

المضامين المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات: دراسة ميدانية

في التعرض واكتساب المهارات لدي طلاب الإعلام

سارة خليفة سيد عيسى

باحثة ماجستير - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا

أ.د./إيمان محمد أحمد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية - جامعة المنيا

أ.م.د /محمد أحمد خليفة

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي-كلية التربية النوعية - جامعة المنيا

أ.م.د./أميمة أحمد رمضان

أستاذ الصحافة المساعد بقسم الإعلام التربوي-كلية التربية النوعية- جامعة المنيا



مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/JEDU.2024.312889.2102

المجلد العاشر. العدد 55 . نوفمبر 2024

الترقيم الدولي

P-ISSN: 1687-3424

E- ISSN: 2735-3346

<https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري

<http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

موقع المجلة

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية



المضامين المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات: دراسة ميدانية في التعرض

واكتساب المهارات لدي طلاب الإعلام

سارة خليفة سيد، أ.د./إيمان محمد أحمد، أ.م.د./محمد أحمد خليفة، أ.م.د./أميمة أحمد رمضان
مُلخص:

هدف البحث إلى التعرف على المضامين المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات: دراسة ميدانية في التعرض واكتساب المهارات لدي طلاب الإعلام، ويُعد هذا البحث من البحوث الوصفية حيث اعتمدت الباحثة علي المنهج الوصفي واستخدمت أسلوب المسح الإعلامي، واعتمد علي الدراسة الميدانية علي عينة عمدية قوامها(300) مفردة من طلاب جامعات(المنيا، بني سويف الأهلية، مصر للعلوم والتكنولوجيا)، وأهم نتائج البحث التي توصلت إليها الباحثة: ارتفاع نسبة متابعة المضامين المقدمة بتقنية الروبوت بدرجة متوسطة في الفضائيات من قبل طلاب الإعلام عينة الدراسة بنسبة(71.7%) في المرتبة الأولى، أشارت النتائج أن القنوات العربية جاءت في المرتبة الأولى من حيث القنوات الفضائية الإخبارية المفضلة للمبحوثين بنسبة بلغت(32.7%)، ثم تلتها القنوات الأجنبية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت(27.7%)، بينما جاءت القنوات المصرية في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت(24%)، بينما جاءت درجة تعرض عينة الدراسة للمضامين عبر الوسائط ف جاء "موقع القناة علي الفيسبوك" في المرتبة الأولى بدرجة كبيرة(35.2%)، بينما جاء "موقع القناة علي تويتر" في المرتبة الثانية بدرجة كبيرة(25.3%)، وجاء "موقع القناة علي الإنترنت" بدرجة كبيرة(22.3%)،تتوعد أسباب اهتمام عينة البحث بمتابعة الأخبار الخاصة بتقنية الروبوت حيث جاءت لتطوير ذاتي وتنمية مهاراتي وتحسين أدائي الإعلامي" في المرتبة الأولى بنسبة(76%)، ثم لتقديمها معلومات تفاعلية وحيوية أكثر دقة" في المرتبة الثانية بنسبة (74.3%)، في حين جاءت "لفهم أعمق لتقنيات الذكاء الاصطناعي" في المرتبة الثالثة بنسبة (70%)

الكلمات المفتاحية: المضامين الإعلامية، تقنية الروبوت، الفضائيات، مهارات، طلاب الإعلام.

Content Presented Via Robot Technique in Open Channels: A Field Study in Exposure and Obtain Skills to Media Students

Abstract

The research aimed to identify the contents presented via robot technology on satellite channels: a field study on exposure and acquisition of skills among media students. This research is considered, a descriptive research, as the researcher relied on the descriptive approach and used the media survey method. The research was applied in the field on a deliberate sample of (300) individuals from students of the (Minya, Beni Suef Private, Misr for Science and Technology). universities The most important research results that the researcher reached: The percentage of following the contents presented via robot technology increased to a moderate degree on satellite channels by media students in the study sample by (71.7%) in first rank. The results indicated that Arab channels came in first place in terms of the respondents' favorite news satellite channels by a percentage of (32.7%), followed by foreign channels in second place by a percentage of (27.7%), while the degree of exposure of the study sample to the contents via the media came as "the channel's website on Facebook" came in first place by a large degree (35.2%), and "the channel's website" came in a large degree (22.3), the reasons for the research sample's interest in following news related to robot technology varied, as "to develop myself, enhance my skills and improve my media performance" came in first place with a percentage of (76%), then "to provide more accurate interactive and vital information" came in second place with a percentage of (74.3%)

Keywords: Media content, robot Technique, satellite channels, skills, media students

مقدمة البحث:

ساهم التطور التكنولوجي في مجال الاتصال في ثورة كبيرة انعكست آثارهم علي العملية الاتصالية بمفهومها الشامل، سواء فيما يتعلق بتحرير المادة الإعلامية، أو تقديمها أو نشرها عبر المنصات الإعلامية الرقمية التي غيرت أنماط المحتوى الإعلامي، وتعد تقنيات الذكاء الاصطناعي العمود الفقري للعملية الإعلامية في وقتنا الحالي، وظهر تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي، حيث أحدثت تحولات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام علي التأثير ومخاطبة الرأي العام، ووفرت أدوات أكثر ذكاءً وتقدماً وسرعة في نقل الخبر إلي المتلقي وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، وهذا التطور يشمل وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، إضافة إلي شبكات التواصل الاجتماعي.

وكذلك إنشاء الكثير من المراكز العلمية والبحثية المتقدمة في أبحاث الروبوتات، حيث يقدم (مذيع الروبوت - المذيع التراكبي) الذي تم تركيبه وصناعته لتقديم النشرات الإخبارية باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي بفضل الخوارزميات الرائدة وأحدث تكنولوجيا لتركيب الكلام وتحديد الصور والتعلم العميق، كما يشبه المذيع الروبوت الانسان ويحاكي تعبيرات الوجه والتصرفات الطبيعية ليصبح صورة مشابهة للمذيع البشري المحترف، ولعل الثورة الروبوتية في مجال الأخبار أصبحت ابتكاراً واختراعاً تقنياً حديثاً في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي، كما أنها أول تجربة منجزة لدمج التسجيل الصوتي والفيديو في الوقت الحقيقي مع شخصية افتراضية من خلال تقنية الذكاء الاصطناعي، وهذا ما دفع المؤسسات الإعلامية لتوظيف تقنية الروبوت في مجالات العمل الإعلامي، ليظهر نمط الروبوت الإعلامي في تقديم نشرات الأخبار وجمع المادة الإعلامية وتحريرها، وغيرها من الأدوار الإعلامية المختلفة.

ونظراً لتدفق هذه التطورات فإن العمل الإعلامي يفرض على الإعلاميين ضرورة امتلاك مجموعة من المهارات الإعلامية في مقدمتها "القدرة على التعامل مع تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ومهارات الكتابة والتصوير والتصميم الفني والترجمة والقدرة للوصول للمعلومات وتحليلها ومهارة البحث والإلقاء وغيرها.

الإطار المعرفي:

أولاً: مفهوم الروبوت:

يُعرف الروبوت بأنه منظومة ميكانيكية أو آلة لكل الأغراض وهي مزودة بأطراف وجهاز لذاكرة Memorydevic، لأداء تتابع محدد مسبقاً من الحركات، وهي قادرة علي الدوران والحلول محل العامل البشري بواسطة الأداء الأوتوماتيكي للحركات (حورية عبدالله، 2015، 6)

تقنية المذيع الروبوت: هو مذيع باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي والخوارزميات الرائدة يعتمد على تكنولوجيات تركيب الكلام وتحديد الصور والتعلم العميق للآلات، يقوم بوظائف المذيع البشري المحترف حيث يتم دمج التسجيل الصوتي والفيديو في الوقت الحقيقي مع شخصية المذيع الافتراضية من خلال تقنية الذكاء الاصطناعي لتوفير بث إخباري بأشكال متعددة وفعالية خارجة عن الحلول التقليدية المتبعة في مجمل المنصات الإعلامية حول العالم. (منة الله، 2021، 1412)

تجربة المذيع الروبوت:

