

مجلة

بحوث العلاقات العامة

Journal
of
PR
research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ م = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣ م = ٢,٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد الثاني والخمسون - يوليو / سبتمبر ٢٠٢٤ م

بحوث باللغة العربية:

- قبول طلاب كليات الإعلام في مصر للذكاء الاصطناعي: دراسة طولية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة
أ.م.د. أحمد حسن السمان (جامعة بدر بالقاهرة) ... ص ٩
- صورة المرأة السعودية في إعلانات المواقع الإلكترونية: دراسة سيميولوجية
أ.م.د. نهى السيد أحمد ناصر (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٤٥
- معالجة المواقع الاخبارية الدولية الموجهة بالعربية لقضايا الأمن الغذائي: دراسة تحليلية
د. سارة حمزة عبد الله السيسي (جامعة الأزهر) ... ص ٨٩
- مستقبل الاتصال الحكومي في عصر الميتافيرس من وجهة نظر الأكاديميين
د. محمد رشاد عوض الله أحمد (كلية ليوا بأبو ظبي) ... ص ١٥٩
- تقييم النخبة الإعلامية لمحتوى وأداء قناة "الوثائقية" المصرية: دراسة كيفية نقدية وميدانية
د. نادية قطب إبراهيم علي (جامعة الأزهر) ... ص ١٨٧
- تأثير مراجعات المنتجات المضللة على قرارات الشراء لدى المستهلكين السعوديين
عبير بنت فيصل حامد الغامدي (جامعة الملك فيصل) ... ص ٢٧١

ملخصات رسائل علمية:

- التخطيط الاستراتيجي للمضمون المرئي والمسموع وعلاقته بالقوى التنافسية
لدى شركات الإنتاج الإعلامي السعودية
رياض بن ناصر بن محمد الفرجي (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) ... ص ٣٣٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٤ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال
جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام
جامعة السويس

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى
إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٢٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزنتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٢٤٢٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فبنط (١١) بنوع خط Arial.

- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات من خلال موقع المجلة www.jprr.epra.org (رابط: أرسل بحث للتحكيم) أو بإرسال المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jprr@epra.org، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency، بعد تسديد قيمة رسوم البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها واحد وخمسون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير = ٢.٧٥٥٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١.٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الثاني والخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا من جامعة بدر بالقاهرة تحت عنوان: "قبول طلاب كليات الإعلام في مصر للذكاء الاصطناعي: دراسة طولية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة"، وهو مقدم من: أ.م.د. أحمد حسن السمان، من مصر.

أما أ.م.د. نهى السيد أحمد ناصر، من مصر، من جامعة الملك عبد العزيز، فقدّمت دراسة سيميولوجية بعنوان: "صورة المرأة السعودية في إعلانات المواقع الإلكترونية".

ومن جامعة الأزهر قدّمت: د. سارة حمزة عبد الله السيسي، من مصر، دراسة تحليلية بعنوان: "معالجة المواقع الإخبارية الدولية الموجهة بالعربية لقضايا الأمن الغذائي".

ومن كلية ليوا بأبوظبي قدّم: د. محمد رشاد عوض الله أحمد، من مصر، بحثًا بعنوان: "مستقبل الاتصال الحكومي في عصر الميتافيرس من وجهة نظر الأكاديميين".

ومن جامعة الأزهر قدّمت: د. نادية قطب إبراهيم علي، من مصر، دراسة بعنوان: "تقييم النخبة الإعلامية لمحتوى وأداء قناة "الوثائقية" المصرية: دراسة كيفية نقدية وميدانية".
أما عبير بنت فيصل حامد الغامدي، من جامعة الملك فيصل، من السعودية، قدّمت دراسة بعنوان: "تأثير مراجعات المنتجات المضللة على قرارات الشراء لدى المستهلكين السعوديين".
وأخيرًا من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، قدّم رياض بن ناصر بن محمد الفريجي، من السعودية، ملخصًا لرسالة دكتوراة بعنوان: "التخطيط الاستراتيجي للمضمون المرئي والمسموع وعلاقته بالقوى التنافسية لدى شركات الإنتاج الإعلامي السعودية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.
وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.
وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

قبول طلاب كليات الإعلام في مصر للذكاء الاصطناعي:
دراسة طولية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة (*)

إعداد

أ.م.د. أحمد حسن السمان محمود(**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٣٠ يونيو ٢٠٢٤م، وقُبل للنشر في ٠٢ سبتمبر ٢٠٢٤م.
(**) أستاذ مشارك، قسم الإعلام، كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية، جامعة بدر بالقاهرة.

قبول طلاب كليات الإعلام في مصر للذكاء الاصطناعي: دراسة طولية مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة

أ.م.د. أحمد حسن السمان محمود
ahmed-hasan@buc.edu.eg
جامعة بدر بالقاهرة

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار افتراضات نظرية الحتمية التكنولوجية على كليات الإعلام كمؤسسة اجتماعية يفرض عليها التطور التكنولوجي تبني تغييرات استجابة لانتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال دراسة واقع تدريس الذكاء الاصطناعي في مقررات الكليات، والمقارنة بين تدريسه في الجامعات الحكومية والخاصة، ومدى قبول طلاب كليات الإعلام المصرية للذكاء الاصطناعي.

المنهج:

استخدمت الدراسة المنهج المقارن عبر دراسة طولية باستخدام أداة الاستبيان الذي تم تطبيقه في دورتين:
• الدورة الأولى: عام ٢٠٢٢م، شارك فيها ٥٨٩ طالبًا.
• الدورة الثانية: عام ٢٠٢٤م، شارك فيها ١٧٩ طالبًا من نفس مجتمع العينة الأولى.

النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تدريس الذكاء الاصطناعي في مقررات الجامعات الحكومية والخاصة، لصالح الأخيرة منها. ازداد هذا الاتجاه بشكل طفيف في الدورة الثانية للاستبيان.
- وجود متغيرات قبول تدريس الذكاء الاصطناعي من ادراك الفائدة والسهولة ونية الاستخدام وتعلم الذكاء الاصطناعي في مقررات مناهجهم الدراسية وتوظيفه في مستقبلهم المهني بعد التخرج.
- أظهرت الدراسة إدخال الجامعات المصرية تغييرات بتدريس مقررات تضم الذكاء الاصطناعي، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الجامعات الخاصة، مقارنة بالحكومية منها، كما أكدت على قبول طلاب كليات الإعلام المصرية للذكاء الاصطناعي تدريسيًا وممارسة بعد التخرج.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، كليات الإعلام، مصر، نموذج قبول التكنولوجيا، نظرية الحتمية التكنولوجية، جامعات خاصة، جامعات حكومية.

مقدمة:

عودتنا التطورات التكنولوجية على بروز سياق إعلامي مختلف، وولادة وسيط اعلامي جديد مع كل اختراع أو تغير تقني، فالطباعة أخرجت الصحف إلى النور، وأدى التلفزيون إلى ظهور الوكالات، وبدأ بث الراديو والتلفزيون مع بروز الإلكترونيات، وجاءت وسائل الاتصال الاجتماعي مع اختراع وتطور شبكة الإنترنت، والآن نعيش في قلب ثورة الذكاء الاصطناعي بما يحمله من إمكانيات إعلامية غير مسبوقة، وواعدة بأنموذج جديد.

وينعكس التحدي الرئيس في مثل هذا الارتباط الكبير بين الإعلام والتكنولوجيا على أهمية معرفة مدى مساهمة كليات الإعلام للتطورات التكنولوجية الجديدة عبر تدريس تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدى استعداد طلاب الإعلام في مصر لمواكبة واستيعاب الذكاء الاصطناعي، الذي اكتسب زخمًا كبيرًا، والذي أصبح حسب وصف (Goni & Tabassum, 2020:210) "عامل حاسم في تقييم المؤسسات الإعلامية العالمية العملاقة للصحفي وعمله اليومي". فنحن نقف اليوم أمام مرحلة شهدت بزوع الذكاء الاصطناعي، كتطور فارق، في كافة المجالات ومنها الإعلام. حيث لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة لمهام تقليدية، بحسب Underwood، ولكنه يعيد تشكيل الصحافة مفهومًا وممارسةً (2019)، ومكنت "أتمتة الصحافة" (Automated Journalism) من خلق قصص مكتوبة ومصورة ومعلومات ونشرها وتعديلها على نطاق واسع باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وبأقل تدخل إنساني ممكن (Arkadium, 2019)، ورصد السمان توسع تطبيقه في المؤسسات الإعلامية الدولية والمحلية (٢٠٢٢م).

ومع هذا التطور التكنولوجي وتجلياته الإعلامية تبرز أهمية أدوار كليات الإعلام وأقسامها في إعداد طلابها، إعلامي المستقبل، لهذا التطور الكبير، وهي أدوار تتأثر بما تقدمه من برامج ومقررات، وبما لدى الطلاب من إدراك وقبول لاستخدام هذه التقنية المتنامية القدرات، في ظل توقع بأن تؤثر هذه التقنيات على كليات الإعلام كمؤسسات اجتماعية وما تقدمه من مقررات، لأن "كل تقنية جديدة تستدعي سلوكًا اجتماعيًا معينًا" (Papacharissi, 2015:1) وهو ما كان محل رصد من (موسى، ٢٠٢٣م) الذي قام بتحليل النقاش حول تعليم وتدريب الصحافة خلال السنوات الأخيرة نتيجة اندماج تقنياته بوسائل الإعلام.

وتكتسب استجابة الجناح الإعلامي التعليمي أهمية خاصة في ظل اتفاق العديد من الباحثين (Gillmor 2016، Spillman et al 2017، Goh & Kale 2015) على أن التحدي الأكبر لمواجهة التغيرات في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، يتمثل في أن كليات الإعلام والاتصال بأقسامها المختلفة في العديد من دول العالم غير متفاعلة حتى اليوم مع احتياجات متطلبات الذكاء الاصطناعي، والتقنيات الرقمية. وهو ما ساعد على بلورة المشكلة البحثية لهذه الورقة في محاولة استكشاف ومقارنة ما تقدمه كليات الإعلام في مصر في مقرراتها لإعداد طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام في مصر لتعلم واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدى قبول الطلاب أنفسهم للتعامل مع هذه التقنيات تعلمًا وممارسة مهنية،

والتغيرات التي أقدمت عليها الجامعات الخاصة والحكومية خلال فترتي الدراسة عامي ٢٠٢٢م، و٢٠٢٤م، إن وجدت.

