصدر لتلقي المعارف والمهارات المطلوبة، وجاء في مقدمتهم طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بنسبة بلغت 44.7%، تلاها طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة بنسبة بلغت 29.4%، وأخيراً بلغت نسبة اعتماد طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج عليها 18.3%، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بينهم فيما يتعلق باعتمادهم على ورش العمل التي تنظمها الكلية/ القسم كمصدر للمعارف والمهارات المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 19.404، عند مستوى معنوية 0.001، وقد بلغ معامل التوافق 0.216، وهي بذلك دالة.

وفي المرتبة السابعة جاءت ورش عمل تنظمها جهات خاصة بنسبة بلغت 29.3% من إجمالي عينة الدراسة، حيث اعتمد عليها طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج بنسبة 34.6%، تلا ذلك طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بنسبة 31.8%، وأخيراً بلغت نسبة طلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة 23.8%، وبتطبيق اختبار كا2 بين عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمستوى اعتمادهم على ورش العمل التي تنظمها الجهات الخاصة كمصدر للحصول على المعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 4.202، عند مستوى معنوية 0.122، وبذلك تكون غير دالة.

وأخيراً أشار 1.0% من إجمالي عينة الدراسة إلى وجود مصادر أخرى للحصول على المعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام -دون ذكر هذه المصادر-؛ وقد بلغت نسبة اعتماد طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج على المصادر الأخرى 1.9%، في حين بلغت النسبة 0.8% بين طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، وأخيراً بلغت النسبة 0.6% بين طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، وبتطبيق اختبار كا2 بين الطلبة عينة الدراسة تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمستوى اعتمادهم على المصادر الأخرى في الحصول على المعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 1.188، عند مستوى معنوية 0.552، وبذلك تكون غير دالة.

يشير تحليل البيانات السابقة إلى أن الدورات التدريبية المتوفرة على شبكة الإنترنت هي أهم مصادر التي يستقى منها طلبة الإعلام عينة الدراسة معارفهم ومهاراتهم المتعلقة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، كما يتضح أيضاً وجود تباين بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى اعتمادهم على ما يتوفر في بيئاتهم التعليمية من مصادر للحصول على المعارف والمهارات المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث اعتمد طلبة كل من كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، وكلية الإعلام جامعة القاهرة على المصادر التي توفرها كليتهم بشكل أساسي في الحصول على المعارف والمهارات، في حين اعتمد طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج بشكل أساسي على المصادر الخارجية للحصول على المعارف والمهارات كالدورات التدريبية التي تعقدتها جهات خارجية، أو المتوفرة على شبكة الإنترنت، أو التي توفرها بعض الوسائل الإعلامية، مما يشير إلى تأثير عامل الكفاءة الذاتية لطلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج ورغبتهم في تعلم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السعي للحصول على المعارف والمهارات من المصادر الخارجية، فضلاً عن تأثير عامل التسهيلات المتاحة في البيئة التعليمية في كل من كلية الإعلام بجامعة القاهرة، ونظيرتها بالجامعة الكندية في توفير مصادر تعلم وتدريب متعددة لطلبتها.

جدول (10) يوضح مقياس معارف طلبة الإعلام بالجامعات المصرية بتقنيات الذكاء الاصطناعي

المجموع	الجامعة							مقياس معارف طلبة الإعلام بالجامعات المصرية بتقنيات الذكاء الاصطناعي
	سوهاج		الأهرام		القاهرة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
38.1%	151	42.3%	44	28.0%	37	43.8%	70	المستوي المنخفض
60.6%	240	56.7%	59	70.5%	93	55.0%	88	المستوي المتوسط
1.3%	5	1.0%	1	1.5%	2	1.3%	2	المستوي المرتفع
100.0%	396	100.0%	104	100.0%	132	100.0%	160	المجموع

كا=2=8.674 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.070 غير دالة

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق أن مستوى معارف طلبة الإعلام في الكليات/ القسم عينة الدراسة متوسط؛ حيث بلغت نسبة المستوى المتوسط 60.6% من إجمالي عينة الدراسة، تلاه المستوى المنخفض بنسبة 38.1%، وأخيراً المستوى المرتفع بنسبة 1.3% من إجمالي عينة الدراسة، وبتطبيق اختبار كا² تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمستوي معارف طلبة الكليات/ القسم عينة الدراسة بتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام؛ حيث بلغت قيمة كا²=8.674، عند مستوى معنوية 0.070، وبذلك تكون غير دالة.

هذا وبالرغم من عدم ظهور فروق داله إحصائياً بين مستوى معارف طلبة الإعلام في كليات/ قسم عينة الدراسة، إلا أن بيانات الجدول السابق تشير إلى ارتفاع مستوى معارف طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية مقارنة بباقي أفراد عينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبة الطلبة ذوي

المعرفة المتوسطة 70.5%، في حين بلغت نسبة الطلبة ذوي المعرفة المتوسطة في قسم الإعلام بجامعة سوهاج 56.7%، وبنسبة متقاربة بلغت نسبة الطلبة ذوي المعرفة المتوسطة في كلية الإعلام جامعة القاهرة 55.0%، كما انعكس الفرق بين طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية وباقي المبحوثين أيضاً في مستوى المعارف المنخفض حيث بلغت نسبتهم أقل من باقي المبحوثين؛ وقد بلغت نسبتهم 28.0%، أما طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة فبلغت نسبتهم 43.8%، وبنسبة متقاربة بلغت نسبة الطلبة ذوي المعارف المنخفضة في قسم الإعلام بجامعة سوهاج 42.3%، الأمر الذي يشير إلى وجود فروق في المعارف لصالح طلبة كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء النتائج السابقة التي تشير إلى وجود عدة تسهيلات في البيئة التعليمية بجامعة الأهرام الكندية على مستوى الدورات التدريبية التي يتم عقدها، وتوفر المعامل والاستعانة بمدربين ذوي خبري.

جدول (11) مقياس مهارات طلبة الإعلام في استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

المجموع	الجامعة						مقياس مهارات استخدام تطبيقات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي
	سوهاج		الأهرام		القاهرة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
34.8%	138	43.3%	45	19.7%	26	41.9%	67
34.8%	138	40.4%	42	32.6%	43	33.1%	53
30.3%	120	16.3%	17	47.7%	63	25.0%	40
100.0%	396	100.0%	104	100.0%	132	100.0%	160

$2=35.721$ درجات الحرية $=4$ مستوى الدلالة $=0.001$ معامل التوافق $=0.288$

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق غلبة المستوي المتوسط، والمنخفض بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق بمهارات استخدامهم للبرامج، والتطبيقات التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث جاء كل من المستوي المتوسط والمنخفض في المرتبة الأولى بنسبة 34.8% لكل منهما، وجاء المستوي المرتفع بنسبة 30.3% من إجمالي عينة الدراسة.

هذا وتشير نتائج التحليل الإحصائي بتطبيق اختبار كا2 إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق بمهارات استخدامهم لبرامج، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 35.721، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.001، وقد بلغ معامل التوافق 0.288، مما يشير إلى وجود اختلافات واضحة بين عينة الدراسة فيما يتعلق بمهاراتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، وقد جاءت هذه الاختلافات لصالح طلبة كلية الإعلام بالجامعة الكندية، تلاها طلبة كلية الإعلام بجامعة القاهرة، ثم طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج.

المحور الثالث: اتجاهات طلبة الإعلام نحو تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي
جدول (12) مقياس اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

مقياس س6	الجامعة							
	القاهرة		الأهرام		سوهاج		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاتجاه السلبي	19	11.9%	12	9.1%	7	6.7%	38	9.6%
الاتجاه المحايد	114	71.3%	94	71.2%	73	70.2%	281	71.0%
الاتجاه الإيجابي	27	16.9%	26	19.7%	24	23.1%	77	19.4%
المجموع	160	100.0%	132	100.0%	104	100.0%	396	100.0%

كا=2.056 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.549 غير دالة

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق غلبة الاتجاه المحايد بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 70.0%، يليه وبفارق كبير جاء الاتجاه الإيجابي بنسبة 19.4%، ثم الاتجاه السلبي بنسبة 9.6% من إجمالي عينة الدراسة.