في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي والروبوت، لن يقتصر الأمر في المستقبل علي تحرير الأخبار فقط، بل قد تشاهد روبوتا يقدم لك نشرات الأخبار علي شاشات التلفزيون، فالروبوت "إريكا" أصبحت قادرة علي قراءة الأخبار التلفزيونية في اليابان، بعد سنوات طويلة من التطوير علي يد المصمم "هيروشي إيشيغورو"، الذي يقول سنستبدل بأحد مقدمي الأخبار الروبوت، كما أن ميكروسوفت قد أطلقت في عام 2015، أول روبوت تلفزيوني Xiaoice، والذي قدم وقتها الأخبار الصباحية في الصين (محمود علم الدين، 2020)، ويمكن باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إنتاج نشرات إخبارية مهارة بشكل كامل بدون تدخل بشري، فباستخدام الروبوتات الموجودة في مكان الحدث يمكن نقلها الصوت والصورة بكفاءة عالية، وهو ما يشكل نقلة نوعية في عمل المراسل الإخباري خصوصا في مناطق الحروب والأماكن الخطرة كأعلي الجبال أو أعماق المحيطات، ومناطق الكوارث الطبيعية كالزلازل والحرائق. كما نجحت الروبوتات بقراءة نشرات الأخبار بصوت بشري طبيعي، وأداء يحاكي الأداء البشري، والأكثر من ذلك فقد استخدمت أيضا في الندوات والحوارات التلفزيونية. (زاهر هاشم، 2020)

استخدامات المذيع الروبوت في بعض البلدان:

باكستان: لم يعد الأمر قاصراً على الدول الكبرى فقد تمكنت شركة (Bashe) الباكستانيين صناعة أول روبوت صحفي لها في عام 2017، وهو روبوت قادر علي كتابة التقارير الإخبارية ذات الطابع القصير، وذلك من خلال الوصول إلي بيانات وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن ثم تخزينها والاستفادة منها في كتابة تقاريره الإخبارية. (أحمد جمال، 2021).

اليابان: في اليابان تعاونت صحيفة إقليمية اسمها شينانو ماينيتشي شيمبون the Shimano Minichi Shimbun مع شركة فوجيتسو Fujitsu ، أكبر شركات خدمات تكنولوجيا المعلومات في اليابان علي تطوير نظام روبوتي يولد تلقائياً مئات الملخصات لمقالات إخبارية، وذلك في وقت وجيز جدا لنشرها عبر مجموعة من المنصات الإعلامية، وهي مهمة كانت تستغرق ما يصل إلي خمس دقائق لكل مقالة. (شريف اللبان، 2019).

ثانياً: المهارات الإعلامية:

هي القدرة على الإتقان في المجال الإعلامي بدرجة من الفهم والاستيعاب والسرعة مع الاقتصاد في الجهد المبذول باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصالات الحديثة. (سعيد الغريب، 2002، 67)

ويعرفها فاروق عبده وأحمد الزكي بأنها تشير إلى الأداء الذي يقوم به الشخص في سهولة وسرعة ودقة ويكون هذا الأداء إما جسدياً أو عقلياً. (فاروق عبده، أحمد الزكي، 2004، ص 241)

وتُعرف المهارات الحديثة بأنها: هي المهارات التي تطلبها سوق العمل الحالي والمستقبلي. وتشمل مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومهارات التفكير النقدي والإبداعي، ومهارات القيادة والإدارة، ومهارات التعاون والتفاوض، ومهارات التحليل والبيانات، ومهارات التصميم والتسويق الرقمي، وغيرها من المهارات التي تتطلبها الوظائف الحديثة. (محمد، 2015، 94)

أنواع المهارات الإعلامية:

أولاً المهارات التقنية: مهارة إنتاج ونشر المحتوى: استخدام البرمجيات والتطبيقات لإنشاء وتحرير ونشر المحتوى الرقمي عبر مختلف القنوات والفضائيات. (Picard,2015).

مهارة التحليل والبيانات الضخمة: تحليل ومعالجة كمية كبيرة من البيانات للحصول على رؤى واتجاهات قيمة تساعد في تحسين تطوير وتحسين الاستراتيجيات والمحتوي الإعلامي. (Picard,2015).

ثانياً المهارات التحريرية: مهارات التصوير والمونتاج: هي المهارات اللازمة للإنتاج والتوزيع والدمج بين الوسائط المتعددة لإنتاج محتوى إعلامي من خلال Video clips أو Vlog، Blog (Lin,Bin,Deng, Lee,2018,16).

التحليل والتقييم: يقصد به القدرة علي نقد المحتوى وتحليله والتأكد من مصداقيته وتوقع التأثيرات المحتملة والنتائج المتوقعة. (Hobbs,2017,48)

ثالثاً المهارات التواصلية: مهارة الحديث: وهي القدرة على توظيف المهارات اللفظية واللغوية الصوتية ومهارات الفصاحة للتواصل مع الآخرين سواء على مستوى الاستيعاب أو التعبير. ويعد الحديث أحد وجهي الاتصال اللفظي، الوجه الشفهي وهو عبارة عن رموز لغوية منطوقة، لنقل أفكارنا ومشاعرنا واتجاهاتنا إلى الآخرين. (حصة محمد، 2011، 160)

مهارات المذيع في توصيل المعلومات

-مهارات الانتباه

-مهارات التركيز

-مهارات التنسيق

-مهارات السيطرة الشخصية

-مهارات السيطرة على المشاعر. (كرم شلبي، 2010، 109-110)

الدراسات السابقة:

• المحور الأول: يتعلق بالمضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات:

هدفت دراسة (محمد عوض، 2023) التعرف على دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية من وجهة نظر القائم بالاتصال في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وقد اعتمدت على منهج المسح بشقه الميداني وطبقت الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال ببعض المؤسسات الإعلامية الكويتية قوامها 300 مفردة من خلال استمارة استبيان، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها اعتماد عينة الدراسة على تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة كبيرة بلغت 45% ويعنى ذلك أن الوسائل الإعلامية الكويتية تقوم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 89.7% من العينة سواء بشكل منتظم أو إلى حد ما، كما أشارت النتائج إلى أن نسبة 75.7% من عينة الدراسة توافق على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية، بينما عارضت نسبة 24.3% منهم استخدام هذه التقنيات بدعوى أنها تسبب الاستعانة بالروبوتات في جمع المادة وتوضيها، وبالتالي يمكن أن يؤثر ذلك على العاملين من ذوي المهن الإعلامية الذين يمكن أن يفقدوا أماكنهم ووظائفهم في حالة الاعتماد الكامل على هذه الروبوتات.

وسعت دراسة (مي مصطفى، 2022) للتعرف على طبيعة وأنماط التعرض لأخبار الأزمات الاقتصادية في شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك معرفة مستويات القلق لدى العراقيين حول تلك الأزمات، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي واستخدمت أداة صحيفة الاستقصاء ومقياس طبيعة التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي ومقياس القلق نحو المستقبل وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: ارتفاع شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة تصل إلى (90%) بين المتابعة الدائمة والمتوسطة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في التعرض للأزمات الاقتصادية في شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- الإقامة- الدخل- التعليم) وأهم موضوعات الأزمات الاقتصادية أسعار النفط، إقرار الموازنة، تشكيل الحكومة وهدر المال العام.

وكشفت دراسة (آلاء عزمي، 2021) عن دراسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان فقد طبقت على عينة عمدية قوامها (223) مفردة من طلاب الإعلام بالفرقتين الثالثة والرابعة المقيدتين بالعام الدراسي 2021/2020 في صعيد مصر، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: توسطت معرفة دراسي الإعلام بمصطلح الذكاء الاصطناعي واعتبرت متابعة الأخبار التقنية مصدرهم الأول للتعرف على المصطلح، كما ارتفعت معرفة دراسي الإعلام بالمجالات الإعلامية المستخدم بها تقنيات الذكاء الاصطناعي ولكن توسط تقييمهم لكفاءتها، وتباينت التأثيرات المدركة لاستخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي لدى المبحوثين ما بين الإيجابية والسلبية وقد لوحظ أن التأثيرات الإيجابية هي الأعلى حضوراً في أذهان المبحوثين، واكتشفت نتائج الدراسة أن دراسي الإعلام لديهم اتجاه محايد نحو استخدام الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي وقد لوحظ تقدم المكون السلوكي على بقية مكونات المقياس يليه المكون المعرفي وقد توسطت شدة الاتجاه بهما، أما المكون الوجداني ف جاء بالمرتبة الأخيرة وقد لوحظ انخفاض شدة الاتجاه به.