استكشاف ومقارنة الوضع الحالي لتعليم الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام المصرية، عبر تناول التغير في المناهج الدراسية، والتغيرات التي تم إجراؤها من قبل كل من الجامعات الحكومية والخاصة خلال الفترة من عام ٢٠٢٢م إلى عام ٢٠٢٤م وقبول الطلاب لدمج الذكاء الاصطناعي.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسات أهميتها من الاعتبارات التالية:

- عدم كفاية الدراسات التي تناولت تدريس الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام بشكل عام وفي مصر بشكل خاص، فهي بذلك معالجة فجوة في فهم تعليم الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- تفتح الدراسة آفاقاً مهمة أمام الباحثين تتناول جوانب ومتغيرات مختلفة متعلقة بالعملية التعليمية في كليات الإعلام وكيفية قيامها بإعداد طلابها، إعلامي المستقبل، لهذه التقنيات المستحدثة.
- تضيف هذه الدراسة معرفة جديدة في مجالها بإلقاء الضوء على مدى قبول واستخدام طلاب كليات الإعلام لهذه التقنيات؛ مما يمكن أن يساهم في تعزيز وتوجيه طريقة تدريس هذه المقررات في الجامعات.
- تستمد الدراسة أهميتها من تزايد أدوار الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي والإعلامي جمعاً وإنتاجاً وتوزيعاً وجلياً للاشتراكات (السمان، ٢٠٢٢م)، وما حظي به الذكاء الاصطناعي من تناول واسع في الدراسات الأجنبية والعربية، فنتائجها يمكن أن تفيد في تطوير برامج تعليمية فعّالة للذكاء الاصطناعي تتوافق مع احتياجات مهنيي الإعلام في المستقبل.
- تستفيد هذه الدراسة من خصائص الدراسات الطولية؛ حيث يرصد النهج الطولي التغير في طريقة تفاعل الكليات مع تقنيات الذكاء الاصطناعي خلال فترة عامين؛ بما يساعد على قياس طبيعة التغير في تدريس هذا التطور التقني المهم، وبالتالي التوصل إلى المطلوب لإعداد الطلاب لذلك.
- تقدم الدراسة رؤية مقارنة تساعد على تحسين عمل كليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة.
- تساهم في تفهم وجهات نظر الطلاب وقبولهم للذكاء الاصطناعي.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس في إثارة تساؤلات حول مدى جاهزية جامعات مصر لإعداد طلابها لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام، وكشف واقع تدريس الذكاء الاصطناعي في كليات

الإعلام بها، واستكمال ذلك بالتعرف على استعداد وقبول ونية استخدام طلاب كليات الإعلام في مصر لذلك التطور، على أمل تقديم خلفيات ونقاط انطلاق تسهل مناقشه هذا الموضوع المهم، عبر تناول أسئلة مرتبطة بهذه الأبعاد، مع التأكيد على أن هذه الدراسة لا تستهدف تقديم أي إجابات نهائية، بل تسعى للفت انتباه القائمين على العملية التعليمية إلى أهمية تدريس تقنيات الذكاء الاصطناعي الإعلامية، لمواكبة التطورات الخاصة بتكنولوجيا وتقنيات الذكاء الاصطناعي ودراسة تأثيراتها الإعلامية المختلفة. وأخيراً تهدف الدراسة إلى كشف حالة تدريس هذه التقنيات في ضوء التباين مع قيام بعض كليات الإعلام بالعالم بإدخال مناهج خاصة للذكاء الاصطناعي في إطار تعديلاتها للوائحها الدراسية.

الدراسات السابقة:

نظراً لأهمية الموضوع وتشعب مداخله؛ فقد تم تقسيم محاور الدراسات السابقة كالتالي:

المحور الأول: دراسات تتناول التفاعل بين الذكاء الاصطناعي والتعليم.

المحور الثاني: دراسات تبحث في تأثير الذكاء الاصطناعي على الإعلام.

المحور الثالث: دراسات تبحث في تفاعل كليات الإعلام مع التكنولوجيا الجديدة.

المحور الأول: دراسات تتناول التفاعل بين الذكاء الاصطناعي والتعليم:

توصلت دراسات (حميدان، والحواتمة، ٢٠٢٤م. والمومني، ٢٠٢٤م)، إلى انخفاض استخدام أعضاء هيئة التدريس لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأجرت (Qirqaji, 2023) مسحاً لعدد ٥٤ من معلمي الحاسب مستخدمة الاستبانة، ورصدت تناقضاً بين ارتفاع مستوى المعرفة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وانخفاض واقع توظيفها، على الرغم مما رصدته من وجود اتفاق بين المبحوثين على أهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية. وفي الإطار المقارن لأوجه الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير العملية التعليمية قامت إسماعيل (٢٠٢٣م) بالمقارنة بين مصر والإمارات العربية المتحدة وهونج كونج، متبعة المنهج الوصفي التحليلي، حيث قدمت مقترحات منها استحداث أقسام بكليات التربية لإعداد معلم متقن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومبادئه وأخلاقياته، وتطوير البنية التحتية بالمؤسسات التعليمية، وتدريب الأساتذة ومساعدتهم. وفي دراسة عن استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات التعليم والتعلم والتدريس في أوروبا، أوصى (Tuomi, 2018) بإعادة خلق المؤسسات التعليمية الحالية "reinvent current educational institutions" وتطوير رؤى واضحة وسياسات عبر خلق نماذج مستقبلية حول التعليم والتدريس، بسبب ما يتوقع أن يحدثه الذكاء الاصطناعي من تغير في الممارسات والمؤسسات وسياسات التعليم؛ استجابة للتغيير في متطلبات المهارات والتنافسية والتغيرات المجتمعية والثقافية التي ستحدثها التكنولوجيا، مما سيكون له انعكاسه على محتوى وشكل التعليم، متوقعاً

تقادم بعض وظائف التعليم بسبب تطورات تقنيات الذكاء الاصطناعي الذي سيوفر طرقاً أخرى للتعليم والتعلم والتدريس.

عبر مقابلة ٢٠ طالباً من جامعة كوفنتري بلندن على مدار عامين واشتركهم في مجموعات تركيز Focus Group، توصلت دراسة (Taylor, 2018) إلى أن تقنيات التعلم التي لها فائدة متصورة إيجابية في تعزيز نتائج التوظيف تؤدي دوراً مهماً في إشراك الطلاب في دراساتهم، وخلصت الدراسة التي استخدمت تطبيق نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) إلى أنه من المحتمل قبول واستخدام تقنية معينة إذا كان لها تأثير إيجابي ملموس على قابلية التوظيف.

المحور الثاني: دراسات تبحث في تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام:

في أطروحته سعى (Khan, M. H. 2023) إلى دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام مستخدماً مراجعة منهجية للأدبيات، للحصول على فهم لتأثيرات دمج الذكاء الاصطناعي في المشهد الإعلامي وعلى ديناميكيات القوى العاملة، مع ظهور مهن إعلامية جديدة تتطلب مهارات متعلقة بالذكاء الاصطناعي، حيث أكدت هذه الدراسات إلى الحاجة إلى تنفيذ برامج لرفع وتطوير مهارات الإعلاميين، وهو ما اتفق معه فيه (السمان ٢٠٢٢م) الذي توصل إلى الحاجة الشديدة لتدريب العاملين في وكالات الأنباء على تقنيات الذكاء الاصطناعي، مع التوسع الذي رصده في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المواد الإخبارية، في مصر والعالم. وكان مواصلة تدريب الصحفيين على هذه التقنيات أهم توصيات "بريك" في دراسته الاستشرافية عن علاقة تطبيقات الميتافيرس بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية (٢٠٢٢م).

طالب "تشودري وآخرون" (Chowdhury et al. 2022) بتطوير أدوار إعلامية وظيفية هجينة، تجمع بين الخبرة التقنية بالذكاء الاصطناعي والتفكير الاستراتيجي ومهارات حل المشكلات الإبداعية، مع التوسع في أتمتة العمل الصحفي التي خلقت فرصاً وأدواراً جديدة للمؤسسات الإعلامية والإعلاميين. وهو ما يتماشى مع ما رصده (Jaiswal et al 2021) و (Rangraz & Pareto 2020) من نتائج لدمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام من بروز مهام وظيفية جديدة تتطلب مهارات عمل مختلفة، وهو ما يتطلب إعادة التأهيل المهني للممارسين. وجاء تطوير عقلية العاملين بالإعلام كأهم ما توصل إليه Noain-Sánchez, عبر دراسة طولية شملت ١٥ مقابلة متعمقة على مرحلتين، في عامي ٢٠١٩م و ٢٠٢١م، مع عينة من المهنيين والأكاديميين والخبراء في مجال الإعلام، حيث اتفقوا على أهمية إحداث تغيير في عقلية الإعلاميين عبر تدريب مكثف على التقنيات الجديدة (٢٠٢٢م). وكان التغيير في مهام الممارسين محل اهتمام عدد من الدراسات منها (Danzon-Chambaud, 2021) الذي دعا إلى توجيه اهتمام وتركيز مستقبلي أكبر لاستكشاف كيف تؤثر الصحافة المؤتمتة على عمل وتأهيل محترفي الإعلام بسبب توسع تقنيات الخوارزميات، وهو ما كان محل اتفاق من (Alan, 2021) الذي أشار إلى أن الإعلاميين يجب أن يتقنوا عددًا من المهارات، منها: تحليل البيانات والبرمجة وفهم الخوارزميات،

والتفكير النقدي والقدرة على التكيف، بالإضافة إلى امتلاك خبرة خاصة بإنتاج المحتوى والإنتاج الإعلامي للعمل بشكل فعال مع أنظمة الذكاء الاصطناعي والاستفادة من إمكانياتها. هذا الانتقال إلى مهارات تقنية يتوافق مع ما قدمه (Zamith & Haim, 2020) من أدلة تجريبية على أن دمج الخوارزميات في أتمتة إنتاج الأخبار أثر على منطق عمل الصحافة نفسه، خاصة في ظل تطوير مكثف للإعلام أشار إليه (Whittaker, J. 2019) حين تناول الجهود المكثفة لتطوير تقنيات ذكاء اصطناعي من قبل أكبر مؤسسات تكنولوجية وهي جوجل، أبل، مايكروسوفت، أمازون، وفاسبوك أو {ميتا} الآن، والتي من شأنها إحداث تأثير ضخم على مستقبل الصحافة عبر خلق ما اسماه "نظامًا مناخيًا رقميًا (Digital Ecosystem) يغير من فهم وسلوك الجمهور للصحافة والإعلام واستهلاكهم المواد الإعلامية، الأمر الذي يستدعي مساعدة الصحفيين على التجاوب مع التحول الذي يشهده العالم مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي. وهو ما يفسر دعوة (Lewis et al. 2019) إلى فهم تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر، مع عدم وضوح نتائج التفاعل بين البشر والآلة، بينما رصدت دراسة (Shields, 2018) أن ٨٠٪ من الممارسين الإعلاميين يرون أن الذكاء الاصطناعي سيكون له آثار كبيرة على صناعة الإعلام، وسيحسن من اتخاذ القرار ومن إنتاجية وسائل الإعلام. وهي النتيجة نفسها التي توصل إليها (Linden 2017) في دراسته لكيفية استخدام غرف الأخبار في الولايات المتحدة وخمس دول أوروبية للخوارزميات وأتمتته الأخبار، ورصد (Dorr, 2016) مزايا اقتصادية لاستخدام تقنية توليد اللغة الطبيعية (Natural Language Generation) ومن هذه المزايا قلة تكلفة إنتاج ونشر المادة الصحفية بالمقارنة مع تلك المنتجة من الصحفيين.

المحور الثالث: دراسات شملت تفاعل كليات الإعلام مع التكنولوجيا الجديدة:

في تحليل من المستوى الثاني رصد (موسى، ٢٠٢٣م) الاتجاهات البحثية في حقل دراسات وبحوث تعليم الصحافة خلال الفترة من عام ٢٠١٠م حتى ٢٠٢٠م عبر ٤ محاور، من بينها البرامج الأكاديمية في الصحافة داخل المؤسسات الجامعية، وعلاقتها بمتطلبات الصناعة الإعلامية واحتياجات السوق، ومحور ملامح وتحديات تعليم الصحافة في البيئة الإعلامية الجديدة، وأكد موسى على أن عصر الإعلام الرقمي أوجد اختلافًا في وجهات النظر بين بعض الأكاديميين وصناع المحتوى فيما يتعلق بالمناهج الدراسية لبرامج كليات الإعلام، ومستوى تكاملها مع الوسائط الرقمية، إلا أنه رصد وجود اتفاق بدرجة ما بشأن دمج التكنولوجيا الرقمية في المناهج الدراسية، معتبرًا أن التحدي الأكبر لمواجهة التغيير يتمثل في عدم تفاعل كليات الإعلام وأقسامها المختلفة في العديد من الدول مع احتياجات ومتطلبات الذكاء الاصطناعي.