هذا وتشير نتائج التحليل الإحصائي بتطبيق اختبار كا2 إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة كا2 3.056، عند مستوي معنوية 0.549، وهي بذلك غير دالة، وفيما يلي نعرض لهذه النتيجة بمزيد من التفصيل.

جدول (13) الأوزان النسبية التي تعكس اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو الآثار المترتبة على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						
					معارض		محايد		موافق		
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
91.1	.5773	2.732	396	100.0	27	6.8	52	13.1	317	80.1	اتجاهات الطلبة نحو تأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي
89.7	.5877	2.692	396	100.0	26	6.6	70	17.7	300	75.8	في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي سيقصر العمل على من يجيد هذه التطبيقات.
89.6	.6186	2.687	396	100.0	33	8.3	58	14.6	305	77.0	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ستساعد في تحديد احتياجات المستخدمين بدقة.
87.0	.6794	2.609	396	100.0	44	11.1	67	16.9	285	72.0	تقنيات الذكاء الاصطناعي تعد عامل يساعد على تحسين جودة المنتج الإعلامي.
			396	100.0	44	11.1	67	16.9	285	72.0	تقنيات الذكاء الاصطناعي ستفتح مجالات جديدة في العمل الإعلامي.

إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعارف ومهارات تقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل
دراسة ميدانية في ضوء النظرية المعرفية الاجتماعية

استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي ستيح فرص أكبر للعمل.	271	68.4	79	19.9	46	11.6	396	100.0	2.568	.6920	85.6
تقنيات الذكاء الاصطناعي ستيير العديد من التحديات الأخلاقية، والقانونية.	256	64.6	80	20.2	60	15.2	396	100.0	2.495	.7446	83.2
في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي سيقبل عدد الإعلاميين البشريين في بيئة العمل الإعلامي.	278	70.2	33	8.3	85	21.5	396	100.0	2.487	.8251	82.9

تشير نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى أن "في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي سيقصر العمل على من يجيد هذه التطبيقات" جاءت كأهم الأسباب التي قد تثير قلق الطلبة عينة الدراسة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي بلغ 91.1%، وهو ما وافق عليه 80.1% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء اتجاه 13.1% نحو هذا السبب محايد، في حين أبدى 6.8% من عينة الدراسة اتجاهاً معارضاً تجاه هذا السبب، وجاء في المرتبة الثانية "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سستساعد في تحديد احتياجات المستخدمين بدقة"، بوزن نسبي 89.7%، وهو ما وافق عليه أكثر من ثلثي العينة بنسبة 75.8%، وبفارق كبير أبدى 17.7% من إجمالي العينة اتجاهاً محايداً، وأظهر 6.6% من العينة اتجاهاً معارضاً تجاه هذا السبب، تلي ذلك "تقنيات الذكاء الاصطناعي تعد عامل يساعد على تحسين جودة المنتج الإعلامي" بوزن نسبي بلغ 89.6%، إذا وافق 77.0% من عينة الدراسة على ذلك، كما أظهر 14.6% من عينة الدراسة اتجاهاً محايداً، وأبدى 8.3% من عينة الدراسة اتجاهاً معارضاً، وفي المرتبة الرابعة جاء "تقنيات الذكاء الاصطناعي ستفتح مجالات جديدة في العمل الإعلامي" بوزن نسبي بلغ 87.0%، وقد وافق على ذلك ما يقرب من ثلثي العينة بنسبة 72.0%، وبفارق كبير أبدى 16.9% اتجاهاً محايداً، واعتراض 11.1% من إجمالي عينة الدراسة، وبوزن نسبي بلغ 85.2% جاء "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي ستيح فرص أكبر للعمل" في المرتبة الخامسة؛ حيث وافق على ذلك 68.4%، في حين أظهر 19.9% اتجاهاً محايداً، وأعتراض 11.6% من إجمالي عينة الدراسة، جاء بعد ذلك "تقنيات الذكاء الاصطناعي ستيير العديد من التحديات الأخلاقية، والقانونية" بوزن نسبي بلغ 83.2%، وقد أبدى 64.6% من إجمالي عينة الدراسة موافقتهم على ذلك، في حين أبدى 20.2% موقفاً محايداً، وبلغت نسبة المعارضين لذلك 15.2%، وفي المرتبة الأخيرة جاء في "ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي سيقبل عدد الإعلاميين البشريين في بيئة العمل الإعلامي" بوزن نسبي بلغ 82.9%، وقد وافق على ذلك ما يقرب من ثلثي العينة بنسبة بلغت 70.2%، وأعتراض على ذلك 21.5%، في حين أبدى 8.3% اتجاهاً محايداً.

ويشير تحليل هذه النتيجة إلى وجود توجه إيجابي لدى عينة الدراسة نحو الآثار المترتبة على استخدام تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، فضلاً عن إدراكهم لأهمية اتقان هذه التطبيقات وتقنيات للتمكن من الالتحاق بسوق العمل من ناحية، وتحسين جودة المنتج الإعلامي الذي سيتم تقديمه من ناحية أخرى، أما التأثيرات السلبية والمخاوف المترتبة على

استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كالنواحي القانونية والأخلاقية، أو تقليل فرص الاعتماد على البشريين في إنجاز المهام فقد جاءت في مراتب متأخرة من اختيارات المبحوثين.

جدول (14) رؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لأهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المجال الإعلامي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الأهمية						التطبيقات الهامة
					غير مهمة		إلى حد ما		مهمة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
92.8	.4964	2.783	100.0	396	3.8	15	14.1	56	82.1	325	التطبيقات التي تتيح التعامل مع البيانات الضخمة.
92.1	.49218	2.763	100.0	396	3.0	12	17.7	70	79.3	314	التطبيقات التي تساعد في التسويق الرقمي.
91.9	.4845	2.758	100.0	396	2.5	10	19.2	76	78.3	310	التطبيقات التي تتيح التحقق من صحة الصور، والفيديوهات.
90.2	.5287	2.705	100.0	396	3.5	14	22.5	89	74.0	293	التطبيقات التي تتيح التعرف على هوية الأشخاص.
89.2	.5572	2.677	100.0	396	4.5	18	23.2	92	72.2	286	التطبيقات التي تتيح تحليل البيانات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي.
89.1	.58531	2.672	100.0	396	6.1	24	20.7	82	73.2	290	التطبيقات التي تتيح إنتاج الصور والفيديوهات.
88.9	.5603	2.667	100.0	396	4.5	18	24.2	96	71.2	282	التطبيقات التي تتيح الترجمة الآلية.
85.6	.6227	2.568	100.0	396	7.1	28	29.0	115	63.9	253	التطبيقات التي تتيح التحرير الآلي للنصوص والمقالات.
85.6	.5935	2.568	100.0	396	5.3	21	32.6	129	62.1	246	التطبيقات التي تتيح إنتاج القصص الإخبارية وفقاً لاحتياجات الجمهور.
83.9	.6014	2.518	100.0	396	5.6	22	37.1	147	57.3	227	استخدام الروبوت أو الدرون في التصوير.

يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلي أن أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يمكن الاستفادة منها في سوق العمل الإعلامي من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة هي التطبيقات التي تتيح التعامل مع البيانات الضخمة بوزن نسبي بلغ 92.8%، وجاءت التطبيقات التي تساعد في التسويق الرقمي في المرتبة الثانية بوزن نسبي بلغ 92.1%، ثم التطبيقات التي تتيح التحقق من صحة الصور، والفيديوهات بوزن نسبي بلغ 91.9%، وفي المرتبة الرابعة جاءت التطبيقات التي تتيح التعرف على هوية الأشخاص بوزن نسبي 90.2%، تلي ذلك التطبيقات التي تتيح تحليل البيانات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بوزن نسبي بلغ 89.2%، وجاءت التطبيقات التي تتيح إنتاج الصور والفيديوهات في المرتبة السادسة بوزن نسبي بلغ 89.1%، وبنسبة متقاربة جاءت التطبيقات التي تتيح الترجمة الآلية في المرتبة السابعة بوزن نسبي بلغ 88.9%، ثم جاءت كل من التطبيقات التي تتيح التحرير الآلي للنصوص والمقالات، و التطبيقات التي تتيح إنتاج القصص الإخبارية وفقاً

لاحتياجات الجمهور في المرتبة الثامنة بوزن نسبي 85.6% لكل منهما، وأخيراً جاء استخدام الروبوت أو الدرون في التصوير بوزن نسبي بلغ 83.9%.