واهتمت دراسة (منة الله كمال، 2021) بالتعرف على مدركات القائمين بالاتصال في القنوات الإخبارية حول ظاهرة انتشار الثقافة الروبوتية (المذيع الروبوت) في العمل الإخباري، وذلك من خلال رصد وتحليل تصوراتهم واتجاهاتهم نحو مفاهيم الثقافة الروبوتية والتعرف على انطباعاتهم تجاه مستقبلهم الوظيفي في ظل انتشار التحول الرقمي في القنوات الإخبارية، وفقاً لمتطلبات الثقافة الروبوتية، والوقوف على أبرز السبل والآليات لمواكبة تلك التطورات، ويعتمد هذا البحث على المنهج الكيفي والمقابلات المتعمقة مع القائمين بالاتصال، وتم التطبيق على عينة عمدية قوامها (20) مفردة من القائمين بالاتصال، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قدمت للعالم مفهوماً متطوراً في مجال الأخبار، فمذيع الروبوت من المحتمل أن يقود إلى تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الإعلامية وطرق عملها، واتفق القائمون بالاتصال -عينة الدراسة- أن مصطلح (المذيع الروبوت) في المجلد يُقصدُ به أنه ابتكار تقني

حديث في مجال استخدام الذكاء الاصطناعي، ويعد أول تجربة مُنَجَّرَة لِدمج التسجيل الصوتي والفيديو في الوقت لحقيقي مع شخصية افتراضية من خلال تقنية الذكاء الاصطناعي، وهي شخصيّة قادرة على العمل بكفاءة وإنتاجية كبيرة.

• **المحور الثاني: يتعلق بالمهارات الإعلامية:**

حرصت دراسة (عبدالله بن علي، 2023) علي تحديد مدي تأثير استخدام طلاب كليات الاعلام لوسائل الاعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية، والكشف عن التأثيرات الناتجة عن استخدام طلاب كليات الاعلام لوسائل الاعلام الرقمي بالمملكة العربية السعودية على تنمية مهاراتهم وقياس درجة ثقتهم في المعلومات المنشورة علي هذه الوسائل، ومدي تأثير استخدامهم لهذه الوسائل علي استخدامهم لوسائل الاعلام الأخرى، اعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي الكمي واستمارة استبيان كأداة لجمع البيانات من عينة عمدية قوامها (400) مفردة من طلاب كليات الاعلام بالمملكة العربية السعودية، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها: إن الغالبية العظمي من طلاب كليات الاعلام بنسبة (93.5%) دائما ما يستخدمون وسائل الاعلام الرقمي، وأن غالبية طلاب كليات الاعلام يعتمدون علي وسائل الاعلام الرقمي بدرجة كبيرة حيث بلغت نسبتهم (60.2%).

كما رصدت دراسة (العنزي، 2022) قياس مدى فاعلية دمج التكنولوجيا في تنمية مهارات التصوير الرقمي حيث اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (288) من طلاب قسم تكنولوجيا التعليم كلية التربية الأساسية بالكويت، وبلغ عدد الذكور (169)، بينما بلغ عدد الإناث (199)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أدوات الدراسة في مقياس واستبانة مكونة من (26) فقرة، وتوصلت الدراسة إلي نتائج أهمها: فاعلية دمج التكنولوجيا في تنمية التصوير الرقمي حيث بلغ المتوسط الحسابي لإتقان قواعد التصوير الرقمي ومهاراته وتقنياته نسبة (4.02) وهي نسبة عالية.

وسعت دراسة (ندا عبد القادر، 2022) إلى الكشف عن مدى فاعلية برنامج مقترح في الإعلام التربوي قائم على الانفوجرافيك لإكساب الطلاب لذوي الإعاقة السمعية مهارات

التصوير الإعلامي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج شبه التجريبي، باستخدام إعداد مادة المعالجة التجريبية ووضع الأهداف والمحتوى وبطاقة ملاحظة مهارات التصوير الإعلامي واختبار معرفي لمهارة التصوير الفوتوغرافي، على عينة عمدية من المشاركين من الصم قوامها (26) مفردة من ذوي الإعاقة السمعية بمدرسة الأمل للصم وضعاف السمع بالمنيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: فاعلية البرنامج المقترح القائم على الانفوجرافيك في التحصيل المعرفي والمهارات لمهارات التصوير الإعلامي.

وبحثت دراسة (عيماذ معوشى، 2021) في دراسة طلبة إدارة الأعمال لمرحلة الماستر في مستوى التحكم في برمجيات الإعلام الآلي سواء تلك الأساسية أو تلك التي تعتبر تخصصية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لدراسة توزيعات عينة الدراسة (طلبة الماستر) من مختلف المتغيرات باستخدام الجداول البسيطة والمتعددة وكذا الاستعانة بالنسب المئوية والرسومات البيانية المناسبة لذلك، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: لا فرق بين العمر، الحالة العائلية وجنس الطالب عوامل معرقة للتحكم في برمجيات الكمبيوتر، لا فرق بين الطلبة المنحدرين من النظام الكلاسيكي في استخدامات الاعلام الآلي.

التعليق على الدراسات السابقة:

- من حيث الموضوع: مدي انتشار استخدام الروبوت في صناعة المحتوى الإعلامي وقدرته علي محاكاة العنصر البشري، وتطور وتصنيع روبوتات إخبارية داخل المؤسسات الإعلامية.
- من حيث الأدوات: استخدمت الدراسات السابقة صحيفة الاستقصاء وتحليل المضمون ومقياس المهارات الإعلامية، وانفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الاعتماد على استخدام صحيفة الاستقصاء ومقياس المهارات الإعلامية.
- من حيث المنهج: انفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في اختيار منهج المسح الإعلامي؛ لتلائمه مع موضوع الدراسة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تعميق المشكلة البحثية وصياغتها بشكل دقيق، وضع تساؤلات الدراسة وفروضها، كما أفادت الباحثة في اختيار مجتمع الدراسة.
- أفادت الباحثة في تعريفها بالموضوع محل الدراسة وأهمية تحقيقه والتعمق فيه وكشف الموضوع بشكل أكبر.
- تحديد نوع العينة ووضع تصور عام للدراسة من خلال تحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول المشكلة البحثية.
- الاستفادة من نتائجها في تحليل وتفسير نتائج الدراسة والتعليق عليها.

مُشكلة البحث:

نتيجةً لملاحظة الباحثة للمستجدات الحديثة التي طرأت علي الساحة الإعلامية في الآونة الأخيرة، والتحويلات التي فرضتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي من المؤكد أنها قامت علي التأثير الملحوظ في كافة النواحي المرتبطة بالإعلام سواء من مضامين مُقدمة في الفضائيات أو تأثيرها علي العنصر البشري المتمثل في كل القائمين علي الأعمال الإعلامية، وأن الفئة التي ركزت عليها الدراسة هي طلاب الإعلام الذين يدرسون المقررات الإعلامية، وبذلك هم يتعرضون لتيار الحداثة الذي هيمن علي الساحة الإعلامية، حيث كان لتقنية الروبوت ضجة كبيرة علي الساحة الإعلامية على وجه العموم وفي غرف الأخبار بالتحديد، حيث عمل وجود الروبوت علي جذب الطلاب في رؤية وملاحظة كيفية قيامه بإلقاء الأخبار بدقة وفعالية كالمذيع البشري تماماً وهذا ما نوه عن كيفية عمل الطلاب علي تطوير مهاراتهم الإعلامية بناءً علي ما يتعرضون له من هذه التقنيات، ومما سبق يمكن بلورة المُشكلة البحثية في: " المضامين المُقدمة عبر تقنيات الروبوت في الفضائيات: دراسة ميدانية في التعرض واكتساب المهارات لدي طلاب الإعلام".

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الجانبين (النظري والتطبيقي) على النحو التالي:

أ- الأهمية النظرية للبحث

- تتبع من انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفترة الأخيرة بتأثيرها على الإعلامي البشري والعالم.
- يشير البحث بوجه عام إلى أهمية دور الفضائيات بوجه خاص للمضامين الإعلامية التي تقدمها عبر تقنية الروبوت.
- يرتبط البحث الحالي بأهمية الموضوع الذي تتناوله وهو تنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب الإعلام.

ب- الأهمية التطبيقية للبحث:

- يقدم البحث مقترحات وتوصيات من خلال نتائج الدراسة لتطوير المضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب الإعلام.
- مدى التزام الفضائيات بتغطية الأخبار الخاصة بتقنية الروبوت.
- تفيد طلاب الإعلام في معرفة وفهم المضامين المقدمة بتقنية الروبوت وعلاقته بتنمية مهاراتهم الإعلامية.

أهداف البحث:

تتنوع أهداف البحث ويمكن تحديدها على النحو التالي:

- معرفة درجة متابعة عينة الدراسة للمضامين الإعلامية المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات.
- التعرف على تعرض طلاب الإعلام للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت عبر الوسائط.
- رصد درجة اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنية الروبوت.

- كشف العلاقة بين المضامين المُقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب الإعلام.