كما كان تحليل المستوى الثاني في الفترة من ١٩٨٧م حتى ٢٠١٠م، نفس اقترب دراسة (الراجحي، ٢٠١١م) عبر تقييم الدراسات التي رصدت واقع البرامج الدراسية بكليات وأقسام الإعلام بالجامعات

العربية بهدف الوقوف على الإشكاليات التي تقف أمام التأهيل والتدريب العملي لطلبة الصحافة. وكشفت (سيد، أميرة محمد. ٢٠٢٠م) عن وجود قصور في منظومة تعليم الإعلام بالجامعات المصرية لعدم مواكبة هذه البرامج للتغيرات المتسارعة في البيئة الرقمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي، ولأن الجامعات الحكومية تركز في برامجها على تعليم المهارات الأساسية على حساب المهارات التكنولوجية عكس الجامعات الخاصة التي تهتم بإكساب طلبتها المهارات التكنولوجية والتقنية. وهو نفس ما توصلت إليه دراسة (طلعت، والسعيد ٢٠٢٠م) التي استهدفت التعرف على واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي لبرامج الصحافة والإعلام في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة في ضوء البيئة الرقمية المستحدثة.

بينما تميل بعض الدراسات الأخرى إلى أن الحل الأمثل في تطوير البرامج الدراسية لكليات الصحافة هو التركيز على المهارات التكنولوجية مثل (Ferrucci 2018). بينما رصد (الطويسى، ٢٠١٨م) عدم مواكبة الدول العربية إدخال التكنولوجيا الرقمية لبرامجها وخطتها التدريسية والعملية، مقارنة بالولايات المتحدة وأوروبا التي تقدمت في مواكبة التطور السريع في الصناعة الإعلامية ومستجداتها، وأوصى (Broussard et al., 2019) أن يتخذ منحنى تعليم الإعلام مساراً مختلفاً للمساعدة على فهم الذكاء الاصطناعي ونقاط القوة والضعف والمسائل الأخلاقية، مع ضرورة تجاوز التعريف والخوف من التكنولوجيا باعتباره أحد أكبر التحديات التي تواجه الصحافة حالياً، مطالبين بعقد دورات خاصة لأعضاء هيئة التدريس. وضرورة وجود مقررات خاصة في التعليم الجامعي للمحتوى المعلوماتي المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي وإنشاء كليات متخصصة لذلك. ودعا (Beckett, 2019:80) إلى زيادة التعاون بين الجامعات التي تدرس وتبحث في مجال الذكاء الاصطناعي والمؤسسات الإعلامية، لأن ذلك سيساعد في تعزيز فهم الصحافة والذكاء الاصطناعي بشكل عام.

وفي إطار مقارنة بين مصر والإمارات استهدفت دراسة (عبد الحميد) التعرف على مدى تقبل دارسي الاتصال الجماهيري لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام عبر استبانة ٣٢٠ مفردة ووجدت علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والاستفادة المتوقعة على الأداء الوظيفي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام حسب متغيرات منها مستوى الاهتمام بمتابعة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومستوى القلق من تأثيراته.

فيما تطرقت دراسة (Hickerson & Kothari, 2020) إلى تحديات تعليم الصحافة في أمريكا، بريطانيا، البرازيل، مصر، كينيا، وباكستان، عبر تحليل اقتراحات أساتذة الإعلام بمراجعة المناهج الدراسية لمواكبة التطورات التي أحدثتها أتمتة القصص الخبرية باستخدام الخوارزميات والروبوتات. وأوضحت نتائج دراسة (Hickerson & Kothari, 2020) وجود نقص في أعضاء هيئة التدريس الذين يمكنهم تدريس مقررات الصحافة الحاسوبية التي تتطلب التدريب في علوم المعلومات، ووجود فجوة بين

نوع المهارات المستخدمة في الصناعة الصحفية والمحتوى الذي يتم تدريسه في الجامعات؛ نظراً لبطء تحديث البرامج الدراسية باستثناء الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة. في دراستهما أكد (Goni & Tabassum, 2020) وجود استعداد عقلي لطلاب الصحافة في بنجلاديش للتعامل مع الذكاء الاصطناعي، مع وجود معرفة أساسية بالمفهوم وتحمس لتعلمه واستخدامه على المستويين الشخصي والمهني، وهو ما اعتبره علامة إيجابية على مستقبل صناعة الصحافة في بنجلاديش.

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

أوضحت الدراسات السابقة مدى التأثير الضخم الذي أحدثته تقنيات الذكاء الاصطناعي على البعد المهني للإعلام، مركزة على تأثيرات دمجة في المنظومة الإنتاجية للإعلام، وما أثاره ذلك من مخاوف وآمال، ومطالب بتدريب المهنيين والممارسين، ومع ذلك، لم تتناول الدراسات بشكل كاف تأثيرات ذلك المتوقعة على كيفية إعداد الطلاب أو إعلامي المستقبل وكليات الإعلام لهذا التطور، رغم تناول عدة دراسات لتفاعل الجامعات مع تقنيات الذكاء الصناعي.

ركزت الدراسات التي اختبرت تأثيرات الذكاء الاصطناعي على البحوث الوصفية عبر الدراسات الميدانية، سواء من خلال الاستقصاء أو المقابلات المتعمقة ومجموعات النقاش المركز. بحث عدد من الدراسات السابقة في مدى تقبل التكنولوجيا سواء للجمهور المستهدف أو القائم بالاتصال، معتمدة على عدة مداخل نظرية منها نموذج تقبل التكنولوجيا.

تمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد الأبعاد الموضوعية للدراسة بشكل دقيق، وتحديد عناصر المشكلة ومتغيراتها، والتعرف على أهم المناهج والأساليب البحثية المستخدمة، ووضع تساؤلات الدراسة وافترضاؤها، ودعمت مناقشة نتائج هذه الدراسة.

الإطار المعرفي:

أحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي بتجلياتها المختلفة زلزالاً في الأوساط الإعلامية، ما زال له تردداته المستمرة، وهو ما يرجع إلى ما تتمتع به هذه التقنيات من إمكانيات كبيرة تنبئ بتغيير ما نعرفه من أساليب عمل وإنتاج مواد إعلامية، واعتبر (Zysman, 2006) الذكاء الاصطناعي بأنه أحد أبرز التعبيرات عن تغيير واسع أحدثته الرقمنة والتشبيك العولمي للاتصالات والإنتاج، وأتمتة عمليات الإنتاج. ورغم هذا التأثير الواسع، وربما بسببه، لا يوجد اتفاق على تعريف واحد للذكاء الاصطناعي، حيث رصد (Elish and Hwang, 2017) عشرات التعريفات التي قد لا يحمل بعضها تعبيراً دقيقاً للمصطلح، مما أدى إلى تعريف وإعادة تعريف الذكاء الاصطناعي، كما يتغير تعريفه بحسب مجال نشاطه سواء هندسياً أو إعلامياً أو تقنياً. ونكتفي هنا بتعريف (السمان: ٢٠٢٢: ٢٧٣) للذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بأنه

"أحد العلوم المتفرعة عن علم الكمبيوتر المستخدمة في جمع وإنتاج وتوزيع الأخبار في مهام كانت تقتصر على الذكاء البشري وتتسم بكل أو بعض السمات التالية؛ التعلم، والاستنباط، واتخاذ القرارات بأقل تدخل إنساني ممكن، عبر برامج وتطبيقات تتعامل مع المحتوى من حيث الشكل والمضمون".

وجاء الاهتمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام بحسب (Graefe, 2016) نتيجة استخدامهما الواسع والمبكر في إنتاج الأخبار والاستقصاء الصحفي، مما أنتج موادًا إعلامية بشكل أكثر سرعة ودقة، وبفضل ما أتاحتها توظيف المعلومات الكبيرة Big Data من إمكانيات. ورصد (Dorr, 2016) توسع مؤسسات الإعلام في استخدام الذكاء الاصطناعي بسبب جمع هذه التقنيات بين سرعة الأداء وتخفيض التكاليف، ففيما أثبت (السمان، ٢٠٢٢م) وجود ترحيب باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للالتحاق بالتطورات التكنولوجية المتسارعة في هذا الشأن، مع بروز الإمكانيات والفرص التي تتيحها تقنيات الذكاء الاصطناعي في كل مراحل العملية الإعلامية، رصد (Biswal, S., Gouda, N. 2020) بروز مخاوف بسبب انتهاك حقوق الملكية، أو فقدان الصحفيين لوظائفهم لصالح هذه التقنيات، وهو ما ساعد في خلق عائق عقلي ضد التوسع في استخدامها إعلاميًا. وفي نفس الاتجاه وجد (Maurer 1997:10)، أن "توظيف الذكاء الاصطناعي يواجه بمقاومة متوقعة، كما هو شأن كل جديد".

ولم يقتصر دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي على المجال الإعلامي المهني، فأكاديميًا أدخلت عدة جامعات الذكاء الاصطناعي في المناهج الدراسية للصحافة والإعلام، وهو ما أشارت إليه دراسة (Hickerson & Kothari 2020) التي رصدت قيام بعض الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة بدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في برامج تعليم الصحافة. ويتم هذا الدمج عبر مقاربتين؛ أولاهما: دمج الذكاء الاصطناعي في مقررات قائمة، والأخرى تخصيص مقررات كاملة عن الذكاء الاصطناعي، ففي إطار المقاربة الأولى، وهي الدمج عبر المقررات الدراسية، قدم معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) في إطار برنامج البكالوريوس للإعلام المقارن " Bachelor of Science in Comparative Media Studies" عدة مقررات تتضمن تدريس الذكاء الاصطناعي، بحسب موقع البرنامج (<https://catalog.mit.edu/degree-charts/comparative-media-studies-cms/>). ومن الجامعات التي قامت بدمج وحدات الذكاء الاصطناعي في المقررات الدراسية القائمة، مدرسة أننبرج للاتصال والصحافة بجامعة جنوب كاليفورنيا (USC) حيث يتضمن مقرر " COMM 309 Communication and Technology" كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

والمعلومات الكبيرة والخوارزميات في ديناميات للاتصال، بحسب موقعها (<https://annenberg.usc.edu/>). بينما أدخلت مدرسة ميدل للصحافة بجامعة نورث وسترن مقرر

خاص للذكاء الاصطناعي في برنامج "الصحافة"، وهو مقرر الذكاء الاصطناعي في الإعلام (Artificial Intelligence in Media)، كما أدخلت الذكاء الاصطناعي في برنامج التسويق المتكامل

مثل مقرر (Branding In A Digital World (IMC) بحسب موقعها

(<https://www.medill.northwestern.edu/>)، ويوفر برنامج الدراسات العليا في الصحافة بجامعة كولومبيا مقررات حول "صحافة البيانات" و"الترميز للصحفيين" حيث يتم تدريس لغة البرمجة بايثون، للتفاعل مع أدوات الذكاء الاصطناعي وواجهات برمجة التطبيقات، بالإضافة إلى مقرر "الصحافة والتكنولوجيا" الذي يتناول استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار بحسب موقع البرنامج بالجامعة. (<https://journalism.columbia.edu/>). وبحسب موقع جامعة كوينزلاند للتكنولوجيا (QUT) بأستراليا يوجد برنامج كامل مشترك بعنوان (Bachelor of Communication/Bachelor of Data Science) يدرس الطالب فيه خلال أربع سنوات صحافة البيانات واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي ومعالجة اللغة الطبيعية والتعلم الآلي لتحليل البيانات، حسبما ما يشير إلى ذلك موقع الجامعة التالي: <https://www.qut.edu.au/study/international/communication/courses?undergraduate>

بل أن واحدًا من أول وأهم مقرراتهم هو الذكاء الاصطناعي في العالم الواقعي (QUT001: Artificial Intelligence in the Real World).