يشير تحليل هذه النتيجة إلى ارتباط إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة لأهمية التطبيقات المختلفة التي يتحها الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي ببعض الظواهر التي فرضتها التطورات التكنولوجية الأخيرة ومنها الإنتاج الضخم والمتسارع للبيانات، بالإضافة إلى بعض التحديات التي صاحبت هذه التطورات وفي مقدمتها انتشار العديد من الصور والفيديوهات المزيفة والتي يتم إنتاجها بسهولة من خلال بعض التطبيقات، كما أشارت النتائج إلي أن التطبيقات التي تتيح إنتاج وتحرير المحتويات الإعلامية جاءت في مراتب متأخرة من اختيارات عينة الدراسة ويمكن تفسير ذلك في ضوء تخوف بعض الطلبة من أن تحل هذه التطبيقات محلهم في غرف الأخبار مستقبلاً، هذا ويلاحظ أيضاً أن التطبيقات المعتمدة علي الروبوت بشكل أساسي جاءت كأخر تطبيقات الذكاء الاصطناعي أهمية ولعل مرجع ذلك إدراك الطلبة عينة الدراسة لصعوبة استخدام مثل هذه التطبيقات في الوقت الحالي.

جدول (15) رؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية للتخصصات المستفيدة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الوزن النسبي	الاحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الاستفادة						التخصصات الإعلامية
					ضعيفة		متوسطة		كبيرة		
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
89.8	.5868	2.694	100.0	396	6.6	26	17.4	69	76.0	301	التصميم والجرافيكس
87.2	.6114	2.616	100.0	396	6.8	27	24.7	98	68.4	271	الدعاية والإعلان
86.2	.6600	2.586	100.0	396	9.6	38	22.2	88	68.2	270	التسويق
81.8	.6939	2.455	100.0	396	11.6	46	31.3	124	57.1	226	الإذاعة والتلفزيون
79.1	.6378	2.374	100.0	396	8.6	34	45.5	180	46.0	182	العلاقات العامة
76.3	.7381	2.288	100.0	396	16.9	67	37.4	148	45.7	181	الصحافة

يشير التحليل الإحصائي لبيانات الجدول السابق إلى أن طلبة الإعلام عينة الدراسة يرون أن تخصص التصميم والجرافيكس سيستفيد بدرجة كبيرة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي بلغ 89.8%، يليه الدعاية والإعلان بوزن نسبي بلغ 87.2%، وجاء تخصص التسويق في المرتبة الثالثة بوزن نسبي بلغ 86.2%، ثم جاء تخصص الإذاعة والتلفزيون بوزن نسبي 81.8%، وفي المرتبة الخامسة جاء تخصص العلاقات العامة بوزن نسبي بلغ 79.1%، وأخيراً جاء تخصص الصحافة بوزن نسبي بلغ 76.3%.

ويشير تحليل هذه النتيجة إلى أن التخصصات التي تعتمد بصفة أساسية على عرض المعلومات من خلال تصميم الصور بأنواعها المختلفة، والفيديوهات جاء في مقدمة التخصصات التي يعتقد طلبة الإعلام عينة الدراسة أنها أكثر استفادة من التخصصات التي تعتمد بصفة أساسية على إنتاج المحتوى النصي، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تخوف بعض الطلبة من أن تحل تطبيقات الذكاء الاصطناعي محلهم خاصة في إنتاج المحتوى النصي.

المحور الرابع: نية طلبة الإعلام في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم مستقبلاً
جدول (16) مقياس نية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم مستقبلاً

المجموع	الجامعة						مقياس نية الاستخدام	
	سوهاج		الأهرام		القاهرة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
5.3%	21	3.8%	4	5.3%	7	6.3%	10	المستوي المنخفض
34.8%	138	32.7%	34	31.1%	41	39.4%	63	المستوي المتوسط
59.8%	237	63.5%	66	63.6%	84	54.4%	87	المستوي المرتفع
100.0%	396	100.0%	104	100.0%	132	100.0%	160	المجموع

كا=2=3.654 درجات الحرية=4 مستوى الدلالة=0.455 غير دالة

يتضح من خلال تحليل بيانات الجدول السابق غلبة المستوي المرتفع بين الطلبة في الكليات/ القسم عينة الدراسة فيما يتعلق بنية استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم؛ حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 59.8%، يليه وبفارق كبير جاء المستوي المتوسط بنسبة 34.8%، ثم المستوي المنخفض بنسبة بلغت 5.3% من إجمالي عينة الدراسة.

هذا وتشير نتائج التحليل الإحصائي بتطبيق اختبار كا2 إلي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق بنية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم مستقبلاً؛ حيث بلغت قيمة كا2 3.654، عند مستوى معنوية 0.455، وهي غير دالة.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض الإحصائية.

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ورويتهم لمدي ملائمة عناصر البيئة التعليمية لتأهيلهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول (17) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) واتجاه المبحوثين نحو دور أعضاء هيئة التدريس في تأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المتغير	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	2.2057	.68157	.639=T	394	.523
	أنثى	2.1569	.75223			
التعليم	حكومي	2.1212	.76053	2.060=T	394	.040
	خاص	2.2803	.64577			

.030	2 393	3.533=F	.73435	2.1813	160	القاهرة	الجامعة
			.64577	2.2803	132	الأهرام	
			.79387	2.0288	104	سوهاج	
			.72736	2.1742	396	المجموع	
.097	3 392	2.125=F	.72552	2.1786	112	صحافة	التخصص
			.72268	2.2228	202	علاقات عامة	
			.73624	2.1379	58	إذاعة وتلفزيون	
			.70196	1.8333	24	تصميم وجرافيكس	
			.72736	2.1742	396	المجموع	

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي، واتجاههم نحو دور أعضاء هيئة التدريس في إعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة T 639، عند مستوي معنوية 523، وهي غير دالة، أي انه لا توجد اختلافات واضحة بين الذكور والاناث فيما يتعلق بروئيتهم لدور أعضاء هيئة التدريس في تأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع التعليم، واتجاههم نحو دور أعضاء هيئة التدريس في إعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة T 2.060، عند مستوي معنوية 040، وقد جاءت الفروق لصالح نوع التعليم الخاص، أي أن اتجاهات هذه الفئة من المبحوثين نحو دور أعضاء هيئة التدريس في إعداد الطلبة لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي كانت أكثر إيجابية من باقي المبحوثين.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة أعضاء هيئة التدريس لإعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة F 3.533، عند مستوي معنوية 030، وقد جاءت الفروق لصالح جامعة الأهرام الكندية، أي أن اتجاهات الطلبة في جامعة الأهرام الكندية نحو دور أعضاء هيئة التدريس في إعداد الطلبة لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي كانت أكثر إيجابية من اتجاهات المبحوثين في الجامعات الأخرى عينة الدراسة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة أعضاء هيئة التدريس لإعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة F 2.125، عند مستوي معنوية 097، وهي غير دالة، أي انه لا توجد اختلافات واضحة بين التخصصات المختلفة للطلبة فيما يتعلق بروئيتهم لدور أعضاء هيئة التدريس في تأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول (18) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) ورؤيتهم لملائمة المقررات الدراسية لتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المتغير	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	1.5674	.77740	=T386.	394	.700
	أنثى	1.5373	.72469			
التعليم	حكومي	1.4962	.73479	=T1.968	394	05.0
	خاص	1.6515	.75143			
الجامعة	القاهرة	1.5813	.76456	=F4.667	2 393	01.0
	الأهرام	1.6515	.75143			
	سوهاج	1.3654	.66912			
	المجموع	1.5480	.74305			
التخصص	صحافة	1.5714	.76775	=F1.125	3 392	.339
	علاقات عامة	1.5891	.78194			
	إذاعة وتلفزيون	1.4138	.56303			
	تصميم وجرافيكس	1.4167	.65386			
	المجموع	1.5480	.74305			