تساؤلات البحث:

- ما درجة متابعة عينة الدراسة للمضامين المُقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات؟
- أي القوالب الإعلامية التي تفضل عينة الدراسة متابعتها للمضامين الإعلامية المقدمة بتقنية الروبوت؟
- لماذا تهتم عينة الدراسة بمتابعة الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- هل هناك علاقة بين المضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية المهارات الإعلامية لدى طلاب الإعلام؟

فرضيات البحث:

- يسعى البحث للتحقق من صحة الفروض الآتية:
- توجد علاقة دالة إحصائية بين اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية مهاراتهم الإعلامية.
- توجد فروق دالة إحصائية بين طلاب الإعلام في تعرضهم لمضامين الإعلامية المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات وفقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة، المستوى التعليمي، الجامعات).
- توجد فروق دالة إحصائية بين طلاب الإعلام في معدل تنمية مهاراتهم الإعلامية نحو تقنية الروبوت وفقا للمتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة، المستوى التعليمي، الجامعات).

نوع البحث ومنهجه:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي يستهدف جمع البيانات الخاصة بالمضامين المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات: دراسة ميدانية في التعرض واكتساب المهارات لدي طلاب الإعلام، ويستخدم هذا البحث منهج المسح الإعلامي.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في طلبة الجامعات المصرية المختلفة (الحكومية والخاصة والأهلية)، أما عينة البحث الميدانية طُبقت على عينة عمدية من طلبة الجامعة قوامها (300) مفردة طالب وطالبة بواقع (100) بجامعة المنيا، و(100) بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، و(100) بجامعة بني سويف الأهلية كما موضح بالجدول التالي:

مبررات اختيار العينة:

- اختارت الباحثة التطبيق على طلاب الإعلام؛ حيث هم أكثر الفئات تخصصاً لهذا المجال ومتابعة لأخبار تقنيات الذكاء الاصطناعي والتطورات التي وصلت إليه، وبما يتم عرضه على القنوات الفضائية الإخبارية عن تلك التقنيات (كالروبوت وإعلانات الواقع المعزز).
- - لجأت الباحثة إلى اختيار جامعة (المنيا) ممثلة للجامعات الحكومية، وجامعة (مصر للعلوم والتكنولوجيا) تمثيلاً للجامعات الخاصة واختيرت (جامعة بني سويف الأهلية) لتكون ممثلة للجامعات الأهلية؛ وليكونوا ممثلين لمجتمع الدراسة.

جدول (1)

يوضح توصيف عينة الدراسة

النسبة المئوية%	التكرار	متغيرات عينة الدراسة	
66.3%	199	ذكر	النوع
33.7%	101	أنثى	
100%	300	الإجمالي	
60.7%	182	ريف	محل الإقامة
39.3%	118	حضر	
100%	300	الإجمالي	
33.3%	100	المنيا	الجامعة
33.3%	100	بني سويف الأهلية	
33.3%	100	مصر للعلوم والتكنولوجيا	
100%	300	الإجمالي	
86%	258	طالب	المرحلة التعليمية
14%	42	دراسات عليا	
100%	300	الإجمالي	

يتضح أن نسبة الإناث بلغت (33.7%) بالنسبة للعينة الكلية، بينما نسبة الذكور بلغت (66.3%) بالنسبة للعينة الكلية، كما أن نسبة الطلاب المقيمين بالريف بالنسبة للعينة الكلية بلغت (60.7%)، بينما جاءت نسبة الطلاب المقيمين في الحضر بالنسبة للعينة الكلية بلغت (39.3%)، في حين نسبة طلاب جامعة المنيا بلغت (34.3%)، ثم جاءت نسبة طلاب جامعة بني سويف الأهلية (33.3%)، وبلغت نسبة طلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

(32.3%)، بالنسبة للعينة الكلية، وأشارت نسبة المرحلة التعليمية كطالب بلغت (86%) في حين بلغت نسبة المرحلة التعليمية كدراسات عليا (14%) بالنسبة للعينة الكلية.

أدوات البحث:

اعتمد البحث على استمارة استبانة تحتوي على مقياس المهارات الإعلامية لدى طلبة الإعلام بالجامعات المصرية عينة الدراسة.

متغيرات البحث:

المتغير المستقل: تعرض طلاب الإعلام للمضامين الإعلامية المقدمة بتقنية الروبوت في الفضاءيات.

المتغير الوسيط: يتمثل في المتغيرات الديموغرافية لطلبة الإعلام بالجامعات المصرية (النوع، محل الإقامة، الجامعة، المرحلة التعليمية).

المتغير التابع: المهارات الإعلامية.

حدود البحث:

تمثلت حدود البحث في:

- **الحدود البشرية:** طبق البحث على عينة عمدية قوامها (300) مفردة من طلاب الإعلام بالجامعات المصرية.

- **الحدود المكانية:** طبق البحث في الجامعات المصرية التالية: (جامعة المنيا - جامعة بني سويف الأهلية - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا).

- **الحدود الموضوعية:** يُقتصر البحث الحالي على تناول: المضامين المقدمة عبر تقنيات الروبوت في الفضاءيات: دراسة ميدانية في التعرض واكتساب المهارات لدى طلاب الإعلام.

الحدود الزمنية: تم تطبيق البحث خلال شهر يوليو للعام الدراسي الجامعي 2024/2023.

إجراءات الصدق والثبات للمقياس واستمارة الاستبيان:

الصدق الظاهري: قامت الباحثة بعرض استمارة الاستبيان بما تشمله من أسئلة ومقياس على مجموعة من المحكمين، بلغ عددهم (27) محكمًا متخصصًا في الإعلام؛ لإبداء آرائهم في مدى ملائمة العبارات للبند المراد قياسها، وتم إجراء التعديلات التي قاموا بتوضيحها، من حيث حذف أو إضافة بعض العبارات، ومن ثم أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية صالحة لقياس ما وضعت لقياسه.

الصدق الذاتي: تم حساب الصدق الذاتي كمؤشر لصدق الاستبيان، وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وقد جاء مساويًا (0.89) مما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الصدق.

اختبار الثبات: قامت الباحثة بحساب ثبات استمارة الاستبيان والمقياس على عينة استطلاعية، باستخدام معادلة ألفا كرونباخ فجاء مساويًا (0.94) وهي درجة تؤكد تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية.

التعريفات الإجرائية للبحث:

- **المضامين:** هي المحتوى والمنتج الأساسي والرئيسي للصناعة الإعلامية المقدمة على الفضائيات، وهو العامل الأساسي لجذب المشاهدين والقراء والمستمعين سواء كان مقدما على التلفاز أو في صحيفة أو راديو، كما يتضمن توجيه هدف أو رسالة لفئة من الجمهور.

- **الفضائيات:** يُقصد بها في هذا البحث المصادر التي يتم فيها عملية إنتاج الأخبار والمحتوي الإعلامي من أجل نشره أو بثه باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة وأدوات الذكاء الاصطناعي من خلال فريق ذو مهارات تكنولوجية ولملم بالتقنيات الحديثة، وتتكون الفضائيات من قنوات فضائية، مواقع القنوات على وسائل التواصل الاجتماعي.

- المهارات الإعلامية: هي مجموعة من المعارف التي يكتسبها الفرد في مجال الإعلام، وتعني أيضا القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام والإعلاميين، كما يتم اكتساب هذه المهارات بعد التعرض لعدد من التجارب والخبرات.
- طلاب الإعلام: هم الفئة الجامعية التي تدرس مقررات تجمع ما بين الأكاديمية والتربوية في نفس الوقت.

نتائج البحث:

جدول (2)

يوضح درجة متابعة عينة الدراسة للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات

النسبة المئوية %	التكرار	العينة درجة المتابعة
13.3	40	أتابع بدرجة كبيرة
71.7	215	أتابع بدرجة متوسطة
15	45	أتابع بدرجة ضعيفة
%100	300	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: معرفة درجة متابعة عينة الدراسة للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات، حيث جاءت "أتابعها بدرجة متوسطة" في الترتيب الأول بنسبة (71.7%)، ثم تلتها أتابع للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات "بدرجة ضعيفة" في الترتيب الثاني بنسبة (15%)، بينما جاءت أتابع للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات "بدرجة كبيرة" في الترتيب الثالث بنسبة (13.3%)، وتبين للباحثة بأن طلاب الإعلام يتابعون بقدر "متوسط" المضامين المقدمة بتقنية الروبوت؛ وذلك نظراً لمواكبة الأحداث

الجارية ومعرفة كل ما يطرأ على الساحة الإعلامية من تطورات وذلك في إطار أن الذكاء الاصطناعي أصبح حاضراً نعيشه وسط جدال مستمر حول فوائده المدركة ومخاطره المحتملة وقدراته المتطورة باستمرار، بالإضافة إلى طبيعة سمات طلاب الاعلام ذات الصلة بالجوانب التكنولوجية المختلفة، في حين جاءت نسبة (15%) يهتمون "بدرجة ضعيفة" بمتابعة المضامين المقدمة وذلك قد يرجع لعدم اهتمام بعض طلاب الاعلام لتقنيات الذكاء الاصطناعي، بينما جاءت نسبة (13.3%) يهتمون "بدرجة كبيرة" أنه من الممكن طلاب الاعلام لا يهتمون بمواكبة التطورات الحديثة الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

واختلفت نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (مي مصطفى، 2022)، حيث جاءت متابعة المضامين المقدمة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات لدي عينة الدراسة بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة (45.2%)، يليها متابعة المضامين المقدمة بالتقنيات بدرجة متوسطة بنسبة (41.5%)، بينما جاءت أتابعها بدرجة ضعيفة في الترتيب الأخير بنسبة (13.3%).