الإطار النظري:

تستمد هذه الورقة إطارها النظري من نظرية الحتمية التكنولوجي (Technological Determinism Theory) و(نموذج تقبل التكنولوجيا TAM Technology Acceptance Model)، فالحتمية من أوائل النظريات التي وضعها "مارشال ماكلوهان"، ونرجع إليها، رغم قدم ظهورها، لأن التأثير الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال، وفي القلب منه التعليم، ما زال منطبقًا على الواقع الحديث للساحة الإعلامية وهو مناط هذا البحث، ومما وضعه ماكلوهان في هذه النظرية أن تغيير تقنيات الاتصال والتكنولوجيا المستخدمة يقود إلى تغيير اجتماعي، أو بكلمات أخرى يمكن تفسير كل تغيير اجتماعي بتغيير في تقنيات الاتصال. ومن بين منطلقات فكرة الحتمية التكنولوجية، وسبب استخدامها في هذه الورقة، هو أن "الأفراد والنظم الاجتماعية تتكيف مع التقدم التكنولوجي وتستفيد منه وأن ممارسات الأفراد يتم تعديلها لتناسب مع التقنيات والتورات التكنولوجية الجديدة التي تؤثر على حياتهم" بحسب (Stanley J. Baran & Dennis K. Davis 2003:23) الذي أضاف أن النظرية تؤكد أن التكنولوجيات في تطور مستمر لا يمكن وقفه.

ويوفر مفهوم ماكلوهان عن الحتمية التكنولوجية رؤية مهمة لتفسير العلاقة المعقدة بين الإعلام والمجتمع، وفي قلبه كليات الإعلام، باعتبارها منظومة اجتماعية تتأثر بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وهذا المفهوم لم يخل من نقد كثيرين منهم (Felt, T. 2013) الذي جادل بأن ماكلوهان بالغ في تقدير قوة التكنولوجيا كعامل وحيد لتشكيل الثقافة وطالب بنظرة أكثر تنوعًا لتفاعلات التكنولوجيا الثقافية، وكذلك ما ذهب إليه (Stranne, T. B. 2011) الذي طالب بوضع عمل ماكلوهان في سياق الستينيات التي خرج في

ظلمها، حيث "جادل ستران" بعد إجرائه تحليلاً تاريخياً أن أفكار ماكلوهان حول الحتمية التكنولوجية تتماشى مع آمال ومخاوف ذلك الزمن؛ وهو ما يتطلب وضع أفكاره في هذا السياق وأيضاً فهمها في إطار ثقافي أوسع لتلك الحقبة.

وقام الباحث بتوظيف النظرية في الدراسة الحالية باعتبار أن كليات ومعاهد وأقسام الإعلام هي مؤسسات اجتماعية تتأثر بتكنولوجيا وتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ وهو ما يتطلب نوعاً من التكيف والتغير في ما تقوم به عبر ما تقوم بتدريسه من مقررات وبرامج.

يتناول المظلة النظرية الثانية لنا هو نموذج تقبل التكنولوجيا Technology Acceptance Model، يتناول العوامل التي تؤثر في استخدام المبتكرات والتقنيات التكنولوجية المستحدثة وارتباط ذلك باتجاه وعلاقة المستخدمين بها، وهو النموذج الذي تم وضعه عام ١٩٨٦م لتحديد العوامل التي تؤثر على قبول المستخدمين للتكنولوجيا الحديثة في حياتهم اليومية وبحسب Lee & Chang "هناك أساسان يمكن أن يفسرا قبول الفرد للتقنية ونية استخدامها، وهما: الفائدة المدركة، Usefulness Perceived، والتي تعني الدرجة التي يدرك بها الشخص فائدة استخدام تكنولوجيا معينة له، والعامل الثاني هو سهولة الاستخدام المدركة Easiness Perceived، والتي تعني مدى سهولة قيام الشخص باستخدام هذه التكنولوجيا... وهما العاملان اللذان يقودان إلى استخدام التكنولوجيا الجديدة أو العزوف عنها" (١٧٥:٢٠٢١م).

وجرى اختبار النموذج في عدد من الدراسات، منها (Dabbous et al., 2022) التي توصلت إلى وجود ارتباط قوي بين المنفعة وسهولة الاستخدام المدركين ونوايا المستخدمين السلوكية، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها (Zhang & Zhong, 2020) حيث أكدوا في دراستهما وجود تأثير مباشر للمنفعة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة على النية السلوكية، كما استخدمهما (٢٠٢٢م، السمان) في دراسته حول استخدام الصحفيين في وكالات الأنباء لتقنيات الذكاء الاصطناعي، كما توصل (Hanyoung et al, 2020:176) أن "الفائدة المتصورة من أقوى المتغيرات في تحديد نية استخدام التكنولوجيا الجديدة".

وانطلاقاً من نموذج تقبل التكنولوجيا ستختبر الدراسة المتغيرات التالية:

الفائدة المتصورة: يقصد بها "الدرجة التي يعتقد بها طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بأن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سيحقق لهم فائدة سواء في الحقل الجامعي أو بعد التخرج.

السهولة المتصورة: وهي الدرجة التي يتصور بها طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بأن استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي عبر تعلمها في مقرراتهم أو توظيفها في مسارهم المهني فيما بعد سيكون سهلاً وفي مقدورهم تنفيذه.

نية استخدام التكنولوجيا: بما يعنى وجود إدراك لدى المبحوث برغبته في تعلم تقنيات الذكاء الاصطناعي في كليته، ونيته في استخدام التكنولوجيا في المستقبل.

افتراضات الدراسة:

لتحقيق الهدف الرئيس للدراسة وهو بحث جاهزية كليات إعلام جامعات مصر وطلابها للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي الإعلامية، فقد تم وضع الافتراضات التالية انطلاقاً من الدراسات السابق عرضها والافتراضات النظرية للنماذج التي تبناها الباحث وتمثل افتراضات الدراسة في التالي:

الافتراض الأول: لا يوجد ارتباط ذي دلالة إحصائية بين نمط ملكية كلية الإعلام (خاصة أو حكومية) ومدى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية للطلاب بالكلية.

الافتراض الثاني: لا يوجد فرق ذي دلالة إحصائية بين فترتي الدراسة (٢٠٢٢ و ٢٠٢٤م) في مستوى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية لكليات الإعلام، سواء كانت خاصة أو حكومية.

تساؤلات الدراسة:

تم استقاء تساؤلات الدراسة من الدراسات السابقة وأهداف البحث والإطار النظري؛ حيث يعطي نموذج تقبل التكنولوجيا أهمية لإدراك سهولة وفائدة التكنولوجيا الجديدة، وارتباط ذلك بنية استخدامها، وهو ما تسعى التساؤلات لاستكشافه، حيث جاءت الثلاث تساؤلات الأخيرة لتعالج هذه النقاط الثلاث، ثم جاء السؤال الأول لاستكشاف طبيعة التغير الذي تتبناه الجامعات كمؤسسة اجتماعية في استجابة لما ذهبت إليه نظرية الحتمية التكنولوجية من أن التكنولوجيا الجديدة تسبب تغييراً اجتماعياً، وجاءت التساؤلات كما يلي:

١. كيف تم تضمين تقنيات الذكاء الاصطناعي في المناهج الدراسية الحالية لكليات ومعاهد وأقسام الإعلام؟
٢. ما هو مستوى إدراك طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لفوائد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
٣. ما هو مستوى إدراك طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لسهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
٤. ما هي مستويات نوايا طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لتعلم واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

ثالثاً: الإطار المنهجي:

نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

استخدمت هذه الدراسة المنهج المقارن، للمقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة في مصر. كما تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى الحصول على بيانات ومعلومات حول ظاهرة ما، عبر جهد علمي منظم، عبر توظيف البحوث الطولية Longitudinal Research التي تركز على

جمع المعلومات عبر فترات زمنية مختلفة؛ حيث جمع الباحث معلوماته عامي ٢٠٢٢، و٢٠٢٤م لأن الدراسات الطولية تقدم، وفقاً لأنستي وآخرين (Anstey et al, 2004) تقديرات وتنبؤ أكثر فعالية للتغيير عبر الزمن وتحديد التمايز والاختلاف بين المجموعات الفرعية.

والدراسات الطولية هي نوع من الدراسات البحثية التي تتابع المشاركين بعد مدى زمني معين، لفهم التغيير والتطور بمرور الوقت. وعرف أنستي وآخرون الدراسات الطولية بأنها الدراسة التي يتم خلالها قياس نفس مجموعة الأفراد أكثر من مرة على مدار نقاط زمنية مختلفة (Anstey et al, 2004) فهي دراسات تعيد إجراء نفس القياسات لمجموعة محددة من المفردات لوصف مسار أو مجموعة من المسارات المتطورة. ووفقاً لكامل والوين فإن الدراسات الطولية تقدم فرصة لرصد تطور الاتجاهات وتحديد العوامل التي أثرت على تغير العلاقات عبر فترة زمنية ما (Alwin & Campbell, 2001). وهو ما جعلها محل استخدام واسع لدراسة التغييرات للأفراد والجماعات، خاصة في علم النفس المرضي ونمو الأطفال وكبار السن بالنظر إلى قدرتها على ملاحظة وتقديم معلومات وصفية حول تطور السلوك الطبيعي أو المرضي عبر الزمن بما يسمح باختبار الافتراضات واتجاهات التأثير (Wierson & Forehand, 1994).

ومثلها مثل كافة المقاربات المنهجية فهناك حدود للدراسات الطولية، أكد على بعضها (Schaie & Hofer, 2001)، و(Boyle & Willms, 2001) مشيرين إلى أن أكثرها وجوداً هو التسرب الانتقائي (Selective Drop-Out) لأن الأفراد الذين لا يتمتعون بدافع كاف للمشاركة أو يعانون من مشاكل سيكونون أكثر عرضة للتوقف عن المشاركة في الدراسة، وبالتالي فإن التسرب الانتقائي قد يجعل العينة المتبقية منحرفة فيما يتعلق ببعض المتغيرات محل الاهتمام، والمشكلة الثانية تتمثل في تأثيرات الاختبار (Testing Effects) حيث يتعلم المشاركون من تجربة تقييمهم في الدورة الأولى من الدراسة، وبالتالي يكون أداؤهم مختلفاً في الاختبارات التالية، أو قد يجيبون على الأسئلة بشكل مختلف.

أدوات جمع وتحليل البيانات:

استخدم الباحث أداة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) مستخدماً جوجل فورم باعتباره أداة تناسب طبيعة العينة من طلاب كليات الإعلام في مصر، تم إجراء الاستطلاع الأول في الفترة من ٢٠ فبراير إلى ٢٠ أبريل عام ٢٠٢٢م، وأستطلع الباحث بعض محاور الدراسة المتعلقة بتدريس الذكاء الاصطناعي في الجامعات الحكومية والخاصة مرة أخرى خلال الفترة من ١ مارس إلى ٢٤ أبريل ٢٠٢٤م، مقتصرًا على عنصر تدريس أو تضمين مقررات الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام بهدف رصد أي تطور في هذا المجال.

استخدم الباحث عدة تنويعات من الأسئلة، منها أسئلة رأي يتم الإجابة عنها بنعم ولا، وعبارات على مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية

لاستكشاف مدى إدراك سهولة وفائدة ونية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الجامعة وبعد التخرج، وقدرت إجابات المبحوثين على العبارات وفقاً كالتالي: موافق بشدة (٥) درجات، موافق (٤) درجات، محايد (٣) درجات، معارض (٢) درجة، ومعارض بشدة (١) درجة.

وأجرى الباحث الصدق الظاهري للاستمارة للتأكد من مدى قياس الاستمارة لما ينبغي قياسه من خلال الفحص المدقق لكل بند من حيث الصياغة والقدرة على تحقيق أهداف الدراسة. ولاختبار الثبات استخدم الباحث تطبيق (SPSS) لقياس ثبات الاستبيان بقياس معامل ألفا كرونباخ Reliability Analysis Cronbachs Alpha، وهو ما تم عبر اختبار عينة استطلاعية قدرها ٣٠ مفردة، وجاءت نتيجة القياس ٠.٧٥٢، بما يؤكد ثبات الاستبيان، وأن عناصره يمكن الاعتماد عليها وأنها تقيس المستهدف بشكل جيد.