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي، واتجاههم نحو مدي ملائمة المقررات الدراسية لإعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة T 386.، عند مستوى معنوية 700.، وهي غير دالة، أي انه لا توجد اختلافات واضحة بين الذكور والاناث فيما يتعلق برؤيتهم لمدي ملائمة المقررات الدراسية لتأهيلهم وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع التعليم، واتجاههم نحو مدي ملائمة المقررات الدراسية لإعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة T 1.968، عند مستوى معنوية 050.، وقد جاءت الفروق لصالح التعليم الخاص، أي أن اتجاهات هذه الفئة من الباحثين نحو مدي ملائمة المقررات الدراسية لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي كانت أكثر إيجابية من اتجاهات الباحثين في التعليم الحكومي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة المقررات الدراسية لإعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في

ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $4.667F$ ، عند مستوي معنوية 0.10 ، وقد جاءت الفروق لصالح جامعة الأهرام الكندية، أي أن اتجاهات هذه الفئة من المبحوثين نحو ملائمة المقررات لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي كانت أكثر إيجابية من اتجاهات المبحوثين في باقي الجامعات عينة الدراسة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة المقررات الدراسية لإعداد الطلبة وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $1.125 F$ ، عند مستوي معنوية 0.339 ، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين التخصصات المختلفة للطلبة فيما يتعلق برؤيتهم لمدي ملائمة المقررات الدراسية لتأهيلهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول (19) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) ورؤيتهم لملائمة التدريب لتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المتغير	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	141	2.0922	.69591	=T1.556	394	.121
	أنثى	255	1.9804	.67841			
التعليم	حكومي	264	1.9167	.68711	=T4.343	394	01.0
	خاص	132	2.2273	.63716			
الجامعة	القاهرة	160	2.0000	.65397	=F12.734	2 393	01.0
	الأهرام	132	2.2273	.63716			
	سوهاج	104	1.7885	.71967			
	المجموع	396	2.0202	.68591			
التخصص	صحافة	112	2.0089	.72901	=F6022.	3 392	50.0
	علاقات عامة	202	2.0743	.71197			
	إذاعة وتلفزيون	58	2.0000	.52981			
	تصميم وجرافيكس	24	1.6667	.48154			
	المجموع	396	2.0202	.68591			

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي، واتجاههم نحو مدي ملائمة التدريب لإعدادهم لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $T 1.556$ ، عند مستوي معنوية 0.121 ، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات

واضحة بين الذكور والاناث فيما يتعلق برؤيتهم لمدي ملائمة التدريب لتأهيلهم وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع التعليم، واتجاههم نحو مدي ملائمة التدريب لإعداد الطلبة وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $T(4.343)$ ، عند مستوي معنوية 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح التعليم الخاص، أي أن اتجاهات هذه الفئة من المبحوثين كانت أكثر إيجابية نحو ملائمة التدريب الذي يتلقونه في إعدادهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من اتجاهات الطلبة في التعليم الحكومي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة التدريب لإعداد الطلبة وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $F(12.734)$ ، عند مستوي معنوية 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح جامعة الأهرام الكندية، أي أن اتجاهات هذه الفئة من المبحوثين أكثر إيجابية نحو ملائمة التدريب الذي يتلقونه في إعدادهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من اتجاهات المبحوثين في باقي الجامعات عينة الدراسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة التدريب لإعداد الطلبة وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $F(2.602)$ ، عند مستوي معنوية 0.050، وقد جاءت الفروق لتخصص العلاقات العامة، أي أن اتجاهات هذه الفئة من المبحوثين أكثر إيجابية نحو ملائمة التدريب الذي يتلقونه في إعدادهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من اتجاهات المبحوثين في التخصصات الأخرى.

جدول (20) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) ورؤيتهم لملائمة التجهيزات والمعامل لتأهيلهم لسوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المتغير	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	1.7943	.79748	=T.465	394	.642
	أنثى	1.7569	.75013			
التعليم	حكومي	1.7045	.75257	=T2.425	394	16.0
	خاص	1.9015	.78009			
الجامعة	القاهرة	1.8938	.78184	=F16.475	2 393	01.0
	الأهرام	1.9015	.78009			
	سوهاج	1.4135	.60114			
	المجموع	1.7702	.76653			

456.	3 392	=F.871	.76770	1.7768	112	صحافة	التخصص
			.78263	1.7574	202	علاقات عامة	
			.77252	1.7069	58	إذاعة وتلفزيون	
			.58977	2.0000	24	تصميم وجرافيكس	
			.76653	1.7702	396	المجموع	

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع الاجتماعي، واتجاههم نحو مدي ملائمة التجهيزات والمعامل لإعدادهم لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة T 465، عند مستوي معنوية 0.642، وهي غير دالة، أي انه لا توجد اختلافات واضحة بين الذكور والاناث فيما يتعلق برؤيتهم لمدي ملائمة التجهيزات والمعامل لتأهيلهم وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير نوع التعليم، واتجاههم نحو مدي ملائمة التجهيزات والمعامل لإعداد الطلبة وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة T 2.425، عند مستوي معنوية 0.016، وقد جاءت الفروق لصالح التعليم الخاص، أي أن اتجاهات هذه الفئة من المبحوثين أكثر إيجابية نحو ملائمة التجهيزات والمعامل في كلياتهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من اتجاهات المبحوثين في التعليم الحكومي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة التجهيزات والمعامل في إعدادهم وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة F 16.475، عند مستوي معنوية 0.001، وقد جاءت الفروق لصالح جامعتي القاهرة، والأهرام الكندية، أي أن هذه الفئة من المبحوثين أكثر إيجابية نحو ملائمة التجهيزات والمعامل في كلياتهم لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي من اتجاهات المبحوثين في جامعة سوهاج.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو مدي ملائمة التجهيزات والمعامل لإعداد الطلبة وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة F 0.871، عند مستوي معنوية 0.456، وهي غير دالة، أي انه لا توجد اختلافات واضحة بين التخصصات المختلفة فيما يتعلق برؤيتهم لمدي ملائمة التجهيزات والمعامل لتأهيلهم وفقاً لمتطلبات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

بناء على التحليل السابق يثبت جزئياً صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص المبحوثين، ورؤيتهم لمدي ملائمة عناصر البيئة التعليمية لتأهيلهم وفقاً لاحتياجات سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث ثبتت على مستويات نوع التعليم

(حكومي-خاص)، والجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق برؤية الباحثين نحو ملائمة أعضاء هيئة التدريس، والمقررات، والتجهيزات والمعامل، كما ثبت على مستويات نوع التعليم، والجامعة، والتخصص الدقيق فيما يتعلق برؤية الباحثين لمدى ملائمة التدريب الذي يتلقونه لتأهيلهم لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، بينما لم تثبت على مستويات النوع الاجتماعي، فيما يتعلق برؤية الباحثين نحو مدى ملائمة أعضاء هيئة التدريس، والتدريب، والمقررات، والتجهيزات والمعامل لتأهيلهم لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، كما لم تثبت على مستوى التخصص فيما يتعلق برؤية الباحثين نحو مدى ملائمة أعضاء هيئة التدريس، والمقررات، والتجهيزات والمعامل لتأهيلهم لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ومستوي معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

جدول (21) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) ومستوي معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

المتغير	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	1.7305	.44528	=T2.913	394	.004
	أنثى	1.5765	.53337			
التعليم	حكومي	1.5795	.51712	=T2.891	394	04.0
	خاص	1.7348	.47631			
الجامعة	القاهرة	1.5750	.52064	=F4.185	2 393	16.0
	الأهرام	1.7348	.47631			
	سوهاج	1.5865	.51408			
	المجموع	1.6313	.50859			
التخصص	صحافة	1.6071	.54288	=F2.808	3 392	039.
	علاقات عامة	1.6238	.50572			
	إذاعة وتلفزيون	1.5862	.49681			
	تصميم وجرافيكس	1.9167	.28233			
	المجموع	1.6313	.50859			

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلى:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع الاجتماعي للباحثين، ومستوي معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $T2.913$ ، عند مستوى معنوية 0.04، وقد جاءت الفروق

لصالح الذكور، مما يشير إلى ارتفاع مستوى معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بمعارف الإناث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم، ومستوي معارف المبحوثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $T=2.891$ ، عند مستوى معنوية 0.004 ، وقد جاءت الفروق لصالح التعليم الخاص، مما يشير إلى ارتفاع معارف الطلبة في الجامعة الخاصة مقارنة بزملائهم في الجامعة/القسم الحكومي عينة الدراسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، ومستوي معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $F=4.185$ ، عند مستوى معنوية 0.160 ، وقد جاءت الفروق لصالح جامعة الأهرام الكندية، مما يشير إلى ارتفاع معارف طلبة الجامعة الكندية بتقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بباقي الطلبة عينة الدراسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، ومستوي معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $F=2.808$ ، عند مستوى معنوية 0.039 ، وقد جاءت الفروق لصالح الطلبة في تخصص التصميم والجغرافيا، مما يشير إلى ارتفاع معارفهم مقارنة بباقي زملائهم من التخصصات المختلفة.