جدول (3)

يوضح القنوات الفضائية التي تفضل عينة الدراسة متابعتها للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت

النسبة المئوية%	التكرار	العينة القنوات المفضلة
24	72	قنوات مصرية
32.7	98	قنوات عربية
27.7	83	قنوات أجنبية
15.7	47	قنوات أجنبية موجهة باللغة العربية
100%	300	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: من حيث القنوات الفضائية التي تُفضل عينة الدراسة متابعتها جاءت "قنوات عربية" في الترتيب الأول بنسبة (32.7%)، ثم تلتها "قنوات أجنبية" في الترتيب الثاني بنسبة (27.7%)، بينما جاءت "قنوات مصرية" في الترتيب الثالث بنسبة (24%) في حين جاءت في الترتيب الرابع والأخير "قنوات أجنبية موجهة باللغة العربية" بنسبة (15.7%)، ويُمكن للباحثة تفسير ذلك بأن تفضيل "القنوات العربية" لدى عينة الدراسة في الترتيب الأول، إلى أن هذه القنوات تمتلك إمكانيات تكنولوجية ومادية وبشرية ما يُمكنها من الحصول على الأخبار من مصادرها المتعددة وتقديمها لمشاهديها في إطار من الآنية والفورية والموضوعية، وأيضاً تُخاطب عينة الدراسة بنفس اللغة مما جعلها تحظى بنسب مرتفعة بينهم، يليها في الترتيب الثاني "القنوات الأجنبية"؛ بأن هذه القنوات الإخبارية تمتلك شبكة كبيرة من المراسلين والاعلاميين المدربين لتغطية الأحداث ومتابعة وبحث كل ما يطرأ من جديد مما يخص تقنيات الذكاء الاصطناعي على مستوى العالم وهذا ما لاحظته الباحثة في عرض وتغطية الأخبار والمضامين المُقدمة بهذه التقنيات، في حين جاءت "القنوات المصرية" في الترتيب الثالث؛ وتعتقد الباحثة أن ذلك قد يرجع إلى تقلص استخدام تلك التقنيات على مستوى الاعلام المصري ورؤية طالب الاعلام أنها غير قادرة على تسليط الضوء على أخبار تقنية الروبوت بالشكل المطلوب في الساحة الإعلامية مثل باقي دول العالم، لذا لم تحظ باهتمام عينة الدراسة بالشكل الملحوظ، بينما احتلت "القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية" المركز الأخير في الترتيب، وذلك قد يرجع إلى عدم إلمام طلاب الاعلام بهذه القنوات بالشكل الكافي.

جدول (4)

يوضح درجة تعرض عينة الدراسة للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت عبر الوسائط

متوسط شدة الاستجا بة	الوزن النسبي	لا أتابع		درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		العينة درجة التعرض للمضامين الاصطناعي عبر الوسائط بالتقنيات الذكاء
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.68	608	5.7	17	21.3	64	37.7	113	35.3	106	موقع القناة على الفيسبوك
0.58	519	8	24	31	93	41	123	20	60	موقع القناة على الانستجرام
0.52	472	15.7	47	31.3	94	33	99	20	60	موقع القناة على الواتساب
0.58	525	6	18	35.3	106	36.3	109	22.3	67	موقع القناة على الإنترنت
0.55	493	8	24	40.7	122	30.3	91	21	63	موقع القناة على اليوتيوب
0.54	485	18	54	27.7	83	29	87	25.3	76	موقع القناة على إكس (تويتر سابقاً)
					562		622		432	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق ما يلي: تصدُر "موقع القناة على الفيسبوك" في الترتيب الأول بدرجة كبيرة بنسبة (35.3%)، بينما حصلت بدرجة متوسطة بنسبة (37.75%)، في حين حصلت بدرجة ضعيفة بنسبة (21.3%) بينما لا أتابع بنسبة (5.7%)، ثم جاء موقع القناة على تويتر " في الترتيب الثاني بدرجة كبيرة بنسبة (25.3%)، بينما حصلت بدرجة متوسطة بنسبة (29%)، في حين حصلت بدرجة ضعيفة بنسبة (27.7%) بينما لا أتابع بنسبة (18%)، أما الترتيب الثالث فجاء موقع القناة على الإنترنت" بدرجة كبيرة بنسبة (22.3%) بينما حصلت بدرجة متوسطة بنسبة (36.3%) في حين حصلت بدرجة ضعيفة بنسبة (35.3%) بينما لا أتابع بنسبة (6%)، وجاء أيضاً في الترتيب الأخير "موقع القناة على الواتساب" بدرجة كبيرة بنسبة (20%) بينما حصلت بدرجة متوسطة بنسبة (33%) في حين

حصلت بدرجة ضعيفة بنسبة (31.3%) بينما لا أتابع بنسبة (15.7%)، وتري الباحثة أن سبب ارتفاع نسبة تعرض عينة الدراسة للمضامين المُقدمة بتقنية الروبوت عبر الوسائط ترجع للمزايا التي لا تتوفر في غيرها من الوسائل الأخرى كالتلفزيون، فالمشاهدة عبر الانترنت تُمكنك من عدم الارتباط بوقت ولا مكان معين لمشاهدة البرنامج وإمكانية الرجوع آلياً في أي وقت وتقديم وتأخير أو إعادة مشاهدة أي جزء من البرنامج أو المحتوى الإعلامي والاعلاني، هذه الإمكانيات ساهمت في متابعة البرامج على الانترنت أكثر من التلفزيون، وأنه في ظل التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات التي لم يشهدها العالم من قبل، اتجهت الكثير من دول العالم إلى تفعيل الدور التنموي لوسائل الاعلام المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية، وتُفسر الباحثة مجيء "موقع القناة علي الفيسبوك"، في الترتيب الأول حيث أن الفيسبوك يُعد التطبيق الأول والأساسي في تصفح فئة الشباب له، حيث أن مواقع القنوات تغزو وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك ومن أمثلة هذه القنوات: الجزيرة، العربية، الحدث، ICNN الانجليزية، CNN العربية، روسيا اليوم، BBC العربية، DW العربية، فهم يتطلعون إلى كل ما هو جديد من أخبار ومعلومات علي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعمل التقنيات الرقمية على انشاء محتوى إعلامي مبتكر وجديد مثل الأخبار المقروءة بصوت آلي أو الفيديوهات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويتفاعل معها طلاب الاعلام، واحتلت "موقع القناة على تويتر" الترتيب الثاني؛ حيث تُعد منصة تويتر منصة رائدة في تداول الأخبار عالمياً وأنها يطرأ عليها كل ما هو جديد لحظة بلحظة نظراً لاهتمام شريحة كبيرة بأخبار تقنيات الذكاء الاصطناعي التي في تحديث وتجديد دائم، بينما جاء في الترتيب الأخير "موقع القناة علي الانستجرام" و "موقع القناة علي الواتساب"؛ وتري الباحثة أن ذلك يرجع لعدم اهتمام عينة الدراسة بمتابعة مثل نوعية هذه الأخبار علي هاذين التطبيقين وأن استخدامهم لهم ينحصر علي أنها وسيلة تواصل ودردشة مع الآخرين فقط لا غير .