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في طلاب كليات وأقسام ومعاهد الإعلام بالجامعات والأكاديميات المصرية على العينة المتاحة من الطلاب.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة عام ٢٠٢٢م على عينة عمدية متاحة لكليات وأقسام معاهد الإعلام، استجاب للاستبيان عام ٢٠٢٢م عدد ٤٨٩ مفردة، وتم إعادة بعض بنود الاستبيان بمشاركة ١٧٩ مفردة عام ٢٠٢٤م من نفس مجتمع الدراسة من الطلاب الذين كانوا في الفرقة الأولى أو الثانية في الاستبيان الأول، كما تم استبيان طلاب آخرين ينتمون إلى نفس المجموعات الطبيعية من الملتحقين بهذه الكليات، محققاً لما أكد عليه جيبسون وآخرون من أن من أهم خصائص الدراسات الطولية هي أن يتم الوصول إلى عينات جمهور من نفس المجموعات الطبيعية (Natural Groupings)، مثل العائلات أو المناطق السكنية أو المدارس والجامعات (Gibbons et. al , 1993). وجاء العدد في الاستبيان الثاني أقل من الأول بالنظر إلى محدودية تتسم بها الدراسات الطولية، وهي التسرب الانتقائي كما أكد على ذلك (Schaie & Hofer, 2001)، و(Boyle & Willms, 2001) باعتبار أن التسرب الانتقائي (Selective Drop-Out) أكثر ما يواجه هذا النوع من الدراسات من محدودية، بالإضافة إلى خروج فئة من طلاب الدورة الأولى من الجمهور المستهدف بسبب التخرج ممن كانوا من طلاب الفرقتين الثالثة والرابع.

أجرى الباحث اختبار كولموجوروف-سميرنوف (K-S) أحادي العينة لمعرفة هل تتبع العينة التوزيع الطبيعي، وذلك باستخدام برنامج SPSS، حيث أظهرت نتائج اختبار (K-S) أن "معايير التوزيع طبيعية"، حيث كان المتوسط: ٠.٧، والانحراف المعياري: ٠.٤٤، بما يشير إلى خصائص توزيع طبيعي نظري للعينة المستخدمة.

ويوضح الجدول التالي مقارنة بين نمط ملكية الجامعات، حكومية أو خاصة، والتي شارك طلابها في الاستبيان عام ٢٠٢٢م.

جدول (١)

يوضح نمط ملكية الجامعات التي جرت بها الاستبانة عام ٢٠٢٢م

النسبة %	التكرار	نمط الجامعة
63.3	373	حكومية
36.7	216	خاصة
100.0	589	الإجمالي

ويوضح الجدول التالي عدد الطلاب المنتمين إلى الجامعات التي جرت بها الاستبانة عام ٢٠٢٢م المرتبة ترتيباً أبجدياً.

جدول (٢)

يوضح الجامعات التي جرت بها الاستبانة عام ٢٠٢٢م

النسبة	التكرار	اسم الجامعة
6.8	40	6 أكتوبر
3.2	17	أخبار اليوم
0.7	4	أسيوط
3.6	21	الأهرام الكندية
1.0	6	الأزهر
.7	4	الزقازيق
.2	1	السادات
3.4	20	السويس
1.0	6.0	الشروق
.2	1	الفيوم
9.9	59	القاهرة
2.7	16	المنوفية

المنيا	2	.3
بنها	2	.3
بني سويف	5	.8
بورسعيد	3	.5
جنوب الوادي	2	.3
دمنهور	1	.2
دمياط	1	.2
سيناء	1	.2
طنطا	3	.5
عين شمس	57	9.7
فاروس	8	1.4
مصر الدولية	3	.5
مصر للعلوم والتكنولوجيا	31	5.3
الجامعة الألمانية الدولية Giu	1	.2
MSA	17	2.9
Ngu	1	.2
الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	5	.8
الأكاديمية البحرية للعلوم والتكنولوجيا	1	.2
الجامعة البريطانية.	4	.7
الجامعة الأمريكية	22	3.7
الجامعة العربية المفتوحة	3	.5

.2	1	معهد الجزيرة
1.0	6	الأكاديمية الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
.3	2	الزقازيق
3.9	23	الكلية الكندية الدولية
.2	1	المعهد الدولي للإعلام وفنون الاتصال بأكثوبر
3.2	19	المنصورة
4.6	27	المنوفية
.2	1	المنيا
.5	3	بنها
3.2	19	جامعة الإسكندرية
17.5	103	حلوان
.3	2	دمياط
.5	3	طنطا
.7	4	قناة السويس
.3	2	كلية التصميم والإعلام كوفنتري
.8	5	مدينة الثقافة والعلوم
100.0	589	الإجمالي

ويوضح الجدول التالي مقارنة بين نمط ملكية الجامعات، حكومية أو خاصة، والتي شارك طلابها في استبيان عام ٢٠٢٤م:

جدول (٣)
انتماء طلاب الإعلام إلى الجامعات الحكومية أو الخاصة عام ٢٠٢٤م

التكرار	العدد	نمط الجامعة
67	120	حكومية
33	59	خاصة
100	197	الإجمالي

بينما جاءت الجامعات كما يوضح الجدول التالي:

جدول (٤)
يوضح الجامعات التي شارك طلابها في استبانة عام ٢٠٢٤م التكرار اسم الجامعة

النسبة	التكرار	اسم الجامعة
6.7	12	6 أكتوبر
7.8	14	الأزهر
2.8	5	إلمنيا
4.5	8	الاهرام الكندية
2.2	4	الزقازيق
1.7	3	الشروق
14.0	25	القاهرة
.6	1	بنها
.6	1	بنى سويف
1.1	2	طنطا
5.6	10	عين شمس
5.6	10	مصر للعلوم والتكنولوجيا
5.0	9	MSA
.6	1	البحرية للعلوم والتكنولوجيا
1.7	3	الجامعة البريطانية
1.7	3	الجامعة الأمريكية
1.7	3	الجامعة العربية المفتوحة
.6	1	معهد الجزيرة
1.1	2	الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
6.7	12	الكلية الكندية الدولية
6.7	12	المنصورة
2.2	4	المنوفية

المنيا	1	.6
جامعة الإسكندرية	5	2.8
حلوان	22	12.3
طنطا	2	1.1
قناة السويس	2	1.1
مدينة الثقافة والعلوم	2	1.1
الإجمالي	179	100.0

وتعكس الجداول السابقة ارتفاع عدد طلاب الجامعات الحكومية مقارنة بالجامعات الخاصة وهو أمر طبيعي بالنظر إلى قدم الجامعات الحكومية، وضخامة أعداد طلابها، مع حداثة الخاصة منها، وهو ما يماثل، تقريباً نسب الطلاب المنتمين إلى تلك الجامعات، بما يعني أن العينات تقدم تمثيلاً طبيعياً لواقع الطلاب في نمطي الملكية موضع المقارنة. كما تظهر الجداول أن المشاركين يمتلكون كل السمات الضرورية لهذا البحث، فهناك مشاركون في الجامعات الخاصة والحكومية من المناطق الحضرية والريفية والجديدة، محافظات الوجه القبلي والبحري والأقاليم والمدن الرئيسية؛ بما يعني أن المشاركين يأتون من خلفيات اقتصادية واجتماعية مختلفة محققين التنوع الضروري المطلوب لمثل هذه الدراسة. وفيما يتعلق بتوزيع الطلاب على السنوات الدراسية، جاء أغلب الطلاب من الفرقتين الأولى ثم الرابعة، كما يوضح الجدول التالي:

جدول (٥)
انتماء طلاب الإعلام إلى نمط الجامعة خاص أو حكومي

٢٠٢٤م		٢٠٢٢م		نمط الجامعة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
49.2	88	54.5	321	الأولى
14.0	25	17.5	103	الثانية
9.5	17	10.0	59	الثالثة
27.4	49	18.5	106	الرابعة
100.0	179	100.0	589	الإجمالي

ويوضح الجدول أن أغلب مفردات الاستبيان جاءت من الفرقة الأولى والرابعة، وهو أمر يحقق هدفين؛ أولهما أن طلاب الفرقة الرابعة قد أتموا دراسة معظم المواد بالكلية وبالتالي هم أدرى بما تم دراسته، بينما يسمح وجود طلاب الفرقة الأولى بإعادة سؤالهم في دراسة طويلة أخرى، إذا كان هناك

حاجة لذلك، مثلما تم مع طلاب الفرقة الأولى ممن أتم استبيان عام ٢٠٢٢م، حيث تم الرجوع إليهم في هذا الاستبيان الأخير من خلال أرقام هواتفهم أو بريدهم الإلكتروني.

ويوضح الجدول التالي توزيع المفردات المشاركة في الاستبيانين حسب النوع عام ٢٠٢٢م حسب النوع:

جدول (٦)

يوضح نوع الطلاب المشاركين في الاستبيانين

النوع	٢٠٢٢م		٢٠٢٤م	
	العدد	النسبة	التكرار	النسبة
الذكور	136	23.4	136	76.0
الإناث	445	76.6	43	24.0
المجموع	581	100	179	100.0

ويتضح من قراءة الجدول السابق أن عدد الطلاب الإناث أكبر من عدد الطلاب الذكور، وهو ما يتماشى مع حقيقة أن النسبة الأكبر من طلاب كليات الإعلام من الإناث، في إعادة للتأكيد على تمثيل عينة الدراسة للجمهور المستهدف من طلاب الإعلام.

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج اختبار الافتراضات:

الافتراض الأول: لا يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين نمط ملكية كلية الإعلام (خاصة أو حكومية) ومدى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية للطلاب بالكلية. لاختبار هذا الافتراض تم توجيه سؤال الى الطلاب حول تضمين الذكاء الاصطناعي في أي من المقررات الدراسية لديهم، وكانت إجابات الطلاب كما يوضح الجدول التالي:

جدول (٧)

إجابات الطلاب حول دراسة الذكاء الاصطناعي في أي من مقرراتهم عام ٢٠٢٢م

نمط الجامعة	نعم	لا	المجموع
حكومية	91	280	371
خاصة	77	135	212
الإجمالي	168	415	583

تم اختبار النتيجة باستخدام معامل ارتباط بيرسون لاختبار معنوية العلاقة بين متغيري نمط الملكية كمتغير مستقل، وتضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات الدراسية لطلاب كلية الإعلام كمتغير تابع، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون عند قيمة (٠.١٢٥) ليعكس علاقة طردية إيجابية ضعيفة، فيما جاءت

قيمة بي $p = 0.002$ عند مستوى معنوية 0.001 بما يعنى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية قوية بين نمط الملكية وتدریس الذكاء الاصطناعي أو تضمينه في مقررات دراسية، لصالح الجامعات الخاصة، كما جاء في تحليل برنامج SPSS، وهو ما يقودنا إلى قبول فرضية وجود علاقة بين متغير الملكية ومتغير تدریس الذكاء الاصطناعي ورفض الفرض الأول.

اختبار الافتراض الثاني:

الافتراض الصفري (H_0): لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين فترتي الدراسة (٢٠٢٢ و ٢٠٢٤م) في مستوى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية لكليات الإعلام، سواء كانت خاصة أو حكومية.