بناءً على التحليل السابق تثبت صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة ومستوى معارفهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ومستوي مهاراتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

جدول (22) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) ومستوي مهاراتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

المتغير	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	2.1773	.79538	=T4.169	394	.001
	أنثى	1.8314	.78807			
التعليم	حكومي	1.7917	.77396	=T5.921	394	01.0
	خاص	2.2803	.77474			
الجامعة	القاهرة	1.8313	.80268	=F18.060	2 393	01.0
	الأهرام	2.2803	.77474			
	سوهاج	1.7308	.72715			
	المجموع	1.9545	.80690			

001.	3 392	=F6.912	.79082	1.7768	112	صحافة	التخصص
			.78776	1.9208	202	علاقات عامة	
			.78109	2.3276	58	إذاعة وتلفزيون	
			.81650	2.1667	24	تصميم وجرافيكس	
			.80690	1.9545	396	المجموع	

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع الاجتماعي للمبحوثين، ومستوي مهارتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $T_{4.169}$ ، عند مستوي معنوية 0.001 ، وقد جاءت الفروق لصالح الذكور، مما يشير إلى ارتفاع مستوي مهارتهم في التعامل مع تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بمعارف الإناث.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم، ومستوي مهارتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $T_{5.921}$ ، عند مستوي معنوية 0.001 ، وقد جاءت الفروق لصالح التعليم الخاص، مما يشير إلى ارتفاع مستوي مهارات طلبة الجامعة الخاصة في التعامل مع تطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بزملائهم في الجامعة/ القسم الحكومي عينة الدراسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، ومستوي مهارتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $F_{18.060}$ ، عند مستوي معنوية 0.001 ، وقد جاءت الفروق لصالح جامعة الأهرام الكندية، مما يشير إلى ارتفاع مستوي مهارات طلابها في التعامل مع تطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بباقي الطلبة عينة الدراسة.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، ومستوي مهارتهم في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغت قيمة $F_{6.912}$ ، عند مستوي معنوية 0.001 ، وقد جاءت الفروق لصالح الطلبة في تخصص التصميم والجرافيكس، مما يشير إلى ارتفاع مستوي مهارتهم في التعامل مع تطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي مقارنة بباقي زملائهم من التخصصات المختلفة.

بناءً على التحليل السابق تثبت صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة ومهارتهم في استخدام تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، واتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

جدول (23) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) واتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

المتغير	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	.1489	.55980	=T1.409	394	.160
	أنثى	.0706	.51256			
التعليم	حكومي	.0947	.53270	=T.201	394	.841
	خاص	.1061	.52796			
الجامعة	القاهرة	.0500	.53553	=F1.465	2 393	.232
	الأهرام	.1061	.52796			
	سوهاج	.1635	.52344			
	المجموع	.0985	.53049			
التخصص	صحافة	.0982	.56886	=F1.883	3 392	.132
	علاقات عامة	.0891	.52022			
	إذاعة وتلفزيون	.0345	.41741			
	تصميم وجرافيكس	.3333	.63702			
	المجموع	.0985	.53049			

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلى:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع الاجتماعي للمبحوثين، واتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة $T=1.409$ ، عند مستوي معنوية 160، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم، واتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة $T=2.01$ ، عند مستوي معنوية 841، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الطبقة في كل من الجامعات الحكومية والخاصة فيما يتعلق باتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجامعات عينة الدراسة، واتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة $F=1.465$ ، عند مستوى معنوية 0.232، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الطلبة في الجامعات عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، واتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي؛ حيث بلغت قيمة $F=1.883$ ، عند مستوى معنوية 0.132، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين التخصصات المختلفة للطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق باتجاههم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

بناءً على التحليل السابق تثبت عدم صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة واتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات (النوع، الجامعة التي ينتمي إليها، نوع التعليم، التخصص الدقيق)، ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.

جدول (24) يوضح دلالة الفروق بين متغيرات (النوع، التعليم، الجامعة، التخصص الدقيق) ونية الباحثين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم

المتغير	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة المعامل الإحصائي	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
النوع	ذكر	141	2.5390	.61549	=T.160	394	.873
	أنثى	255	2.5490	.58571			
التعليم	حكومي	264	2.5265	.59725	=T.894	394	.372
	خاص	132	2.5833	.59311			
الجامعة	القاهرة	160	2.4813	.61401	=F1.577	2 393	208.
	الأهرام	132	2.5833	.59311			
	سوهاج	104	2.5962	.56636			
	المجموع	396	2.5455	.59573			
التخصص	صحافة	112	2.5000	.62960	=F1.313	3 392	270.
	علاقات عامة	202	2.5594	.61404			
	إذاعة وتلفزيون	58	2.5000	.50437			
	تصميم وجرافيكس	24	2.7500	.44233			
	المجموع	396	2.5455	.59573			

تشير نتائج التحليل الإحصائي كما يتضح من الجدول السابق إلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع الاجتماعي للمبحوثين، ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم؛ حيث بلغت قيمة T_{160} ، عند مستوي معنوية 0.873، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق بنيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم، ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم؛ حيث بلغت قيمة T_{894} ، عند مستوي معنوية 0.372، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الطلبة في كل من الجامعات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بنيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة التي ينتمي إليها الطلبة عينة الدراسة، ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم؛ حيث بلغت قيمة $F_{1.577}$ ، عند مستوي معنوية 0.208، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين الطلبة في الجامعات عينة الدراسة فيما يتعلق بنيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص الدقيق للطلبة عينة الدراسة، ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم؛ حيث بلغت قيمة $F_{1.313}$ ، عند مستوي معنوية 0.270، وهي غير دالة، أي أنه لا توجد اختلافات واضحة بين التخصصات المختلفة للطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق بنيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.

بناءً على التحليل السابق تثبت عدم صحة فرضية وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في عملهم.

الفرض السادس: يوجد تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على مستوي معارف طلبة الإعلام عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول (26) يوضح تأثير عناصر البيئة التعليمية على مستوي معارف طلبة الإعلام عينة الدراسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة R	قيمة R2	اختبار F		اختبار T	
				القيمة	الدلالة	القيمة	الدلالة
مستوي المعرفة	أعضاء هيئة التدريس	.168	.028	2.851	.024	.143	2.417
	المقررات الدراسية					.094	1.472
	التدريب العملي					-	-.248
	التجهيزات والمعامل					-	-
						.076	1.220

الفرض الثامن: يوجد تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على نية طلبة الإعلام عينة الدراسة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في مجال عملهم.
جدول (28) يوضح تأثير عناصر البيئة التعليمية على نية طلبة الإعلام عينة الدراسة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في مجال عملهم.

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة R	قيمة R2	اختبار F		اختبار T	
				القيمة	الدلالة	القيمة	الدلالة
نية الاستخدام	أعضاء هيئة التدريس	.089	.008	.777	.540	Beta	.033
	المقررات الدراسية					.088	
	التدريب العملي					.029	
	التجهيزات والمعامل					.074	
						اختبار T	.583
						القيمة	.549
						الدلالة	.175
						القيمة	.653
						الدلالة	.237

يتبين من بيانات الجدول السابق عدم وجود تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على نية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في مجال عملهم؛ حيث بلغت قيمة F 777. عند مستوي معنوية 540. وهي غير دالة.

بناءً على التحليل السابق تثبت عدم صحة فرضية وجود تأثير معنوي لعناصر البيئة التعليمية على نية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلاً في مجال عملهم.

