

استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها «دراسة ميدانية»

د. سعيد شاهين علّاني – جامعة الخليل – فلسطين
أحمد ياسر السّلاق – جامعة الخليل – فلسطين

The use of artificial intelligence applications by media students in Palestinian universities and their achieved gratifications “A field study”

Dr. Said Shaheen Allani – Hebron University – Palestine
Ahmad Al Sallaq - Hebron University – Palestine

استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع

المتحققة منها

"دراسة ميدانية"

د. سعيد شاهين علّاني - جامعة الخليل - فلسطين

أحمد ياسر السّلاق - جامعة الخليل - فلسطين

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام طلبة الإعلام بالجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها، حيث تنتمي الدراسة إلى منهج الدراسات الوصفية باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات لعينة متاحة بلغ حجمها (165) مفردة تم توزيعها في خمس جامعات فلسطينية ضمت مجتمع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة أهمها: أن ما نسبته (54.5%) من طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأن نسبة من العينة يستخدمونها لدوافع عدة، جاء في مقدمتها المساعدة على إنتاج محتوى رقمي جيد، بوزن نسبي بلغ (47.4%)، كما أنها تحقق لهم مجموعةً من الإشباعات تأتي في مقدمتها تسهيل الحصول على البيانات، بوزن نسبي بلغ (46%).

وتوصي الدراسة بضرورة التعاون متعدد التخصصات بين طلاب الإعلام وغيرهم من تخصصات أخرى، مثل طلاب الحاسوب والوسائط المتعددة والذكاء الاصطناعي لتوظيفهما في إكسابهم مهارات جديدة في مجال العمل الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: استخدامات طلبة الجامعات، تطبيقات، الذكاء الاصطناعي، الإشباع، الجامعات الفلسطينية.

The use of artificial intelligence applications by media students in Palestinian universities and their achieved gratifications “A field study”

Dr. Said Shaheen Allani – Hebron University – Palestine

Ahmad Al Sallaq - Hebron University – Palestine

Abstract

The study aimed to identify the extent to which media students in Palestinian universities use artificial intelligence applications and the achieved gratifications from it. The study belongs to the descriptive studies approach utilizing questionnaire as a tool for collecting data, for an available sample of (165) individuals that were distributed in five Palestinian universities.

The study reached to; (54.5%) of media students in Palestinian universities use artificial intelligence applications, they use it for several reasons, the most important phrase is “it helps me to produce good digital content,” with a relative weight of (47.4%), it also achieves a number of gratifications, foremost among which is the phrase “It made it easy for me to obtain data,” with a relative weight of (46%).

The study recommends interdisciplinary cooperation between media students and many other disciplines, such as students of computer, multimedia, and artificial intelligence.

Key words: Uses of university students, Applications, Artificial Intelligence (AI) , Gratifications, Palestinian universities.

المقدمة:

لا يزال الإنسان مستمراً في البحث والتطوير لابتكار أدوات واختراعات حديثة قادرة على تلبية حاجاته، وحل جزء يسير من مشكلاته، وقد ابتكر العلماء خلال السنوات الأخيرة ما أطلق عليه "الذكاء الاصطناعي"، الذي أصبح جزءاً لا يمكن الاستغناء عنه في حياة الإنسان في القطاعات كافة، منها: القطاع العسكري، والقطاع الصحي، والقطاع التعليمي، وقطاع البنوك، وغيرها. و"بفضل الذكاء الاصطناعي، يمكن دعم المزيد من الأنشطة اليومية من خلال التقنيات الرقمية - حيث تستطيع مكبرات الصوت الذكية التحدث إلينا أثناء الطهي أو قيادة السيارة. كما ستصبح الخوارزميات الذكية أفضل بشكل متزايد في التنبؤ بالسلوك، والتواصل معنا باللغة الطبيعية وجذب الانتباه." (WORLD ECONOMIC FORUM, 2023)

وكان لهذه التطبيقات المستحدثة تأثيرات متعددة على مختلف شرائح المجتمع، من بينها: فئة الشباب عموماً وطلبة الجامعات خصوصاً، أفراد هذه الشريحة، التي ينظر إليها على أنها أساس المجتمع وعماده وأكثر طبقاته علماً ووعياً، حيث انجذبت نحو تلك التطبيقات وأخذت تستخدمها في العملية التعليمية، لما لتلك التطبيقات من خصائص متطورة لم توفرها التطبيقات السابقة، كما أن الجامعات أخذت تتسابق فيما بينها لطرح تخصصات وبرامج أكاديمية تمنح الشهادات في مجال الذكاء الاصطناعي، لأن الجميع بات يرى فيها المستقبل.