تم إجراء الدراسة الطولية في عام ٢٠٢٤م لاختبار هذا الفرض الثاني، وجاءت نتائج الاستبيان للإجابة على نفس السؤال السابق، كما يوضح الجدول التالي:

جدول (٨)

إجابات الطلاب حول دراسة الذكاء الاصطناعي ٢٠٢٤م

نمط الجامعة	نعم	لا	المجموع
حكومية	17	103	120
خاصة	16	43	59
الإجمالي	33	146	179

لتحديد الارتباط بين الملكية كمتغير المستقل وتضمين مقررات الذكاء الاصطناعي في المقررات الدراسية كمتغير تابع، جاءت قيمة الارتباط بين المتغيرين لمعامل بيرسون (0.157)، بينما بلغت قيمة بي p لاختبار دلالة معامل الارتباط (0.36)، وهي أقل من 0.05 بما يعنى وجود ارتباط دال إحصائياً بين متغير الملكية ومتغير تدریس مقررات الذكاء الاصطناعي، وهي نفس نتيجة تحليل الاستبيان الأول كما يوضح ذلك الجدول التالي لنتائج المقارنة بين قيمة معامل الارتباط، وقيمة بي في الاستبيانين:

جدول (٩)

نتائج مقارنة قيمة معامل الارتباط في الفترتين الزمنيتين

معامل بيرسون	٢٠٢٢م	٢٠٢٤م
معامل بيرسون	0.125	0.175
قيمة بي	0.002	0.036

يتضح من الجدول السابق أن قيمتي معامل بيرسون للفترتين في نفس الاتجاه ومتقاربة جداً، وتكاد تكون متطابقة، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون مقدار (0.125) في الاستبيان الذي أجري عام ٢٠٢٢، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.157) في الاستبيان الذي أجري عام ٢٠٢٤م، فيما

جاءت قيمة بي (٠.٠٠٢) عام ٢٠٢٢م، و(0.036) عام ٢٠٢٤م وكلا القيمتين لها نفس الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠١، صحيح أن قيمة معامل الارتباط في الاستبيان ٢٠٢٤م (٠.١٥٧) أعلى قليلاً من قيمة الاستبيان الأول (٠.١٢٥) إلا أن هذا الاختلاف البسيط يؤثر فقط إلى تعزيز الاتجاه لصالح الجامعات الخاصة، بدون تغيير في الاتجاه أو الكم، بما يعني عدم وجود فرق حقيقي بين الفترتين، مما يجعلنا نقبل الافتراض الصفري (H0) القائل بعدم وجود فرق بين فترتي الدراسة (٢٠٢٢م و٢٠٢٤م) في مستوى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية لكليات الإعلام، سواء كانت خاصة أو حكومية.

نتائج تساؤلات الدراسة:

س.١: كيف تم تضمين تقنيات الذكاء الاصطناعي في المناهج الدراسية الحالية لكليات ومعاهد وأقسام الإعلام؟

لمعرفة واقع تدريس الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام التي تضمنت مقرراتها تدريس موضوعات عن الذكاء الاصطناعي، أفاد الاستبيانان بعدم وجود مقرر كامل مختص بالذكاء الاصطناعي في الإعلام، حيث لم يذكر ١٠٠٪ من الطلاب وجود مثل هذا المقرر، بما يعني أن كل كليات الإعلام في مصر لم تتبن الاقتراح الخاص بتدريس مقرر كامل عن الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الإعلامية. وبسؤال عينة الدراسة حول دراستهم الذكاء الاصطناعي في إطار مقررات أخرى، جاءت إجاباتهم كما يبينها الجدول التالي:

جدول (١٠)

يوضح إجابة الطلاب على سؤال عن تدريس الذكاء الاصطناعي في كلياتهم

٢٠٢٤م		٢٠٢٢م		الاختيار
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
71.5	146	71.5	421	لا
28.5	33	28.5	168	نعم
100.0	179	100.0	589	المجموع

كما يوضح الجدول تقارب نسبة الطلاب في الدورتين ممن لم يدرس شيئاً عن الذكاء الاصطناعي في أي من المقررات الدراسية بكلياتهم.

وبحصر من أجاب بنعم في الاستبيانين، وفي إجاباتهم عن سؤال مرفق بالاستبيان عن المقررات التي تم في إطارها تدريس الذكاء الاصطناعي، جاءت إجاباتهم كالتالي: التربية الإعلامية، التلفزيون التفاعلي، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، التسويق، الإعلام الجديد، مادة إعلامية باللغة الإنجليزية، بحوث الصحافة، جمع وتحرير الأخبار، مهارات الاتصال، مادة استخدام الإنترنت في الإعلام.

س.٢- ما هو مستوى إدراك طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لفوائد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

هنا سياقان سيتم استكشافهما لدى طلاب الجامعة؛ أولهما سياق أكاديمي، يتعلق بفائدة تدريس الذكاء الاصطناعي بجامعاتهم، والثاني في إطار الفائدة المدركة للسياق المستقبلي المهني بعد التخرج، ولاستكشاف ذلك تم توجيه عدد من الأسئلة، أحدها حول مدى اتقادهم مع عبارة على مقياس ليكرت الخماسي تقول "سوف استفيد أكثر بدراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكلية"، وجاءت محصلة إجاباتهم كما يلي:

جدول (١١)
يوضح نتيجة توافق الطلاب مع فائدة دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي

الاختيار	التكرار	النسبة	المتوسط
١	22	3.8	4.08
٢	26	4.5	
٣	114	19.9	
٤	131	22.9	
٥	280	48.9	
المجموع	573	100.0	

يوضح الجدول أن نحو نصف الطلاب يوافق بشدة على أنه سيستفيد من دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكلية بينما يقع نحو ٧١٪ من المستبينة آراؤهم في منطقة الموافقة، وهو ما يؤكد متوسط إجابات الطلاب التي بلغت، وفقاً لبرنامج SPSS، (٤.٠٨) التي تقع في أعلى فئة "موافق" بانحراف معياري قدره ١.١٠٠. بما يؤكد إدراكهم بالفائدة التي سيحققونها بدراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي في كلياتهم .

ولقياس مستوى إدراك طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لفوائد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مسيرتهم المهنية بعد التخرج تم استكشاف درجة موافقتهم على تحقيق فائدة من استخدامه مهنيًا عبر

سؤالهم عن درجة اتفاقهم مع جملة على مقياس ليكرت الخماسي نقول: "سوف تخلق تقنيات الذكاء الاصطناعي فرص عمل مختلفة أكثر لطلاب الإعلام في المستقبل" كما يوضح الجدول التالي:

جدول (١٢)

يوضح إجابة الطلاب على سؤال عن خلق تقنيات الذكاء الاصطناعي فرص عمل لطلاب الإعلام

المتوسط	النسبة	التكرار	الاختيار
3.40	10.9	62	١
	13.2	75	٢
	30.7	174	٣
	15.5	88	٤
	29.6	168	٥
	100.0	567	المجموع

وفقاً لمتوسط إجابات الطلاب كما أوضحه برنامج SPSS عند (٣.٤٠) بانحراف معياري قدره (١.٣٢٥) فإن إجابات الطلاب تقع في فئة الموافق؛ بما يؤكد وجود الفائدة المدركة لمستقبلهم المهني من الذكاء الاصطناعي، وتم تأكيد ذلك بسؤال أكثر مباشرة جاء فيه: "تقنيات الذكاء الاصطناعي سوف تساعد على تحسين حياتك المهنية كإعلامي في المستقبل"، وجاءت نتيجة إجاباتهم كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (١٣)

يوضح إجابة الطلاب على تحسين تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلهم المهني

المتوسط	النسبة	التكرار	الاختيار
٤,٠٤	3.6	21	١
	4.2	24	٢
	21.5	124	٣
	26.2	151	٤
	44.4	256	٥
	100.0	576	المجموع

تقع إجابات الطلاب في منطقة الموافقة، حيث جاء متوسط إجابات الطلاب (٤.٠٤) بانحراف معياري قدره (١.٠٧٥) وبهذا تقع إجابات الطلاب في فئة الموافقة الأقرب إلى الموافقة بشدة.

إذن يمكن القول أن هناك أدلة واضحة على ارتفاع مستوى الفائدة المدركة لطلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، سواء في الجامعة عبر تعلمها، أو فائدتها المهنية عليهم في المستقبل.

س.٣- ما هو مستوى إدراك طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لسهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

لاستكشاف مدى إدراك الطلاب لسهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تم في البداية سؤالهم عن مدى معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت إجاباتهم عن سؤال يقول: "هل تعلم ما هي تقنيات الذكاء الاصطناعي"، كما يوضح الجدول التالي:

جدول (١٤)

يوضح إجابة الطلاب على سؤال حول معرفتهم بالذكاء الاصطناعي

الاختيار	التكرار	النسبة
لا	232	39.5
نعم	355	60.5
المجموع	587	100.0

يوضح الجدول أن أكثر من ٦٠٪ من الطلاب لديه علم بماهية تقنيات الذكاء الاصطناعي. وللتأكد من سهولة الاستخدام بشكل حاسم، تم وضع سؤال حول سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المدمجة بالوسائط الاجتماعية، التي يستخدمونها جميعاً وبكثافة شديدة، حيث جاء السؤال كالتالي: "هل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائط الاتصال الاجتماعي بسهولة" أجاب ٧٣٪ من الطلاب بنعم كما يوضح الجدول التالي:

جدول (١٥)

يوضح استجابة الطلاب لسؤال حول سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

الاختيار	التكرار	النسبة
لا	158	27.0
نعم	428	73.0
المجموع	586	100.0

تبين إجابات السؤالين السابقين وجود أدلة واضحة على ارتفاع مستوى السهولة المدركة لدى طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

س.٤- ما هي مستويات نوايا طلاب كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لتعلم واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

بناءً على سهولة الاستخدام المدركة والمنفعة المدركة لدى الطلبة حول تقنيات الذكاء الاصطناعي انتقلنا إلى السؤال عن العنصر الثالث في نموذج تقبل التكنولوجيا، عبر السؤال عن النوايا الموجودة لدى الطلبة لتعلم الذكاء الاصطناعي بحكم أنه نشاطهم الحالي، وعن نية استخدامهم للذكاء الاصطناعي مهنيًا في المستقبل، وهو ما توضحه إجاباتهم على سؤالين؛ أولهما رغبة الطلاب في دراسة الذكاء الاصطناعي في مقرراتهم الجامعية، ففي إجابة عن سؤال: "هل ترغب في دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام في مقرراتك الدراسية" أجاب قرابة ٧٠٪ من الطلاب بنعم كما يوضح الجدول التالي:

جدول (١٦)

يوضح إجابة الطلاب على سؤال رغبتهم في تعلم تقنيات الذكاء الاصطناعي

الاختيار	التكرار	النسبة
لا	183	31.2
نعم	404	68.8
المجموع	587	100.0

من قراءة الجدول يتضح إيجابية نية الطلاب بعد أن أبدى ثلثهم الرغبة في دراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها الإعلامية في مقرراتهم الدراسية في كلياتهم.

ثاني الأسئلة جاء فيه: "هل لديك نية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المستقبل في عملك الإعلامي؟" أجاب نحو ثلثي الطلاب بنعم كما يوضح الجدول التالي:

جدول (١٧)

يوضح نية الطلاب للاستخدام المهني لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المستقبل

الاختيار	التكرار	النسبة
لا	218	37.1
نعم	369	62.9
المجموع	587	100.0

أوضحت الإجابات السابقة وجود نية لدى الطلاب لتعلم تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولإستخدامها؛ مما يمكن معه القول بوجود أدلة واضحة على وجود النية لتعلم واستخدام الذكاء الاصطناعي في مرحلة الجامعة وفي مسارهم المهني.

مناقشة نتائج الدراسة:

حاولت الدراسة تقديم رؤية لجناحي العملية التعليمية في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام في الجامعات المصرية من طلاب وكليات، في إطار مقارنة بين الجامعات الحكومية والخاصة، فعلى مستوى الكليات والمقررات التي يدرسها الطلاب، أثبتت نتائج الدراسة صحة فرض وجود ارتباط ذي دلالة إحصائية بين نمط ملكية كلية الإعلام (خاصة أو حكومية) ومدى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية للطلاب بالكلية، حيث وجد فارق ذو دلالة إحصائية لصالح الجامعات الخاصة، بما يعني أنها تميل إلى تضمين أكثر للذكاء الاصطناعي في مقرراتها، وبهذا تؤكد الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نمط الملكية الخاصة لكليات الإعلام وتدریس الذكاء الاصطناعي، وهو ما يفسره ما توصل إليه كل من (سيد ٢٠٢٠م، وطلعت والسعيد ٢٠٢٠م) من أن كليات الإعلام بالجامعات الحكومية تعطي أولوية في برامجها لتعليم المهارات الأساسية على حساب المهارات التكنولوجية عكس الجامعات الخاصة التي تمنح مساحة أكبر لإكساب طلبتها المهارات التكنولوجية والتقنية.