خاتمة الدراسة:

مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري، ونتائج الدراسات السابقة:

- توصلت نتائج الدراسة الميدانية حول تقييم الطلبة عينة الدراسة لعناصر البيئة التعليمية إلى وجود اتجاه إيجابي لدى الطلبة عينة الدراسة فيما يتعلق بأعضاء هيئة التدريس، والتدريب، في حين ساد اتجاه سلبي بين عينة الدراسة فيما يتعلق بكل من المقررات، والتجهيزات، هذا وقد زادت حدة الاتجاه السلبي بين طلبة قسم الإعلام بجامعة سوهاج، وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (أريج فخر الدين 2021) التي أشارت إلى ارتفاع الاتجاه الإيجابي بين خريجي الكليات الخاصة فيما يتعلق برؤية المبحوثين للتأهيل الأكاديمي، وبرامج التدريب، في مقابل ارتفاع نسبة الاتجاه السلبي بين خريجي الكلية والقسم الحكومي، ولم يختلف الأمر فيما يتعلق باتجاهات الطلبة نحو مدي مواكبة المقررات الدراسية للتطورات التكنولوجية الحديثة، الأمر الذي يؤكد أهمية تطوير المقررات الدراسية، بالإضافة إلى ضرورة تطوير البنية التحتية للمعامل وتزويدها بالأجهزة والبرامج اللازمة لعملية التدريب علي تقنيات الذكاء الاصطناعي في الجامعات الحكومية.
- أكدت نتائج الدراسة فيما يتعلق برؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة لأهم المعوقات التي تحول دون اندماجهم في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي إلي وجود مجموعة من العوامل بعضها مرتبطة بالمقررات التي يتم تدريسها، وفي مقدمتها

عدم تطوير المقررات بالشكل المناسب، يليها الإقتصار على الجانب النظري دون الجانب التطبيقي، والبعض الآخر مرتبط بالتدريب، وفي مقدمتها عدم وجود معامل مجهزة مناسبة للتدريب، يليها عدم توفر فنيين أو خبراء متخصصين في تشغيل المعامل وتدريب الطلبة، ثم العوامل المتعلقة بتجهيزات المعامل وفي مقدمتها عدم وجود برامج متطورة، يليها عدم الاهتمام بالتدريب على البرامج المستخدمة في الذكاء الاصطناعي، وأخيراً العوامل المتعلقة بأعضاء هيئة التدريس وفي مقدمتها عدم وجود أعضاء هيئة تدريس مؤهلين ومتخصصين في الذكاء الاصطناعي، وهو ما يتفق مع ما انتهت إليه دراسة **(Ashraf,et.al 2023)** التي أكدت أهمية تطوير محتوى ملائم لاحتياجات الطلبة في ظل البيئة التعليمية الذكية، وتحسين قدرات المدربين، والأكاديميين لزيادة كفاءتهم، وأوصت أيضاً دراسة **(Dogan,et.al 2023)** بأن تولي المؤسسات التعليمية أهمية قصوى لتطوير السياسات، والاستراتيجيات التعليمية لتحقيق أفضل استفادة من تطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التعلم، كما أكدت أيضاً دراسة **(Hutson,et.al 2022)** على أهمية تخطيط المناهج الدراسية لتحديد المناسب منها للذكاء الاصطناعي في مختلف التخصصات، وتحسين البنية التحتية التكنولوجية بما يحقق دعم خدمات الطلبة بشكل أفضل، فضلاً عن تزويد أعضاء هيئة التدريس بالمهارات والمعارف الخاصة بالذكاء الاصطناعي ليتمكنوا من تأهيل الطلبة لاحتياجات سوق العمل، كما أكدت نتائج دراسة **(Njuguna 2020)** حاجة مدارس الصحافة إلى تطوير آليات التدريب لتواكب التطورات المتغيرة في صناعة الإعلام، ليصبح المهنيون المستقبليون مؤهلين للتعامل مع الصناعة الرقمية، وكذلك توصلت نتائج دراسة **(محمد عفيفي 2022)** إلى ضرورة تطوير المناهج الإعلامية بما يتناسب من متطلبات التحول الرقمي، وتكثيف ورش العمل والتدريب لزيادة مهارات ومعارف كل من الأكاديميين، والطلبة، كما أكدت نتائج دراسة **(Matsiola, et.al 2019)** ضرورة قيام الأكاديميون بتطوير تطبيقات التعليم وفقاً للاحتياجات التكنولوجية الحديثة، وتنفيذ التغييرات التي توفر تعليماً معززاً للطلبة بما يتلاءم مع التطورات التكنولوجية التي يحتاجها سوق العمل، كما أشارت نتائج **(سحر الخولي 2021)** إلى أهمية تأسيس مراكز تدريبية تشمل استوديوهات، ومعامل صحفية لتدريب الطلبة وفقاً للمعايير العالمية، إلى جانب تجهيز معامل حاسوبية بأحدث الإصدارات الخاصة ببرامج التصميم والمونتاج والتسجيل، وفيما يتعلق بتطوير البرامج أشارت النتائج إلى ضرورة تطوير البرامج والخطط الإعلامية، والمقررات الدراسية واستراتيجيات التدريس وطرق التقييم، ومصادر التعلم، لزيادة فعالية العملية التعليمية لئتم تأهيل الطلبة بشكل يلائم احتياجات سوق العمل.

- وفيما يتعلق بالمصادر التي يستقي منها طلبة الإعلام عينة الدراسة المعارف والمهارات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي أظهرت نتائج الدراسة الميدانية تعدد هذه المصادر خاصة المصادر الخارجية؛ حيث جاء في مقدمتها الدورات التدريبية المتوفرة على شبكة الإنترنت، يليها المقررات النظرية التي يتم تدريسها بالكلية/ القسم، ثم التدريب العملي بالكلية/ القسم، يليه ورش العمل التي تنظمها بعض الوسائل الإعلامية،

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (دعاء البنا 2019) التي أشارت إلى أن مؤسسات التدريب الخاصة أكثر فاعلية في تدريبهم وإعدادهم لمتطلبات سوق العمل، في حين تختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سعيد حامد 2021)؛ حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي خاصة انستجرام هي أهم وسائل التي يعتمد عليها طلبة الإعلام في تنمية مهاراتهم الإعلامية، وأن المحاضرات التعليمية، وورش العمل والدورات التدريبية تحتل المرتبة الأخيرة بين مصادر حصولهم على المهارات، كما تتفق هذه النتيجة مع ما ذهب إليه (بانديورا) من أن وجود تحديات أمام الأفراد في مجالات العمل التي تتطلب اكتساب معارف ومهارات جديدة يدفعهم إلى تغيير المعايير المنظمة للسلوك – الاعتماد على مصادر المعرفة التقليدية متمثلة في المؤسسات التعليمية، فضلاً عما افترضه بانديورا من أن السلوك الموجه لتحقيق أهداف محددة يصبح في نهاية المطاف سلوكاً منظماً ذاتياً.

- كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن مستوي معارف طلبة الإعلام عينة الدراسة بتطبيقات، وتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي متوسطة، وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (Osepashvili 2020) إذ أكد من خلال مقابلاته مع 14 صحفي ومحرر ممن يعملون في مجال الإعلام الرقمي وجود فجوة كبيرة بين ما تم دراسته في مدارس الصحافة وبين ما يتم ممارسته فعلياً في غرف الأخبار، الأمر الذي يؤكد ضرورة الاهتمام بالمقررات، والتدريب العملي لزيادة معارف الطلبة بتقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي الملائمة لاحتياجات سوق العمل الإعلامي.

- وفيما يتعلق بمستوي مهارات طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة أوضحت النتائج غلبة المستوي المتوسط والمنخفض بينهم بشكل عام، مع وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية لصالح طلبة كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية؛ وتتفق هذه النتيجة مع النظرية فيما يتعلق بأن التسهيلات المتاحة في البيئة تؤثر بشكل مباشر على سلوكيات الأفراد نحو التعلم.

- كما أكدت نتائج الدراسة الميدانية وجود توجه إيجابي لدى طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة فيما يتعلق بروؤيتهم للأثر المترتبة على استخدام تقنيات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة (Goni, Tabassum 2020) حيث أكد ما يقرب من ثلثي عينة الدراسة أن الذكاء الاصطناعي سيؤثر إيجابياً على مستقبل العمل الصحفي.