فقبل انخراطهم في سوق العمل بات من السهل على طلبة كليات الإعلام إنشاء المحتوى الرقمي والأخبار المقروءة بصوت آلي أو فيديوهات، يتداولونها عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأصبحوا قادرين على بناء قاعدة واسعة من الجمهور وإيجاد طرق جديدة للتفاعل معهم، ومن المتوقع أن يستمر التحول الرقمي في تغيير صناعة الإعلام وتحديد اتجاهاتها المستقبلية، مما يتطلب ممن يعمل في الحقل التكيف مع المتغيرات الحالية والتحديات الراهنة التي فرضها الذكاء الاصطناعي على الساحة الإعلامية (مخزوم، 2023).

لقد أصبح للذكاء الاصطناعي اليوم دوراً أساسياً في تحسين وأتمتة مهام التعلم والتدريس للطلاب والمعلمين. ومع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، من المتوقع أن تزيد وتتعمق مساهمته في عملية التعليم والتدريب، وتأتي فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم على نطاق واسع، حيث يتوقع أن تتحول الفصول الدراسية والمحاضرات في الجامعات إلى نمط مختلف يجمع بين الروبوتات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المصممة حسب الحاجة، إذ سيستفيد الطالب بشكل كبير

ومتزايد من الروبوتات التي تتمتع بالاستمرارية والمرونة، وسيستمتع المعلمون بفوائد تقنيات الذكاء الصناعي بالمثل. (القرعان، 2024)

المبحث الأول: الإطار العام

مشكلة الدراسة:

أحدث التطور التكنولوجي المتسارع خلال السنوات الأخيرة ظهور العديد من التطبيقات، ومن بينها: تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بالإعلام، والذي لا يكاد أحدٌ إلا ويستخدمه لتحقيق غاياته، ومن هؤلاء: الطلبة الجامعيون عموماً، وطلبة تخصص الإعلام خصوصاً فقد وفر لهم القدرة على إنتاج المحتوى الإبداعي، وضبط اللغة، وكتابة المواد الصحفية وتحريرها، بشقيها الخبري والإبداعي، والمساعدة في حل واجباتهم الدراسية، وإعداد المواد التعليمية المساندة بجهد أقل في البحث والمراجعة، وبعد مراجعة التراث النظري والدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع الدراسة، تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس: ما مدى استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها العلمية والعملية من الجوانب الآتية:
الأهمية العلمية: تنبع الأهمية العلمية من ندرة الدراسات والأبحاث التي تناولت استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها، كما وتقدم الدراسة فرصة للباحثين في الاستفادة من نتائجها؛ لإجراء المزيد من الأبحاث المتعلقة بمجال إعلام الذكاء الاصطناعي.

الأهمية العملية:

1. تسهم الدراسة في الكشف عن مدى استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها.
2. تركز الدراسة على فئة الشباب التي تعد أساس المجتمع؛ لذا يجب تلبية احتياجاتها من تطبيقات في مجال الذكاء الاصطناعي المتعلقة بمجالات عملهم وتنمية مهاراتهم.

3. تساعد الدراسةُ إدارات الجامعات على الفهم الأمثل لاستخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوفير هذه البيئة والإشباع المتحققة منها.

تساؤلات الدراسة:

التساؤل الرئيس لموضوع الدراسة هو: ما مدى استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
وينبثق عن التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية:

1. ما هي أنماط استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
2. ما هي دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
3. ما هي تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عينة الدراسة؟
4. ما الإشباع الناجمة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
5. ما أهم التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

فرضية الدراسة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين الإشباع المتحققة لديهم ($\alpha \geq 0.05$)

أهداف الدراسة:

1. التعرف إلى أنماط استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
2. التعرف إلى دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها .

3. رصد تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية.
4. التعرف إلى الإشباعات الناجمة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات.
5. التعرف إلى أهم التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

مصطلحات الدراسة:

استخدامات طلبة الجامعات: الاستخدام "اصطلاحاً": كل نشاط اجتماعي يصبح نشاطاً عادياً؛ نتيجة القدم والتكرار (الدليمي و محمد، 2020، صفحة 26).

طلبة الجامعات: هم شريحة من الشباب الذين يرتادون الجامعات من سن (18-26) ، وغالبيتهم يدرسون في مرحلة البكالوريوس من مختلف الفروع العلمية والأدبية في الجامعات الحكومية والأهلية والخاصة . (ظبيان، 2017)

إجرائياً: الطريقة التي يستعمل بها طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

طلبة الإعلام "إجرائياً": كل طالب ملتحق بتخصص الإعلام في إحدى الجامعات الفلسطينية عينة الدراسة بغرض الحصول على إحدى الدرجات العلمية.

الذكاء الاصطناعي: "اصطلاحاً": قدرة الآلة على محاكاة العقل البشري وطريقة عمله والقيام بمهامه المعقدة، مثل: التفكير (شيلي، 2022، صفحة 6).

إجرائياً: هي تقنيات يستخدمها طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية؛ لإشباع رغبات مختلفة لديهم.

الإشباعات:"اصطلاحاً": "إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وخفض التنبؤ، والتخلص من التوتر " (زعطوط و رقيب، 2019، صفحة 8).

إجرائياً: تلبية حاجات جميع الطلبة الملتحقين بتخصص الإعلام في الجامعات الفلسطينية؛ من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

الجامعات الفلسطينية: اصطلاحاً: هي الجامعات الواقعة في الضفة الغربية وقطاع غزة وتوفر التعليم العالي الأكاديمي المتخصص. (سلمودي، 2023).

إجرائياً: هي البيئة التي سيتم اختيار عينة الدراسة منها لمساعدتنا على معرفة مستوى استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

التطبيقات: اصطلاحاً: وهي تطبيقات برمجية تستخدم خوارزميات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات مع التعلم من تفاعلات المستخدم وتوفير استجابات أو إجراءات ذكية. (القرعان، 2024)

إجرائياً: هي الأدوات التي تمكن المستخدمين من توظيفها ومنهم طلبة الاعلام في عملية التعلم واكتساب مهارات تمكنهم من إنجاز مهام عملية بشكل دقيق وامتقن.

المبحث الثاني: الإطار المعرفي والنظري

كانت المرة الأولى التي أُستخدِمَ فيها مصطلح الذكاء الاصطناعي في مؤتمر إحدى الجامعات الألمانية؛ على يد العالم جون مكارثي وذلك في عام 1956 (Sadiku, Ashaolu, Ajayi-Majebi, 1956) (Musa, 2021).

وساهمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحقيق عددٍ من الأغراض للطلبة الجامعيين، منها: توليد الصور والرسوم التوضيحية والرسوم البيانية للقصص الإخبارية لتعزيز السردية، وزيادة تفاعل الجمهور وإنشاء الحملات الإعلانية، وتحويل المواد الصوتية إلى محتوى مكتوب؛ الأمر الذي يسهل أرشفة المعلومات ونشرها ويجعل المحتوى متاحاً للتحرير أو النشر أو المشاركة عبر منصات مختلفة (Prato, 2023).

استندت الدراسة الحالية على نظرية الاستخدامات والإشباع، وفيما يأتي عرض موجز لها:

المنطلق الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع

الفرضية الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع "استخدام الجمهور لوسائل الإعلام؛ للبحث عن إشباع في الرسالة الإعلامية، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بين الجمهور" (البشر، 2014). وتستند النظرية على خمسة فروض فرعية، هي:

1. الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف تلبية توقعاتهم، ويختارون منها الرسائل والمضامين المشبعة لحاجاتهم.
2. الجمهور قادر دائماً على تحديد حاجاته ودوافعه، وأفرادهم يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات (مكاوي و العبد، 2007).