جدول (5)

يوضح أسباب اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الأخبار الخاصة بتقنية الروبوت

النسبة المئوية%	التكرار	العينة أسباب الاهتمام
70	210	لفهم أعمق لتقنية الروبوت
76	228	لتطوير ذاتي وتنمية مهاراتي وتحسين أدائي الإعلامي
65	195	للتعرف على آخر التطورات التكنولوجية والإعلامية لهذه التقنية
65.7	197	لتحليل المعلومات وجدولتها
57	171	لمعرفة طريقة تقديم المضامين الإعلامية المستحدثة عن طريق هذه التقنية
74.3	223	لتقديمها معلومات تفاعلية وحيوية أكثر دقة
		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: تنوع أسباب اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الأخبار الخاصة بتقنية الروبوت، حيث احتلت عبارة "لتطوير ذاتي وتنمية مهاراتي وتحسين أدائي الإعلامي" الصدارة بنسبة (76%)، بينما جاءت عبارة "لتقديمها معلومات تفاعلية وحيوية أكثر دقة" في الترتيب الثاني بنسبة (74.3%)، في حين جاءت عبارة "لفهم أعمق لتقنية الروبوت" في الترتيب الثالث بنسبة (70%)، ثم في الترتيب الرابع جاءت "لتحليل المعلومات وجدولتها" بنسبة (65.7%)، وجاءت في الترتيب الخامس "للتعرف على آخر التطورات التكنولوجية والإعلامية لهذه التقنية" بنسبة (65%)، وفي الترتيب الأخير جاءت "لمعرفة طريقة تقديم المضامين الإعلامية المستحدثة عن طريق هذه التقنيات" بنسبة (57%)، وتبين للباحثة من خلال النتائج السابقة أن

العالم الافتراضي بات مركزاً محورياً في حياتنا اليومية، حيث إنّ وجود التقنية الحديثة والذكاء الاصطناعي له تأثيرات عديدة، في الوقت الذي تعد فيه التكنولوجيا في الإعلام ركيزة أساسية، ومطلباً لتشكيل الإعلام في المستقبل في سبيل إخراج طالب مُلم بكيفية الاستفادة والعمل من خلال هذه التقنيات، حيث أكدت النتائج أن غالبية طلاب الاعلام يتمتعون بمعرفة كبيرة بتقنية الروبوت في إنتاج المواد الإعلامية وتطوير مهاراتهم وهم على معرفة كبيرة بكيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وهذا ما يؤكد إدراكهم لأهمية هذه التقنية في تعزيز الكفاءة والابداع وجودة محتوى المنتج الإعلامي، ومن عوامل الجذب المهمة لهذه التقنية تقديمها لمعلومات حيوية وأكثر دقة، وقدرتها علي صناعة محتوى اعلامي رقمي يحاكي المحتوى الاعلامي التقليدي ويقدم للإعلامي العديد من التيسيرات في صناعة محتوى متميز سواء في مجال الصحافة او الإذاعة او التلفزيون لأنه يستطيع صناعة الخبر والمقالات والفيديوهات وأيضاً صناعة الصور بكل سهولة ويسر، فأخبار الذكاء الاصطناعي في تجدد دائم.

جدول (6)

يوضح درجات مقياس تعرض طلاب الإعلام للمضامين الإعلامية عبر تقنية الروبوت وتنمية مهاراتهم

الإعلامية

م	العبارة	درجة تامة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		لا أجيدها		الوزن النسبي	متوسط ط شدة الاستجابة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	أستطيع نشر المضامين الإعلامية المقدمة باستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي	38.3	115	35.7	107	22.3	67	3.7	11	626	0.70
2	تمكنني الأدوات التكنولوجية الحديثة من إنتاج محتوى إعلامي	25	75	40.3	121	31	93	3.7	11	560	0.62
3	يمكنني تحرير وتصميم المحتوى الإعلامي بتطبيقات الذكاء الاصطناعي	33	99	35	105	28.3	85	3.7	11	692	0.66

0.62	558	3.3	10	32.3	97	39.3	118	25	75	4	عند التعرض للمحتوي الإعلامي يمكنني تحليل الأفكار التي تطرح فيه
0.63	568	5.7	17	28	84	37.7	113	28.7	86	5	أتاحت لي تطبيقات التواصل الاجتماعي استخدام التسويق الآلي بإضافة شات بوت
0.65	586	4.3	13	27	81	37.7	113	31	93	6	قدمت لي القدرة على التقصي لإيجاد المعلومات المتعلقة بالموضوع
المهارات التقنية											
0.60	542	5.7	17	33	99	36.3	109	25	75	7	أشارك في كتابة مضامين إعلامية عبر التفكير الإبداعي
0.66	598	4	12	24.3	73	40	120	31.7	95	8	طورت من استخدامي للأجهزة والتطبيقات المحدثه لالتقاط الصور والفيديوهات
0.62	558	5.3	16	29.3	88	39.3	118	26	78	9	أوظف الروبوت في إخراج محتوي إعلامي فعال
0.59	531	7.3	22	31.3	94	38.3	115	23	69	10	أنتج قصص رقمية إبداعية
0.63	564	7	21	28	84	35	105	30	90	11	أستطيع نقد الإنتاج الإعلامي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
المهارات التحريرية											
0.61	549	6	18	31.3	94	36.3	109	26.3	79	12	نمت لدي استخدام الإيماءات وحرركات اليد بما يتناسب مع طبيعة الإلقاء
0.65	582	3.3	10	30.3	91	35.3	106	31	93	13	أستطيع التحدث عن أفكار وأرائي أمام الآخرين بطلاقة واقناعهم بها

0.62	556	5	15	32	96	35.7	107	27.3	82	1 4	أستطيع الدمج بين الوسائل واستخدام نموذج التفاعل أثناء تبادل الرأي والنقاش
0.59	530	5	15	38	11 4	32.3	97	24.7	74	1 5	أستطيع استنتاج مدي صداقية المحتوى عن الإعلامي البشري
0.73	654	3.3	10	13.3	40	45.3	136	38	114	1 6	تنمية مهارة التعاون اللفظي مع زملاء العمل لتبادل الأفكار وصولا لهدف مشترك
المهارات التواصلية											

يتضح من الجدول السابق:

أنه حصلت على أعلى متوسط في المهارات التقنية عبارة " أستطيع نشر المضامين الإعلامية المقدمة باستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى حيث بلغ متوسط شدة الاستجابة المرجح لها (0.70)، حيث يرجع ذلك إلي مدي استفادة عينة الدراسة من تأثيرات الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر محتوى رقمي فعال وسهولة نشره علي منصات التواصل الاجتماعي، كما حصلت على أعلى متوسط في المهارات التحريرية العبارة التي تنص " طورت من استخدامي للأجهزة والتطبيقات المحدثة لالتقاط الصور والفيديوهات" في المرتبة الأولى حيث بلغ متوسط شدة الاستجابة المرجح لها (0.66) وتأتي هذه النتيجة كنتيجة منطقية لقدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي علي إحداث طفرة تكنولوجية هائلة في مجال الاعلام مثل تحويل النصوص لبيانات بمختلف الأشكال وتقنيات الترجمة الآلية للغات المختلفة، استخدام الروبوت في عمليات التحرير الصحفي أو تقديم الأخبار من الاستوديو أو ميدانياً، " تنمية مهارة التعاون اللفظي مع زملاء العمل لتبادل الأفكار وصولا لهدف مشترك" في المرتبة الأولى بمتوسط شدة استجابة (0.73) ويتبين للباحثة ذلك بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعدت على اندماج فريق العمل في ظل التطورات التكنولوجية التي يستخدمونها وطرح الأفكار المختلفة والعمل علي تطويرها.

نتائج اختبار صحة الفروض:

• التحقق من صحة الفرض الأول

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية مهاراتهم الإعلامية.

جدول (7)

معاملات الارتباط بين اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات وتنمية مهاراتهم الإعلامية

تنمية مهاراتهم الإعلامية			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.276**	اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يتضح من الجدول السابق: تحقق الفرض حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية مهاراتهم الإعلامية عند مستوى دلالة (0.01) بدرجة ضعيفة، بمعنى أنه كلما زاد معدل اهتمام المبحوثين بالأخبار الخاصة بتقنية الروبوت في الفضائيات زاد تنمية مهاراتهم الإعلامية ، ويُمكن للباحثة تفسير ذلك بأن الإعلام يلعب دوراً مهماً في تعزيز الوعي الرقمي لدى عينة الدراسة؛ واستخدام التكنولوجيا الحديثة أصبح أمر حتمي لمواكبة التطور، كما أصبح الذكاء الاصطناعي ثورة جديدة في صناعة المحتوى الإعلامي، مما يوضح قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة وقدرتها على صناعة محتوى إعلامي رقمي يُحاكي المحتوى الإعلامي التقليدي ويقدم للإعلامي العديد من التيسيرات في صناعة محتوى متميز سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون لأنه يستطيع صناعة الخبر والمقالات والفيديوهات أيضاً

صناعة الصور بكل سهولة ويسر، واتجه كثير من غرف الأخبار ومواقع الأخبار الإلكترونية إلى استحداث أقسام خاصة بالوسائط المتعددة، وتبنت بعضها نماذج واستراتيجيات حديثة في تقديم المضمون الاعلامي، وتري الباحثة أن الأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي تعمل علي توسيع مدارك طالب الاعلام في استخدام وإنتاج وصناعة محتوى إعلامي متميز ومبدع مما يؤكد علي تنمية مهاراتهم الإعلامية، والتأكيد علي ضرورة أن يعي كل طالب وطالبة أنه يجب أن يبحث في كل ما هو جديد حتي يلاحق التطور المستمر، وبالتالي تحقق صحة الفرض ويمكن قبوله

التحقق من صحة الفرض الثاني

- توجد فروق دالة إحصائية بين طلاب الإعلام في تعرضهم للمضامين الإعلامية المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (محل الإقامة، المرحلة التعليمية، الجامعة)

جدول (8)

يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة "ت" لنتائج التطبيق في متغير معدل التعرض للمضامين الإعلامية المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب محل الإقامة.