- فيما يتعلق برؤية طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة لأهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي فقد جاءت التطبيقات التي تتيح التعامل مع البيانات الضخمة في المرتبة الأولى، يليها التطبيقات التي تساعد في التسويق الرقمي، ثم تطبيقات التحقق من صحة الصور والفيديوهات وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في أكثر من تقرير، منها ⁴⁶ Grand View Research الذي أشار إلى أنه من المتوقع نمو الذكاء الاصطناع بنسبة 26.9% خلال الفترة من 2022-2030، خاصة في مجالات الكشف عن القاصص المزيفة، والمبيعات والتسويق، كما أكد ذلك أيضاً تقرير Artificial Intelligence in

⁴⁷ Social Media Market الصادر عن Allied Market Research حيث أشار إلى التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، والتعرف علي الصور كأهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في سوق وسائل التواصل الاجتماعي، كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع ما انتهت إليه نتائج دراسة (عمرو عبد الحميد 2020) التي أشارت إلي أن الطلبة تفاعلوا بدرجة كبيرة مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي المرتبطة بالبيانات الضخمة، والردشة الآلية، والتعرف علي الصور والأشخاص، كما أشارت نتائج دراسة (Goni, Tabassum 2020) إلي أن ما يقرب من ثلثي عينة دراستهم استخدموا تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تتيح التعرف علي الأخبار الموصي بها من الفيس بوك، يليها التسوق الإلكتروني.

- كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة يرون أن تخصص التصميم والجرافيكس هو أكثر التخصصات استفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، يليه الدعاية والإعلان، ثم التسويق، يليه الإذاعة والتلفزيون، فالعلاقات العامة، وأخيراً الصحافة.
- كما أكدت نتائج الدراسة غلبة المستوي المرتفع بين طلبة الإعلام في الجامعات المصرية عينة الدراسة فيما يتعلق بنيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم مستقبلاً الأمر الذي يؤكد أدرأهم لأهمية استخدام هذه التقنيات في مجال عملهم، وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه النظرية؛ من أن إدراك المستخدم للأفضلية المتحققة من استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة، فضلاً عن اعتقاده بمدى الفائدة التي تعود علي أدائه جراء استخدامه للتقنيات التكنولوجية الحديثة له تأثير فعال في تحديد نيته في استخدام هذه التقنيات مستقبلاً، وتتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة المتعلقة برؤية طلبة الإعلام عينة الدراسة للأثار المترتبة علي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي، وعليه تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات (Alkhunaizan, Love (2012)، Durak (2019).
- وفيما يتعلق بدلالة الفروق بين خصائص طلبة الإعلام عينة الدراسة ومستوي معارفهم ومهاراتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، أثبتت نتائج الدراسة الميدانية وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور، كما أظهرت النتائج أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح طلبة التعليم الخاص، وتتفق هذه النتيجة مع ذهب إليه (باندورا) من أن انه كلما زاد اعتقاد الأفراد بوجود الدعم التنظيمي والتقني – العوامل البيئية- الذي يتطلبه استخدام التقنيات التكنولوجية الجديدة في بيئة العمل، أدي ذلك إلى التأثير المباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لهذه التقنيات.
- كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خصائص طلبة الإعلام عينة الدراسة ونيتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم مستقبلاً، الأمر الذي يشير إلى إدراكهم لأهمية استخدام هذه التقنيات والتطبيقات مستقبلاً في مجال عملهم.

توصيات الدراسة:

- تطوير المقررات الدراسية بما يتناسب مع التطورات التكنولوجية الحديثة، والاهتمام بالجوانب التطبيقية أكثر من الجوانب النظرية.
- تدريب أعضاء هيئة التدريس على البرامج، والأجهزة الحديثة ليتمكنوا من دمجها في المقررات التي يتم تدريسها.
- تطوير البنية التحتية للمعامل وتزويدها بالأجهزة والبرامج اللازمة لعملية التدريب على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- عقد مزيد من الشراكات مع الهيئات والمؤسسات الإعلامية المتخصصة لتوفير تدريب عملي للطلبة خلال سنوات الدراسة المختلفة.
- الاهتمام بدمج التدريب العملي للطلبة على التقنيات، والأجهزة الحديثة منذ العام الدراسي الأول.
- تأسيس مواقع صحفية، وأستوديوهات بث إذاعي، وتلفزيوني، وأستوديوهات للإنتاج الرقمي بكليات وأقسام الإعلام لتوفير التدريب العملي للطلبة بالشكل الملائم لإكسابهم المهارات التي يتطلبها سوق العمل.
- الاهتمام بوضع قواعد وأسس الاستخدام القانوني، والأخلاقي لتطبيقات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتدريب الطلبة عليها.

مراجع الدراسة:

- 1) إيمان محمد أحمد حسن، استخدامات طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والأشباع المتحققة -دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 81، الجزء الثالث، أكتوبر/ديسمبر 2022، ص ص 417-451.
- 2) أحمد بن علي الزهراني، محددات التعليم والتدريب لصحافة البيانات في المملكة العربية السعودية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 77، الجزء الأول، أكتوبر/ديسمبر 2021، ص ص 53-101.
- 3) T.I. RASHID, A.K. ZREYAZB, Relationship Between Digital Media Education, the Communication Content Industry and Community Participation: Empirical Study, Utopia & Praxis Latino Americana, Vol 26,NO 1,2021, pp 102-113.
- 4) أريج محمد فخر الدين، التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 2021، الجزء الثالث، عدد 77، ص ص 221-276.
- 5) سحر عبد المنعم الخولي، الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدام الوسائل الإلكترونية في التعليم داخل كليات وأقسام الإعلام، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 33، إبريل/يونيو 2021، ص ص 278-355.
- 6) Dali Osephashvili, Employer's Expectations towards Digital Media and Storytelling Program Graduates (Case of Georgia), International Conference on Social and Education Sciences, Chicago, IL, USA, October 15-18, 2020, pp 113-122, Available at: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED626074.pdf>
- 7) Regina Luttrell, Adrienne Wallace, Christopher McCollough, and Jiyong Lee, The Digital Divide: Addressing Artificial Intelligence in Communication Education, Journalism & Mass Communication Educator, Vol.75, Issue.4, 2020, pp470-482.
- 8) عمرو محمد محمود عبد الحميد، تقبل طالب الإعلام في مصر والإمارات لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على مستقبلهم الوظيفي" دراسة في إطار نموذج قبول التكنولوجيا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 19، عدد 2، 2020، ص ص 341 – 409.
- 9) Ashraful Goni, Maliha Tabassum, Artificial Intelligence (AI) in Journalism: Is Bangladesh Ready for it? A Study on Journalism Students in Bangladesh, Athens Journal of Mass Media and Communications, Volume 6, Issue 4, October 2020, pp 209-228.
- 10) دعاء أحمد البنا، اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد 18، مجلد 3، يوليو 2019، ص ص 465-558.
- 11) Shujun Jiang, Ali Rafeeq, Connecting the Classroom with the Newsroom in the Digital Age: An Investigation of Journalism Education in the UAE, UK and USA, Asia Pacific Media Educator, Vol.29, Issue.1, June 2019, pp3-22.
- 12) Khalaf Tahat, Charles C. Self, Zuhair Yassin Tahat, An Examination of Curricula in Middle Eastern Journalism Schools In light of Suggested Model Curricula, Jordan Journal of Social Sciences, Volume 11, No. 3, 2018, pp429-443.
- 13) علاء محمد عبد العاطي، توظيف طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الهواتف الذكية والمنصات التعليمية في عملية التدريب والتعليم في إطار نموذج قبول واستخدام التكنولوجيا، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 22، العدد الأول، يناير/مارس 2023، ص ص 263-318.

14) Nataliya Poplavska, Halyna Synorub, Hanna Yordan, Olesia Medynska, Oksana Kushnir, Nataliya Dragan-Ivanets, The Use of Binary Online Lessons in the Context of Forming Critical Thinking in Future Journalists, **Journal of Curriculum and Teaching**, Vol.11, No.1, 2022, pp273-285.

(15) محمد السيد محمد محمد عفيفي، أثر التحول الرقمي على التعليم والتعلم في مجال دراسات الإعلام دراسة ميدانية في ضوء نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد 62، الجزء 2، يوليو 2022، ص ص876-942.