ووفق نتائج الدراسة تبدو الجامعات المصرية، خاصة الحكومية منها، بطيئة في الاستجابة للتطورات التكنولوجية، وهو ما يتفق مع ما توصل إليه (Sivek 2013) بأن المقررات الدراسية الحالية لا تواكب التغيرات في الصناعات الإعلامية. وتتفق النتائج أيضًا مع الإطار الأكبر الذي توصل إليه الطويسى (٢٠١٨م) من عدم إدخال الدول العربية التكنولوجيا الرقمية في برامجها وخططها التدريسية والعملية بدراسة كافية.

ومن جهة أخرى لم تصل الدراسة إلى أدلة حول تدریس مقررات خاصة بالذكاء الاصطناعي، بينما وجدت الدراسة تضمينًا في بعض المقررات المتباعدة الهدف والمحتوى لبعض جوانب الذكاء الاصطناعي المرتبطة بهذا المحتوى، مع عدم وجود تغير ذي دلالة خلال فترتي الدراسة (٢٠٢٢ و ٢٠٢٤م) في مستوى تضمين الذكاء الاصطناعي في المقررات والمناهج الدراسية لكليات الإعلام الخاصة أو الحكومية. وهو ما يعيد التأكيد على ما توصل إليه (موسى، ٢٠٢٣م) من أن المناهج الدراسية الحالية لا تواكب التغيرات في الصناعات الإعلامية.

من جهة أخرى تنوعت المقررات التي تم في إطارها تدریس الذكاء الاصطناعي، ومنها: التربية الإعلامية، التليفزيون التفاعلي، التسويق، مادة إعلامية باللغة الإنجليزية، بحوث الصحافة، جمع وتحرير الأخبار، مهارات الاتصال، وهي مقررات لا يجمعها رابط واحد من حيث هدف المقرر الدراسي أو مضمونه، ولا يمكن تفسير هذه النتيجة إلا بأن ذلك جاء بمبادرة شخصية من أساتذة هذه المواد، وهو ما يحتاج إلى استكشاف في دراسات أخرى.

أما على مستوى تقبل الطلاب أنفسهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي، فهو ما تم بحثه عبر تساؤلات الدراسة المبنية على نموذج تقبل التكنولوجيا، ففيما يتعلق بإدراك الفائدة والسهولة ونية الطلاب لتعلم واستخدام الذكاء الاصطناعي في كلياتهم، وبعد التخرج؛ فقد أثبتت الدراسة وجود إدراك للسهولة والفائدة

وجود نية الاستخدام، وهو ما يتوافق مع ما توصل إليه كل من (السمان ٢٠٢٢، Dabbous et al., 2022، Prasetyo & Ong 2021، Hanyoung et al. 2020، Taylor 2018) من أهمية الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة على نية الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا، وهو ما يصل بنا إلى خلاصة أن نتائج الدراسة جاءت مطابقة لنموذج تقبل التكنولوجيا (TAM)

كان الهدف الرئيس لهذه الدراسة مساعدة الأساتذة وصناع السياسات التعليمية على إدراك أهمية هذا التطور التكنولوجي المتمثل في تطبيقات الذكاء الاصطناعي الإعلامية، والدعوة للتفكير في تدريس الذكاء الاصطناعي كوسيط إعلامي، والعمل على تأهيل الطلاب أكاديميًا ومهنيًا لأبعاده الوظيفية، لأنه موضوع مهم متعلق بالمستقبل لم يحظ باهتمام أكاديمي كاف. وعلى أمل تحقيق هذا الهدف فإن نتائج الدراسة تفتح الباب أمام المزيد من البحث في استخدام الذكاء الاصطناعي، ليس فقط في إطار المقررات الدراسية، ولكن في عملية التدريس ذاتها مع التركيز على البعد العملي لتأهيل الطلاب، وتأهيل وتدريب أعضاء هيئة التدريس، يساعدنا في المطالبة بذلك ما توصلت إليه الدراسة من وجود استعداد وإدراك ونية متعلقة بالذكاء الاصطناعي لدى طلابنا، بما يؤكد على استعداد مصر لتوظيف الذكاء الاصطناعي إعلاميًا وهو ما يعد علامة جيدة لمستقبل صناعة الإعلام في مصر.

محدودية الدراسة:

بينما قدمت هذه الدراسة رؤى قد تكون مفيدة حول واقع ومستقبل تدريس الذكاء الاصطناعي، فإن لها محدوديتها المؤكدة التي يجب التعامل معها والمتمثل بعضها فيما يلي:

بينما كان التركيز هنا على الإدراك للفائدة وسهولة الاستخدام والنية باعتبارها عوامل مهمة لقياس استعداد طلاب مصر للتعامل مع هذه التكنولوجيا، فإن طبيعة الذكاء الاصطناعي تقتضي مهارات ذهنية وبرمجية معينة لم تتناولها الدراسة، فمؤهلات الطلاب للتعامل مع الذكاء الاصطناعي كانت غائبة عن هذه الدراسة، ما يعد أحد الثغرات التي يجب معالجتها عبر تناول ودراسة البعد التقني والبرمجي المرتبط بالذكاء الاصطناعي، ومحاولة الوصول إلى المهارات المعرفية والذهنية و العامة والعملية المطلوبة لهذا المجال الجديد إعلاميًا.

أحد القيود التي عانت منها الدراسة متمثلة في طبيعة المنهج المقارن الذي يجلب ويضيف تحدي ترجمة وتفسير نطاق واسع من المعطيات، وهو ما لم تتمكن الدراسة من تلبينه في النطاق الزمني لها، وبالتالي لم يتم المقارنة بين فترتي الدراسة فيما يتعلق بوجود فروق في إدراك المنفعة أو سهولة الاستخدام أو نية الاستخدام لدى الطلاب.

لعل التناقض الأبرز في الدراسة يتمثل في شبه التطابق بين نسبة من لم يدرس أي موضوع عن الذكاء الاصطناعي خلال فترتي الدراسة، وهو ما يتناقض مع الاهتمام المتزايد الذي حققه الذكاء الاصطناعي، ويمكن تفسير هذه النتيجة بسريان نفس اللوائح الدراسية في الكليات خلال فترة الدراسة،

حتى من قام بتغيير اللوائح منها، فلم ينعكس ذلك في الاستبيان الذي بين يدينا لعدة أسباب منها الفترة الزمنية التي يستغرقها تعديل اللائحة والحصول على موافقة لجنة القطاع عليها ثم تطبيقها بعد ذلك، كما أن بعض هذه الكليات تضمنت تعديلاتها دراسة الذكاء الاصطناعي في الفرقة الثالثة، بما يعني عملياً أنه في إطار اللائحة الجديدة لن يتم تدريس الذكاء الاصطناعي كمقرر قبل العام الدراسي القادم ٢٠٢٤-٢٠٢٥م، وهو ما يستدعي مزيداً من الدراسات لتقييم ذلك التطبيق.

من المهم ملاحظة أن نتائج هذه الدراسة محدودة على الكليات التي تم مسحها في فترتي الدراسة ولا تقدم كل المعلومات المطلوبة لتقديم تفسير شامل لوضع مقررات الذكاء الاصطناعي في كليات الإعلام في مصر، كما أن البحث اعتمد على استبيان آراء الطلاب فقط، ولم يتم بتحليل مضمون اللوائح الجامعية بكليات الإعلام أو توصيف المقررات بها، كما لم يتم استكشاف هل ما تم تدريسه جاء في إطار محاضرة أو عدد من المحاضرات (Module) وهو ما يحتاج إلى مزيد من التحليلات، وأطر منهجية وأدوات بحث مختلفة.

اقتراحات مستقبلية:

قد تكون هناك حاجة إلى إجراء دراسات إضافية لفهم تأثير نمط ملكية المؤسسات الأكاديمية في إطار دولي مقارنة لدراسة تجارب دول أخرى في هذا الشأن.

قد يكون من الملائم العمل على إحداث تغيير جوهري في طرق تعديل اللوائح الدراسية لكليات الإعلام التي تتطلب موافقة القطاع بالمجلس الأعلى للجامعات، مما يستهلك فترة طويلة ما بين الإعداد والاعتماد والتطبيق، وتشرط تخريج دفعة قبل إجراء تعديل على اللوائح السارية في كليات الإعلام الجديدة.

قد يكون الحل الأسرع المناسب استخدام المقررات الحالية وتدريس الذكاء الاصطناعي في أكبر قدر ممكن منها، خاصة العملية منها.

هناك حاجة لإجراء دراسات حول البنية التحتية المطلوب تزويد كلياتنا بها لتحقيق أفضل نتيجة لدراسة التطبيقات الإعلامية للذكاء الاصطناعي.

نقترح ألا يقتصر البحث على توظيف الذكاء الاصطناعي على تطبيقاته الإعلامية، ولكن تطبيقاته التعليمية وكيف يحقق أعلى تفاعل ومردود للطالب والعملية التعليمية ككل.

بينما كان التركيز على كليات الإعلام في مصر، في الدراسة التي بين أيدينا، مدفوعاً بأهمية تطبيقاته الإعلامية وتغلغلها في كافة التخصصات الإعلامية، فهناك حاجة للخروج من هذا النطاق الضيق إلى نطاق متعدد ومتداخل interdisciplinary مع تخصصات تقنية كالهندسة والبرمجة وعلوم الكمبيوتر.

هناك أهمية لتحليل وجهات نظر أصحاب العمل وتوقعاتهم وتقييمهم وتحديد مهاراتهم الذكاء الاصطناعي المطلوبة لتوظيف خريجي كليات الإعلام.