محل الإقامة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	ت	القيمة المعنوية	الدلالة واتجاهها
ريف	118	2.0593	0.64440	298	-1.999	0.047	دال عند مستوى 0.05
حضر	182	1.9341	0.44105				

**دال عند مستوى دلالة 0.05

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين طلاب الإعلام في معدل تعرضهم للمضامين الإعلامية المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب محل الإقامة (ريف وحضر)، لذا يُمكن القول بأنه توجد فروق بين الريف والحضر في معدل تعرضهم للمضامين الإعلامية المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب محل الإقامة لصالح الريف، وتُرجع الباحثة ذلك بأن نسبة سكان الريف تكون أكثر تعرضاً للمضامين الإعلامية

لكونهم أكثر تعمقاً في الوعي والمعرفة والاهتمام بكل ما هو جديد ويخص تقنية الروبوت عن سكان الحضر، وتري الباحثة أن سكان الريف لديهم من الوقت ما يساعدهم في تصفح ومعرفة المضامين المُقدمة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وبالتالي تحقق صحة الفرض ويُمكن قبوله.

جدول (9)

يوضح اختبار مان وتني لمعدل التعرض للمضامين الإعلامية المُقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب المرحلة التعليمية.

المرحلة التعليمية	ن	المتوسط الرتب	مجموع المربعات	درجة الحرية	ز	القيمة المعنوية	الدلالة واتجاهها
طالب	258	154.12	39764.00	298	- 2.266	0.023	دال عند مستوى 0.05
دراسات عليا	42	128.24	5386.00				

* * دال عند مستوى دلالة 0.05

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) بين متوسط درجات طلاب الإعلام في معدل تعرضهم للمضامين الإعلامية المُقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب المرحلة التعليمية (طالب ودراسات عليا)، لذا يُمكن القول بأنه توجد فروق بين طالب ودراسات عليا في معدل تعرضهم للمضامين الإعلامية المُقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب المرحلة التعليمية لصالح الطلاب، ويُمكن للباحثة تفسير ذلك بأن الطلاب هم أكثر عُرضة للمضامين الإعلامية المُقدمة وذلك نتيجةً لمتابعتهم المستمرة لكل ما يخص هذه التقنية في المجال الإعلامي؛ حيث أن ذلك يفيدهم في مجال الدراسة ويساعدهم علي تطوير وصناعة محتوى إعلامي قائم علي التقنيات التكنولوجية الحديثة وكيفية الاستفادة منها في تنمية مهاراتهم الإعلامية، وبالتالي تحقق صحة الفرض ويُمكن قبوله

جدول (10)

تحليل التباين أحادي الاتجاه بين الجامعات المختلفة (المنيا، بني سويف الأهلية، مصر للعلوم والتكنولوجيا) في معدل تعرضهم للمضامين الإعلامية المُقدمة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات حسب الجامعة.

الدالة	القيمة المعنوية	ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
دال	0.000	9.064	2.442	2	4.885	بين المجموعات
			0.269	297	80.032	داخل المجموعات
				299	84.917	الإجمالي

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق دالة إحصائية بين الجامعات المختلفة (المنيا، بني سويف الأهلية، مصر للعلوم والتكنولوجيا) في معدل تعرضهم للمضامين الإعلامية المُقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات حسب الجامعة، ولتحديد اتجاه الفروق وفقاً لمتغير الجامعة، ولمعرفة الفروق، ستكون لصالح أي جامعة فئة، تم إجراء اختبار المقارنات البعدية (LSD).

جدول (11)

اختبار المقارنات البعدية LSD بين الجامعات

مستوى الدلالة	القيمة المعنوية	متوسط الاختلاف	المتغيرات
غير دالة	0.386	-0.06376	بين جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة المنيا
دالة عند مستوى 0.01	0.000	-0.29592	بين جامعة بني سويف الأهلية وجامعة المنيا
دالة عند مستوى 0.01	0.002	0.23216	بين جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة بني سويف الأهلية

** دال عند مستوى دلالة 0.01

يتضح من الجدول السابق: الخاص بمصفوفة الفروق بين متوسطات الجامعات الثلاثة، وجود فرق دال احصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين متوسطي جامعة المنيا مع بني سويف الأهلية في معدل تعرضهم للمضامين المقدمة عبر تقنية الروبوت، بينما لم توجد فرق دال احصائياً

بين متوسطات جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا والمانيا، ويُمكن تفسير ذلك لاختلاف المستويات الثقافية والعلمية والمعرفية لكلا طلاب الجامعات، حيث يكون منخفضاً عند طلاب جامعة المنيا ومرتفعاً في جامعات (بني سويف الأهلية- مصر للعلوم والتكنولوجيا)، وذلك دل على تأثير الجامعات الخاصة والأهلية (بني سويف الأهلية- مصر للعلوم والتكنولوجيا) بأخبار ومضامين تقنيات الذكاء الاصطناعي المطروحة على ساحة القنوات الفضائية والفضائيات بصفة عامة، وذلك قد يرجع إلي تطور أساليب التدريس وتوفر الأدوات التكنولوجية الحديثة وإلمامهم الدائم بكل ما يخص تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير المعارف والمهارات اللازمة لإخراج طالب إعلامي يستطيع الاندماج في سوق العمل في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مقارنةً بطلاب جامعة المنيا الحكومية.

التحقق من صحة الفرض الثالث

- توجد فروق دالة إحصائياً بين درجة اهتمام عينة الدراسة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية مهاراتهم الإعلامية.

جدول (12)

تم استخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه وتم التوصل إلى الجدول التالي:

الإحصاء الوصفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن	درجة الاهتمام وتنمية المهارات
20.27542	54.3226	31	اهتم بدرجة ضعيفة
14.07241	60.0986	213	اهتم بدرجة متوسطة
14.42462	69.5536	56	اهتم بدرجة كبيرة
15.45202	61.2667	300	الإجمالي

جدول (13)

الفروق بين درجة الاهتمام وتنمية مهارات الطلاب الاعلامية

الدلالة	القيمة المعنوية	قيمة ف	درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصدر التباين
دال عند 0.01	0.000	12.716	2	2815.56	5631.124	بين المجموعات
			297	221.413	65759.453	داخل المجموعات
			299		71390.67	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق: وجود فروق بين درجة الاهتمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات ومستوى تنمية مهاراتهم الاعلامية وللتعرف على اتجاه الفروق تم إجراء اختبار المقارنات البعدية LSD وتم التوصل الى الجدول التالي:

جدول (14)

للتعرف على اتجاه الفروق بين درجة الاهتمام بتقنية الروبوت في الفضائيات ومستوى تنمية LSD اختبار مهاراتهم الاعلامية

الدلالة	القيمة المعنوية	متوسط الاختلاف	درجة الاهتمام
دال عند 0.00 لصالح المتابعة بدرجة كبيرة	0.000	15.231-	الفروق بين الاهتمام بدرجة كبيرة وبين الدرجة الضعيفة
دال عند 0.01 لصالح المتابعة بدرجة كبيرة	0.000	9.455-	الفروق بين الاهتمام بدرجة كبيرة وبين الدرجة المتوسطة
دال عند 0.05 لصالح المتابعة بدرجة متوسطة	0.044	5.776	الفروق بين الاهتمام بدرجة المتوسطة وبين الدرجة الضعيفة

يُلاحظ من الجدول السابق: وجود فرق دال احصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين الاهتمام بدرجة كبيرة وبين الاهتمام بالدرجة الضعيفة في معدل درجة الاهتمام بتقنية الروبوت في الفضائيات ومستوى تنمية مهاراتهم الإعلامية ، وكما توجد فروق بين الاهتمام بدرجة كبيرة وبين

الدرجة المتوسطة في معدل درجة الاهتمام بتقنية الروبوت في الفضائيات ومستوى تنمية مهاراتهم الإعلامية عند مستوى دلالة (0.01) وعند مستوى دلالة (0.05) توجد فروق بين الاهتمام بدرجة متوسطة وبين الدرجة الضعيفة في معدل درجة الاهتمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي في الفضائيات ومستوى تنمية مهاراتهم الإعلامية، وتُفسر الباحثة ذلك بأن الذكاء الاصطناعي أدى لحدوث تغيير جذري في العديد من المجالات بصفة عامة وفي مجال الاعلام بصفة خاصة علي وجه الخصوص، ومن خلال تغيير الممارسات التقليدية وتقديم مجموعة من الأساليب المبتكرة في إنتاج المحتوى أصبح استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الاعلام يتم بوتيرة متسارعة للقيام بالعديد من المهام لتمكين الإعلاميين في مختلف الجهات الإعلامية.