3. استخدام وسائل الاتصال يعبر عن حاجات يدركها أعضاء الجمهور وتلعب عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي دوراً في ذلك.
4. استخدام وسائل الاتصال يدل على المعايير الثقافية السائدة، وليس محتوى الرسائل فقط (الحاج، 2020).
5. صنفت دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى نوعين، هما: النفعية التي تمكن الفرد من التعرف إلى ذاته واكتساب الخبرات والمعلومات والمعارف والتعلم بجميع أشكاله. أما الطقوسية فهدفها اكتساب الفرد شعوراً بالاسترخاء والألفة وتكوين الصداقات وتمضية الوقت والهروب من الواقع والمشكلات (المصري، 2010).
6. أما الإشباعات فهي نوعان: إشباعات المحتوى الناتجة عن التعرض للمحتوى، وتكون إما توجيهية، أو اجتماعية (الثقل، 2022). أما الإشباعات العملية فتنتج عن الارتباط بوسيلة ما، وتكون إما شبه توجيهية أو إشباعات شبه الاجتماعية (طوالبه، 2021).

المنطلق الثاني: مدى استفادة الدراسة الحالية من نظرية الاستخدامات والإشباعات

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من أنسب النظريات لهذه الدراسة؛ حيث تقدم تفسيراً يمكن من فهم سلوك طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، فالدراسة تحاول التعرف إلى دوافع استخدامهم لتلك التطبيقات، والإشباعات التي يسعون لتحقيقها، وبخاصة أن النظرية تهدف إلى شرح الدوافع والحاجات النفسية التي تشكل الأسباب التي يستخدم الجمهور من أجلها وسائل الاتصال وتدفعه إلى سلوك معين وكيفية استخدامه لها. ومن هنا جاء الهدف من دراستنا، فنحن نهتم بمستوى أو درجة استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي كونها تحقق الإشباعات اللازمة لهم في مجال التعليم والتميز والابداع باعتبار أن هذه التطبيقات تتباين من ناحية تحقيق الإشباعات المرغوبة.

المنطلق الثالث: الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

جاءت دراسة علي (2024) لاستكشاف مدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تصميم الإعلان الرقمي؛ حيث تنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي؛ بالاعتماد على أداة الاستبانة، التي وزعت

على طلاب السنة الثانية من تخصص الجرافيك وفنون الإعلان، وتوصلت النتائج إلى أن التطبيقات تساعد الطلبة على التحكم في الصوت والكتابات والصور.

وهدفت دراسة فارس، والسيد (2024) التعرف إلى فاعلية تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصميم التعليمي للمحتوى الرقمي؛ حيث تنتمي إلى منهج الدراسات الوصفي التحليلي؛ بالاعتماد على أداة الاستبانة، التي وزعت على 20 أخصائياً من تكنولوجيا التعليم، وبينت النتائج أن للذكاء الاصطناعي أهمية كبيرة في تحسين التصميم التعليمي للمحتوى الرقمي، وتطوير مهارات التصميم التعليمي للمدرس وأخصائي تكنولوجيا التعليم.

هدفت دراسة (الشرقاوي، 2023) إلى رصد إدراك طلاب الإعلام في الجامعات المصرية للمعارف والمهارات اللازمة للاندماج في سوق العمل في ظل الذكاء الاصطناعي، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية بالاعتماد على أداة الاستبانة لعينة حصرية، حجمها 396 مفردة تم توزيعها في ثلاث جامعات، وتوصلت إلى أن أهم التحديات التي تعيق تأهيلهم للاندماج في سوق العمل في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي يرجع إلى عدم توفر خبراء متخصصين في تشغيل المعامل وتدريب الطلبة.

وجاءت دراسة (سلامة، 2023) للكشف عن مدى إدراك طلبة الإعلام في الجامعات الخليجية لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية اعتماداً على أداة الاستبانة لعينة متاحة، حجمها 300 مفردة من طلبة الإعلام بثلاث جامعات خليجية، وتوصلت إلى أن الحاجة إلى التعاون والاستعانة بخبراء من تخصصات أخرى " في مقدمة التحديات التي تواجه طلاب الإعلام في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي (90.3%)".