16) Mariya Butyrina, Tetiana Hyrina, Inna Penchuk, Iryna Bondarenko, Ganna Skurtul, Nataliia Tiapkina, The Development of Innovative Media Education Styles in the Era of Information and Communication Technologies, **Journal of Curriculum and Teaching**, Vol. 11, No. 1, January 2022, pp195-207.

(17) طارق محمد محمد الصعيدي، فاعلية برنامج في الصحافة الإلكترونية قائم على التعلم الإلكتروني المدمج في تحقيق مخرجات التعلم لطلاب الإعلام -دراسة تجريبية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد 24، الجزء الأول، يوليو/ ديسمبر 2022، ص ص373-432.

(18) أحمد عبد البديع عبد الله كامل، هند السيد محمد حجازي، نظام تعليمي سحابي مقترح لتنمية مهارات تطوير المواقع الإخبارية الإلكترونية لدى طلاب الإعلام التربوي، **مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي**، المجلد الثالث، العدد 6، فبراير 2022، ص ص85-114.

(19) سعيد حامد، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات طلاب كليات الإعلام بدولة الإمارات العربية المتحدة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، المجلد 2021، الجزء الثالث، عدد 77، أكتوبر 2021، ص ص1115-1181.

(20) مي وليد سلامة، فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب أقسام الاتصال التسويقي في الجامعات السعودية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد 77 (الجزء الثاني)، أكتوبر- ديسمبر 2021، ص ص645-689.

(21) نضال حمدان المصري، محمد أحمد الأغا، أثر الذكاء الاصطناعي في مجال تكنولوجيا الاتصال على المناهضة التنظيمية في ضوء خصائص الإعلام الرقمي كمتغير وسيط بالجامعات الفلسطينية، **مجلة الاقتصاد والأعمال**، مجلد 8، عدد 1، يونيو 2021، ص ص406-435.

22) Joseph Njuguna, Training Factors as Predictors of Students' Self-Efficacy Beliefs for Online Journalism Practice, IAFOR Journal of Education: **Technology in Education**, Vol. 8 – Issue 2, 2020 pp141-157.

23) Dennis Owen Frohlich, David Magolis, Developing a responsive and adaptable emergent media curriculum, **Journal of Media Literacy Education**, vol.12,issue.1,2020, pp123-131.

24) Mahmoud Alghizzawi, Mohammed Habes, Said A.Salloum, Mazuri Abd Ghani, The effect of social media usage on students' e-learning acceptance in higher education: A case study from the United Arab Emirates, **International Journal of Information Technology and Language Studies**, Vol.3, Issue.3,2019, pp13-26.

(25) منه الله محسن بكر، راضي عبد المجيد طه، إيمان عاشور سيد، هشام فوللي عبد المعز، أثر استخدام تقنية البث المباشر عبر الشبكات الاجتماعية في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التصوير الإعلامي، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، عدد 22، مايو 2019، ص ص28-75.

- 26) Maria Matsiola, Panagiotis Iliopoulos, Rigas Kotsakis, Constantinos Nicolaou , Anna Podara Technology-Enhanced Learning in Audiovisual Education: The Case of Radio Journalism Course Design, **Education Sciences**,2019, Available at: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1211903.pdf>.
- 27) ريهام علي نوير، العلاقة بين جودة الأداء التعليمي واستخدام التطبيقات التكنولوجية الجديدة في مجال تدريس المناهج الإلكترونية بكليات وأقسام الإعلام في مصر، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، عدد 27، أكتوبر-ديسمبر 2019، ص ص 342-396.
- 28) شيرين عبد الحفيظ البحيري، أثر استخدام الانفوجرافيك في التدريس على التحصيل الدراسي لمادة الحاسب الآلي في التخصص لطلاب الإعلام التربوي، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، المجلد 2018، العدد 64، مايو 2018، ص ص 387-426.
- 29) Intikhab Alam Shamsi, Taking Artificial Intelligence into the Media Studies Classroom, **International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)**, Vol.2, Issue.4, pp3011-3017, Available at: <http://eprints.umsida.ac.id/10496/1/Taking%20Artificial%20Intelligence%20into%20the%20Media%20Studies%20Classroom.pdf>
- 30) سمية متولي عرفات، اتجاهات طلاب الجامعات الدارسين للإعلام نحو كل من التعلم الإلكتروني والتعلم التقليدي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد 16، عدد3، يوليو 2017، ص ص 61-112.
- 31) Murat Ertan Dogan, Tulay Goru Dogan, Aras Bozkurt, The Use of Artificial Intelligence (AI) in Online Learning and Distance Education Processes: A Systematic Review of Empirical Studies, **Applied Sciences**, Vol.13, Issue 5, 2023, pp 3056-3068. Available at: <file:///C:/Users/surface/Downloads/applsci-13-03056.pdf>
- 32) Muhammad Azeem Ashraf, Nadia Shabnam, Samson Maekele Tsegay, and Guoqin Huang, Acceptance of Smart Technologies in Blended Learning: Perspectives of Chinese Medical Students, **International Journal of Environmental Research and Public Health**,2023, Available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9916011/pdf/ijerph-20-02756.pdf>
- 33) James Hutson, Theresa Jeevanjee, Vanessa Vander Graaf, Jason Lively, Joseph Weber,Graham Weir, Kathryn Arnone, Jeremy Carnes, Kathi Vosevich, Daniel Plate,Michael Leary, Susan Edele, Artificial Intelligence and the Disruption of Higher Education: Strategies for Integrations across Disciplines, **Scientific Research Publishing, Creative Education**,Vol.13, No.12, December 2022, pp3953-3980.
- 34) Zouhaier Slimi, The impact of AI implementation in higher education on educational process future: A systematic review,**Research Square**, November 2021,Available at: [The impact of AI implementation in higher education on educational process future: A systematic review | Research Square](https://www.researchsquare.com/publication/3611111)
- 35) Yolvi Ocaña-Fernández, Luis Alex Valenzuela-Fernández, Luzmila Lourdes Garro-Aburto, Artificial Intelligence and its Implications in Higher Education, **Propósitos & Representaciones**, Vol.7, No.2, August 2019, pp536-568.

- 36) National Communication Association, C-brief, Vol.11, Issue 10,2021, Available at: https://www.natcom.org/sites/default/files/NCA_CBrief_Vol11_10.pdf
- 37) Maria Garcia de Blanes Sebastian, Arta Antonovica, Jose Ramon Sarmiento Guede, Why do Users Accept the Information Technology? Description and use of Theories and Models of Their Acceptance, **Human Review**, Vol.22,2022, p 5, Available at: <HUMAN-M28-A11> مهمم.pdf
- 38) Albert Bandura, Social Cognitive Theory, **In R. Vasta (Ed.), Annals of child development**. Vol. 6. Six theories of child development, pp1-60, Available at: file:///C:/Users/surface/Downloads/SOCIAL_COGNITIVE_THEORY.pdf.
- 39) Robert Wood, Albert Banadura, Social cognitive theory of Organizational Management, **Academy of Management Review**, 1989, Vol. 14, No. 3, pp361-384.
- 40) Albert Bandura, Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, **Psychological Review**, Vol.84, No.2, 1977, pp 191-215. Available at: <https://educationalinnovation.sydney.edu.au/news/pdfs/Bandura%201977.pdf>
- 41) Albert Bandura, Social foundations of thought and action: A social cognitive theory, **Academy of Management Review**, Vol.12, No.1, Available at: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1987.4306538?journalCode=amr>
- 42) Enis YAKUT, Celal Bayar, A Social Cognitive Theory Perspective on Marketing Studies: A Literature Review, **Journal of Yasar University**, Special Issue on Business and Organization Research, 2019. P19.
- 43)Razieh Tadayon Nabavi, Mohammad Sadegh Bijandi, Bandura's Social Learning Theory & Social Cognitive Learning Theory, 2014, Available At: <https://www.researchgate.net/publication/267750204>
- 44) Albert Bandura, Social Cognitive Theory, op.cit, p 51.
- 45) Deborah Compeau, Christopher A. Higgins, Sid L. Huff, Social Cognitive Theory and Individual Reactions to Computing Technology: A Longitudinal Study, **MIS Quarterly**, vol 23, issue 2, pp145-158.
- 46) <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/artificial-intelligence-ai-media-entertainment-market-report>
- 47) <https://www.alliedmarketresearch.com/artificial-intelligence-in-social-media-market>