وترى الباحثة محاولة استكشاف دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإنتاج الإعلامي وما يترتب عليه من تطوير المهارات والكفاءات ذات الصلة في هذا المجال لدي عينة الدراسة بما يساهم في إعدادهم للمتطلبات والفرص التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى المشهد الإعلامي، حيث دائماً ما كانت صناعة الاعلام في المقدمة عند تبني التقنيات الجديدة لتعزيز تجربة الجمهور.

النتائج العامة للبحث:

- الإقبال المرتفع من قبل طلاب الإعلام على متابعة المضامين المقدمة بتقنية الروبوت في الفضائيات، حيث تمثلت نسبة المتابعة بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة (71.7%)، ثم المتابعة بدرجة ضعيفة في المرتبة الثانية بنسبة (15%) وأخيراً جاءت المتابعة بدرجة كبيرة بنسبة (13.3%).

- أشارت نتائج الدراسة إلى تصدر القنوات العربية في المرتبة الأولى بنسبة (32.7%)، ثم تلتها القنوات الأجنبية في المرتبة الثانية بنسبة (27.7%)، في حين جاءت القنوات المصرية في المرتبة الثالثة بنسبة (24%)، بينما القنوات الموجهة باللغة العربية جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (15.7%).

-أوضحت النتائج درجة تعرض عينة الدراسة للمضامين المقدمة بتقنية الروبوت عبر الوسائط، حيث جاء موقع القناة على الفيسبوك في الترتيب الأول، بينما جاء موقع القناة على تويتر في الترتيب الثاني، في حين جاء في الترتيب الثالث موقع القناة على الإنترنت.

- أكدت النتائج أن أسباب اهتمام طلاب الإعلام عينة الدراسة بالأخبار الخاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي حيث احتلت "لتطوير ذاتي وتنمية مهاراتي وتحسين أدائي الإعلامي" الصدارة بنسبة (76%)، بينما جاءت "لتقديمها معلومات تفاعلية وحيوية أكثر دقة" الترتيب الثاني بنسبة (74.3%)، أما في الترتيب الأخير جاءت "لمعرفة طريقة تقديم المضامين الإعلامية المستحدثة عن طريق هذه التقنيات" بنسبة (57%).

- وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام طلاب الإعلام بالأخبار الخاصة بتقنية الروبوت في الفضائيات وتنمية مهاراتهم الإعلامية عند مستوي دلالة (0.01).
- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب الإعلام في تعرضهم للمضامين الإعلامية المقدمة عبر تقنية الروبوت في الفضائيات وفقاً (للنوع).

- وجود فروق بين درجة الاهتمام بتقنية الروبوت في الفضائيات ومستوى تنمية مهاراتهم الإعلامية

توصيات البحث:

- التوسع في الدورات التدريبية داخل المؤسسات الإعلامية على تطبيقات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي، وكيفية توظيفها في وسائل الإعلام والعمل الإعلامي بشكل عام.
- إجراء المزيد من الدراسات العربية التي تتناول الاهتمام بالمهارات التقنية والتواصلية والتحريرية الإعلامية -الاستعداد لتطبيق الإعلام الافتراضي بشكل عام، والتنبه بصورة مبكرة للتأثيرات الاجتماعية والسياسية والاجتماعية التي ستفرزها التطبيقات الإعلامية الافتراضية.
- إدراج أنشطة وبرامج للإعلام التربوي تستلزم توظيف الذكاء الاصطناعي بشكل تطبيقي.
- الاهتمام بتوظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأنشطة المدرسية.

المراجع والمصادر

أولاً: المراجع العربية

• الكتب العربية والبحوث:

- أحمد جمال (2021). "مستقبل الاعلام العربي علي كف روبوت"، موقع صحيفة العرب، تاريخ النشر: 2021/11/22، متاح على: <https://bit.ly/3pVGgAL>
- آلاء عزمي (2021). اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد(59)، العدد(4)، ص 2183-2246.
- حصة محمد، أحلام عبد السميع (2011). مهارات الاتصال والتفاعل، عالم الكتب، ط1، القاهرة.
- حورية عبدالله (2015). علم الروبوتات موضوعاته ومستلزماته في المستوي الجامعي/ الهندسي، مجلة الروبوت العربية، العدد الأول، أكتوبر.
- زاهر هاشم (2020). "صحافة الروبوت.. الذكاء الاصطناعي يقود صحافة المستقبل"، نشر بتاريخ 23 فبراير 2023، متاح على: <https://cutt.us/NO4do> ، تاريخ الدخول ٢٣ فبراير ٢٠٢٣، الساعة ١٠:٥٠م.
- سعيد الغريب (2002). تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة.
- شريف اللبان (2019). "مداخل مبتكرة لتطوير المحتوى الصحفي، موقع البوابة نيوز، نشر بتاريخ 15 سبتمبر 2019م، متاح على: <https://www.albawabhnews.com/3724116>
- عبد الله بن علي (2023). استخدامات الاعلام الرقمي وعلاقتها بتتمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الاعلام. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد(83)، ص 287-351
- عيماد معوشي (2021). واقع المهارات العامة في الاعلام الآلي لدي طلبة الماستر: دراسة حالة طلبة إدارة الأعمال بجامعة المدينة دفعة 2019/2018، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد(12)، العدد(1).
- فاروق عبده، أحمد عبد الفتاح (2004). معجم مصطلحات التربية لفظاً واصطلاحاً، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
- كرم شلبي (2010). المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر.

- محمد عوض (2023). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية دراسة ميدانية من وجهة نظر القائم بالاتصال، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلام*، العدد (26).
- محمود علم الدين (2020). " الذكاء الاصطناعي.. منحة خطيرة ام فرصة ثمينة؟!، جريدة الأهرام، نشر بتاريخ 23 فبراير 2023م، متاح على: <https://bit.ly/30klrUG> ، تاريخ الدخول ٢٣ فبراير ٢٠٢٣، الساعة ١٠:٢١م.
- منة الله كمال (2021). الثقافة الروبوتية "المذيع الروبوت" في القنوات الإخبارية والمستقبل الوظيفي للقائم بالاتصال- دراسة كيفية في ضوء نظرية التحول الرقمي، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين- الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة، المجلد (3)، ص 1403-1442.
- مي مصطفى (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام- الواقع والتطورات المستقبلية- دراسة حالة على القائمين بالاتصال بالوسائل الإعلامية المصرية والعربية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، المجلد(1)، العدد(81)، ص 1-74
- ندا عبد القادر (2022). فاعلية برنامج مقترح في الإعلام التربوي قائم على الانفوجرافيك لإكساب الطلاب لذوي الإعاقة السمعية مهارات التصوير الإعلامي دراسة شبه تجريبية، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، المجلد(8)، العدد(42)، ص 611-647.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

• البحوث المنشورة في مجلات علمية ومؤتمرات:

- Picard, R. G. The economics and financing of media companies (2nd ed.), Fordham University Press, (2015).
- Lin, Tzu-Bin, Li, Jen-Yi, Deng, Feng and Lee, Ling(2018). Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical ,Journal of Educational Technology & Society, Vol. 16, No. 4 (October2013), pp. 160-170: <https://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.16.4.160> Accessed: 19-09-2018 09:46 UTC- Karrie , J., ; Craig , K. ; Brown , J. & Andrew , B. (2000) : Environmental Factors in the etiology of anxiety, **Neurop psychopharmacology: the fifth generation of progress**, 2008.
- Hobbs, Renee & Tuzel , Sait (2017). Teacher motivations for digital and media literacy: An examination of Turkish educators. British Journal of Educational Technology. 48 , 1, 7-22 doi:10.1111/bjet.12326
- Al-Anzi, A.A.D.(2022). The Effectiveness of Integrating Technology in the Development of Digital Photography Skills among Students of the Basic Education College in Kuwait. International Journal of Learning and Development 12(3). DOI:10.5296/ijld.v12i4.20481.