مراجع الدراسة:

- إسماعيل، هبة صبحي جلال. (٢٠٢٣م). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم بمصر في ضوء تجربتي الإمارات العربية المتحدة و هونج كونج، مجلة جامعة مطروح للعلوم التربوية والنفسية ٤ (٦)، ٩٠-٢.
- بريك، أيمن محمد إبراهيم. (٢٠٢٢م). تطبيقات الميتافيرس وعلاقتها بمستقبل صناعة الصحافة الرقمية - دراسة استشرافية خلال العقدين القادمين. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ٧٨(٢-١)، ٤٥-٧٦.
- حميدان، رولا محمد محمود، و الحواتمة، محمد خلف دعسان. (٢٠٢٤م). دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة التعليم في الأردن ومعوقاته من وجهة نظر المعلمين. *مجلة الدراسات والبحوث التربوية*، العدد ١١، ٤.
- الراجحي، مناور بيان. ٢٠١١م. بحوث إشكاليات التأهيل والتدريب في أقسام الإعلام وكلياته بالجامعات العربية دراسة تقويمية مجلة *الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية* ١١(٢). ٣٦-١٨.
- السمان، أحمد حسن. ٢٠٢٢م. اتجاهات الصحفيين في وكالات الأنباء نحو واقع ومستقبل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي: وكالة أبناء الشرق الأوسط (دراسة حالة) في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا التفاعلية، مجلة *بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ١٠(٤٠)، ٣١٧-٢٣٧.
- سيد، أميرة محمد. ٢٠٢٠م. تصور مقترح الارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية: دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين، مجلة *البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام ٥٤ (٦) 3745-3764
- طلعت، سارة. والسعيد، نفيسة ٢٠٢٠م. واقع ومستقبل التأهيل الأكاديمي للمحرر المتكامل في برامج الإعلام في مصر مجلة *البحوث الإعلامية* جامعة الأزهر كلية الإعلام ٤٥(٧) ٤٧٨٦-٤٦٨٥
- الطوبسي، باسم. ٢٠١٨م. حالة نظم تعليم الصحافة والإعلام في دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: مشكلات قديمة مستمرة وتحديات جديدة الأردن: معهد الإعلام الأردني ص ص ٦٥-١
- عبد الحميد، عمرو. (٢٠٢٠م). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، مجلة *البحوث الإعلامية*، ٥٥(٥٥-ج٥)، ٢٧٩٧-٢٨٦٠.
- موسى، عيسى عبد الباقي. ٢٠٢٣م. تأثير التحولات في البيئة الرقمية على أجندة البحث في دراسات تعليم الصحافة خلال الفترة من ٢٠٢٠-٢٠١٠م دراسة تحليلية نقدية من المستوى الثاني. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*. ١٣(٢٠٢٣م). ٩٧-١٦٦
- المومني، ليلى محمود محمد. (٢٠٢٤م). مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من قبل المعلمين في المدارس الدامجة في محافظة عجلون. *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*، ٥(٥)، ٣٥٢-٣٥٧. <https://typeset.io/pdf/effects-of-age-gender-familiarity-with-the-content-and-1zoth6xy1t.pdf>

References:

- Alwin DF, Campbell RT. (2001). Quantitative approaches. Longitudinal methods in the study of human development and aging. In: Binstock RH, ed. *Handbook of aging and the social sciences*, 9th edn. San Diego: Academic Press, 22-43.
- Anstey, K. J., & Hofer, S. M. (2004). Longitudinal designs, methods, and analysis in psychiatric research. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 38(3), 93-104. doi: 10.1080/j.1440-1614.2004.01343.x
- Beckett, C. (2020). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence*. London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications.

- Biswal, S. K., & Gouda, N. K. (2020). Artificial intelligence in journalism: A boon or bane? *Optimization in Machine Learning and Applications*. 155-167. Springer. 10.1007/978-981-15-0994-0_10
- Boyle MH, Willms JD. Multilevel modelling of hierarchical data in developmental studies. *Journal of Child Psychology and Psychiatry* 2001; 42:141–162.
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673-695. [DOI: 10.1177/1077699018820218]
- Cali, Dennis. (2017). The sacramental view of Marshall McLuhan, Walter Ong and James Carey. *Explorations in Media Ecology*. 16. 139-156. 10.1386/eme.16.2-3.139_1.
- Chowdhury, S., Dey, P., Joel-Edgar, S., Bhattacharya, S., Rodriguez-Espindola, O., Abadie, A. and Truong, L. (2022). Unlocking the Value of Artificial Intelligence in Human Resource Management through AI Capability Framework. *Human Resource Management Review*, 33(1), p.100899
- Dabbous, A., Aoun Barakat, K. and Merhej Sayegh, M. (2022), "Enabling organizational use of artificial intelligence: an employee perspective", *Journal of Asia Business Studies*, 16 (2), 245-266. <https://doi.org/10.1108/JABS-09-2020-0372>.
- Dan Gillmor 2016 Towards a New Model for Journalism Education *Journalism Practice* vol 107 pp. 815-819. –
- Danzon-Chambaud, S. (2021). *A systematic review of automated journalism scholarship: guidelines and suggestions for future research*. *Open Research Europe*, 1. [DOI: 10.12688/openreseurope.13096]
- Dorr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700–722.
- Elish, M. Hwang, T. (2017). *An AI pattern language*. Data & Society,
- Felt, T. (2013). *Technosphere Culture: Media, Technics, and the Religious Sphere*. London: Routledge.
- Gibbons RD, Hedeker D, Elkin I. (1993). Some conceptual and statistical issues in analysis of longitudinal psychiatric data. *Archives of General Psychiatry* 1993; 50:739–750
- Goni, M. A., & Tabassum, M. (2020). Artificial intelligence (AI) in journalism: Is Bangladesh ready for it? A study on journalism students in Bangladesh. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 6(4), 209-228.
- Graefe, A. Haim, M. Haarmann B. Brosius H-B. (2018). Readers' perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. *Journalism*, 19(5), 595-610. doi:[10.1177/1464884916641269](https://doi.org/10.1177/1464884916641269)
- Hanyoung. Go, Myunghwa, Kang. SeungBeum, Suh. (2020). Machine learning of robots in tourism and hospitality: interactive technology acceptance model (iTAM) – cutting edge. *Tourism Review*, 75(4), 625:636.
- Jaiswal, A., Arun, C.J. and Varma, A. (2021). Rebooting employees: upskilling for artificial intelligence in multinational corporations. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(6), pp.1–30. doi:<https://doi.org/10.1080/09585192.2021.1891114>
- Khan, M. H. (2023). *The impact of artificial intelligence on the media industry* (Master's thesis, Uppsala University, Department of Informatics and Media).
- Kothari A. & Hickerson A. (2020). Challenges for journalism education in the era of automation. *Media Practice and Education* vol. 123 pp. 212–228.

- Lee, H.-H. Chang, E. (2021). Consumer Attitudes Toward Online Mass Customization: An Application of Extended Technology Acceptance Model. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16(16), 171:200.
- Linden, C. G. (2017). Decades of automation in the newsroom. *Sociology*, 52(2), 123-140. [DOI: 10.1177/0038038516116079]
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the impact of artificial intelligence on journalism: The perception of experts, journalists, and academics. *Communication & Society*, 35(3), 105-121.
- Papacharissi Z (2015) We have always been social. *Social Media + Society* 1(1): 581185.
- Prasetyo, Y. T., & Ong, A. K. S. (2021). Determining factors affecting acceptance of e-learning platforms during the COVID-19 pandemic: Integrating extended technology acceptance model and DeLone & McLean IS success model. *Sustainability*, 13(15), 8365. [DOI: 10.3390/su13158365]
- Qirqaji, A. D. (2023). Employing artificial intelligence applications and their importance in the educational process from the point of view of computer teachers. *Journal of Educational and Psychological Sciences*, 7(42), 65 – 86
- Rangraz, M. and Pareto, L. (2020). Workplace work-integrated learning: supporting industry 4.0 transformation for small manufacturing plants by reskilling staff. *International Journal of Lifelong Education*.1–18. doi:https://doi.org/10.1080/02601370.2020.1867249.
- Schaie KW, Hofer SM. Longitudinal studies in aging research. In: Birren JE, Schaie KW, eds. *Handbook of the psychology of aging*. 5th ed. San Diego: Academic Press 2001; 53–77
- Shields, R. (2018, July 6). What the media industry really thinks about the impact of AI. <https://www.thedrum.com/news/2018/07/06/what-themediaindustry-really-thinks-about-the-impact-ai>.
- Sivek, S. C. (2013, August). Do journalists need a journalism degree? Educators and practitioners disagree. *MediaShift*
- Spillman, L., Kuban, D., & Smith, A. (2017). Words Du Jour: An Analysis of Traditional and Transitional Course Descriptors at Select J-Schools. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(2), 198-211.
- Stranne, T. B. (2011). *The McLuhan Moment: Technopoly, Media Theory, and 1960s America*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Taylor, A. (2018). The impact of employability on technology acceptance in students: Findings from Coventry University London. *Journal of Pedagogic Development*, 8(3), 19-25.
- Thong, J. Y. L., & Yap, C. S. (2005). The effects of educational technology acceptance on students' learning experiences. *Journal of Educational Computing Research*, 32(4), 307-328.
- Tuomi, I. (2018). The impact of artificial intelligence on learning, teaching, and education. In M. Cabrera, R. Vuorikari, & Y. Punie (Eds.), *Policies for the future* (EUR 29442 EN). Publications Office of the European Union. doi: 10.2760/12297
- Wierson M, Forehand R. Introduction to special section. The role of longitudinal data with child psychopathology and treatment: Preliminary comments and issues. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 1994; 62:883–886.
- Zamith, R., & Haim, M. (2020). Algorithmic actants in practice, theory, and method. *Media and Communication*, 8(3), 1-4. [DOI: 10.17645/mac.v8i3.3395]

- Zhang, X. Zhong, Z. (2020). Extending media system dependency theory to informational media use and environmentalism: A cross-national study, *Telematics and Informatics*, 50. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101378>.
- Zysman, John. 2006. "The Algorithmic Revolution---the Fourth Service Transformation." *Communications of the ACM* 49 (7): 48

Students' Acceptance of Artificial Intelligence in Egyptian Media Schools :A Longitudinal Comparative Study between Public and Private Universities^(*)

Dr. Ahmed Hassan El-Saman

a_elsaman@hotmail.com

*Associate Professor of Media,
Head of Mass Communication Dep.,
School of Humanities and Social Sciences
Badr University in Cairo*

Abstract

This study aimed to examine the applicability of the technological determinism theory to media schools as social institutions pressured to adapt to the growing adoption of artificial intelligence (AI) technologies. The study investigated students' acceptance of AI in Egyptian media schools and compared its integration into curricula between public and private universities. Methodology:

A longitudinal research design employing a survey instrument was used. The survey was administered in two rounds:

- Round 1: Conducted in 2022, with 589 students participating.
- Round 2: Conducted in 2024, with 179 students from the same sample population participating.

Results:

The study yielded the following key findings:

- Statistically significant differences exist in the integration of AI into the curricula of public and private universities, favoring the latter. This trend showed a slight increase in the second round of the survey.
- Variables associated with students' acceptance of AI instruction include perceived usefulness, perceived easiness, and intention to use AI in both their current coursework and future professional careers.

Conclusions:

The study confirmed the acceptance of AI among Egyptian media students, and that Egyptian universities are introducing changes to incorporate AI into their curricula. This was found to be statistically significant in favor of private universities compared to public ones in Egypt.

Keywords: Artificial Intelligence, Media Schools, Technology Acceptance Model, Technological Determinism Theory, Egypt, Private Universities, Public Universities.

(*) The Research was received on June 30, 2024, and accepted for publication on September 02, 2024.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

Egyptian Public Relations Association

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Advisory Board **

JPRRME

Prof. Dr. Aly Agwa, (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer, (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty, (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad, (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned, (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef, (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya, (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar, (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban, (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi, (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef, (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat, (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour, (Jordan)

Professor of Public Relations & Former Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.



Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Ahmed Hassan El-Saman - Badr University in Cairo*
**Students' Acceptance of Artificial Intelligence in Egyptian Media Schools:
A Longitudinal Comparative Study between Public and Private Universities** 7
- *Associate Prof. Dr. Noha Al-Sayed Ahmed Naser - King Abdulaziz University*
The Image of Saudi Women in Website Advertisements: A Semiological Study 8
- *Dr. Sara Hamza Abdullah Al-Sisi - Al-Azhar University*
**The Treatment of International News Websites in Arabic for Food Security Issues:
An Analytical Study** 10
- *Dr. Mohamed Rashad Ahmed - Liwa College - Abu Dhabi*
**The Future of Government Communication in the Metaverse Era from
the Perspective of Academics** 11
- *Dr. Nadia Koutb Ibrahim Aly - Al-Azhar University*
**The Elite Media's Evaluation of the Content and Performance of the Egyptian
Channel "AlWathaeqya": A Critical and Field Study** 12
- *Abeer Faisal Hamed Alghamdi - King Faisal University*
**Impact of Misleading Product Reviews on Purchase Decisions
of Saudi Consumers** 13

Abstracts of Arabic Theses:

- *Riyadh bin Nasser Mohammed Al-Furaiji - Imam Muhammad Bin Saud Islamic University*
**PhD Abstract: Strategic Planning for Audio-Visual Content and its Relationship to
Competitive Forces in Saudi Media Production Companies** 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
Egyptian Public Relations Association
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2024@APRA

www.jprr.epra.org.eg