أما دراسة (حسن، 2022) فقد سعت إلى تعرف معدل استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة، وتنتمي إلى الدراسات الوصفية، باستخدام أداة الاستبانة لعينة متاحة حجمها 300 مفردة، وتوصلت إلى أن عبارة "تساعدني في اكتساب المعرفة بمهارات البحث عن المضامين المثيرة للاهتمام" احتلت المرتبة الأولى من بين دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

وكشفت دراسة زكي (2022) أن عملية بناء أنظمة التدريس الذكية ITS تستغرق وقتاً طويلاً، وتتطلب معرفة متخصصة بالأدوات والبرمجة، وتنتمي الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ بالاعتماد على الاستبانة، التي وزعت على طلبة تخصص الآثار في جامعة الفيوم.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

تناولت دراسة (Alam,2024) تأثير الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، وتنتمي إلى الدراسات النوعية بالاعتماد على أداة تحليل المحتوى وتوصلت إلى أن أدوات إنشاء المحتوى المعتمدة على الذكاء الاصطناعي توفر طريقة أسرع وأكثر كفاءة لإنتاج المقالات والمحتوى الإبداعي.

كشفت دراسة (Abu Nasser, Abu Naser, 2024) أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تعزيز الكفاءة والإنتاجية، مما يسمح لمنشئي المحتوى بالتركيز على جوانب إبداعية، وتنتمي الدراسة إلى المنهج المختلط؛ اعتماداً على أداتي المقابلة، والاستبانة، التي بلغ حجمها 100 مفردة.

وهدف دراسة (Delello & etal , 2023) التعرف إلى مدى إدراك طلبة الجامعات لفوائد ومخاطر استخدام الذكاء الاصطناعي وتنتمي إلى الدراسات الكمية والنوعية باستخدام أداة الاستبانة، وتوصلت إلى أن (32.1%) أجابوا أن مصطلح الذكاء الاصطناعي مألوف للغاية.

وأظهرت دراسة Khan(2023) أن الذكاء الاصطناعي غير صناعة الإعلام؛ من خلال تمكين تحليل البيانات الآلي، وتعزيز إنشاء المحتوى والتنسيق؛ حيث تنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي؛ من خلال أداة تحليل المضمون.

وأوضحت دراسة (Al Adwan, etal, 2023) أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي قادرة على معالجة البيانات الضخمة بسرعة ودقة، وتواجه تحديات متعددة، منها: المهنية والقانونية والأخلاقية؛ من خلال المنهج الوصفي؛ اعتماداً على أداة المقابلة مع أساتذة جامعيين متخصصين في الإعلام وعلم الحاسوب.

أما دراسة (Jishnu & etal ,2023) فسعت إلى الكشف عن دوافع استخدام الطلاب لتطبيق ChatGPT في التعليم، وتنتمي إلى الدراسات الكمية باستخدام أداة الاستبانة لعينة كرة الثلج، حجمها 443 مفردة، وتوصلت إلى أن الطلاب غالباً يستخدمون ChatGpt لإنشاء المحتوى الأكاديمي والبحث عن المعلومات.

وبينت دراسة (Patil, etal,2023) أنه لا يوجد اتفاق عام على تعريف الذكاء الاصطناعي في سياق نظم المعلومات، وتنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي؛ بالاعتماد على أداة تحليل المضمون، لعينة قصدية، تكونت من 98 دراسة.

المنطلق الرابع: التعليق على الدراسات السابقة

اتفقت غالبية الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث إنها تسلط الضوء على فئة طلبة تخصصات الإعلام، واختلفت مع دراسة Jishnu التي تركز على طلبة الجامعات بشكل عام. أما من حيث المنهج، فاتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث إنها تندرج ضمن منهج الدراسات الوصفية. واستخدمت الدراسة الحالية الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وهو ما يتوافق مع دراسات شرقاوي، وسلامة، وحسن، Delello & etal، فيما اختلفت مع دراسة Alam التي استخدمت أداة تحليل المضمون. واتفقت الدراسة الحالية مع دراستي حسن وسلامة في استخدامها عينة متاحة، في حين استخدمت دراسة الشرقاوي العينة الحصصية، واستخدمت دراسة Jishnu عينة كرة الثلج.

وتشابهت معظم الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في تسليطها الضوء على موضوع الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته. ومن حيث المنهج؛ فإن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في أنها تندرج ضمن منهج الدراسات الوصفية. ومن حيث الأداة، فاتفقت الدراسة الحالية مع دراسة كلٍ من (علي، 2024)، (فارس، والسيد، 2024)، و(زكي، 2022)، من ناحية استخدامها للاستبانة كأداة لجمع البيانات. بينما استخدمت دراسة كلٍ (Khan, 2023) و (Patil, etal, 2023) أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، في حين استخدمت (Al Adwan, etal, 2023) أداة المقابلة.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية

1. منهج الدراسة

تندرج الدراسة الحالية ضمن منهج الدراسات الوصفية، الذي يهدف لدراسة حقائق ذات صلة بطبيعة ظاهرة أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع أو مجموعة من الناس (المشهداني، 2017).

2. مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة كليات وأقسام الإعلام في محافظتي الخليل وبيت لحم، البالغ عددهم 300. أما عينة الدراسة، فقد اختار الباحثان العينة المتاحة، التي بلغ حجمها (165) مفردة وُرِعَت الفترة ما بين 1_ 21 تموز عام 2024، ويظهر الجدول الآتي الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

الجدول (1): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	مستويات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المحافظة	الخليل	125	75.8%
	بيت لحم	40	24.2%
النوع الاجتماعي	ذكر	43	26.1%
	أنثى	122	73.9%
الفئة العمرية	أقل من 20 عاماً	60	36.4%
	20_25 عاماً	95	57.6%
	26_30 عاماً	2	1.2%
	أكثر من 31 عاماً	8	4.8%
مكان السكن	مخيم	17	10.3%
	قرية	79	47.9%
	مدينة	69	41.8%
المستوى الأكاديمي	دبلوم	28	17.0%
	بكالوريوس	130	78.8%
	ماجستير	7	4.2%
التخصص الجامعي	إعلام شامل	57	34.5%
	تكنولوجيا إعلام	45	27.3%
	علاقات عامة	48	29.1%
	إعلام تفاعلي	15	9.1%
المجموع		165	100%

3. أداة الدراسة

استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وقد تكونت من المحاور الآتية:

1. محور البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة.
2. محور أنماط استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
3. محور دوافع استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
4. محور تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية.
5. محور الإشباعات الناجمة عن استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
6. محور التحديات التي تواجه طلبة الإعلام عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (2): تحويل الإجابات اللفظية وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي إلى إجابات رقمية

الدرجة					المقياس
أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً	الإجابة بالكلمات
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الإجابة بالأرقام
1	2	3	4	5	

1. حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: يتمثل موضوع الدراسة في تعرف مدى استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة منها.

الحدود الزمانية: أجريت الدراسة الحالية ما بين شهري حزيران وأيلول من عام 2024.

الحدود المكانية: محافظتا الخليل وبيت لحم، بفلسطين.

الحدود البشرية: الحدود البشرية: تتمثل في طلبة كليات وأقسام الإعلام في كلٍ من: جامعة الخليل، وجامعة بوليتكنك فلسطين، وجامعة القدس المفتوحة، وجامعة بيت لحم، وجامعة فلسطين التقنية_ فرع العروب.

إجراءات الصدق والثبات

• صدق الأداة

استخدم الباحثان أسلوب الصدق الظاهري؛ من خلال عرض أداة الاستبانة على (5) محكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في مجالي الإعلام والحاسوب، الذين أبدوا آراءهم وملاحظاتهم، وتم الأخذ بها.

• ثبات الأداة

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة الثبات (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) للانساق الداخلي؛ من خلال حساب قيمة (ألفا) بين فقرات الدراسة في محاور (الدوافع، الإشباع، والتحديات) كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (3): معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha) بين فقرات الدراسة مجتمعة

عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات (كرونباخ ألفا)	المحور
10	0.692	الدوافع
7	0.878	الإشباعات
5	0.809	التحديات

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (2) أن قيمة معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) المحسوبة بين فقرات الدراسة حول (دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي) قد بلغت (69.2%) بين فقرات الدراسة حول (الإشباعات الناتجة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) و(87.8%) بين فقرات الدراسة حول (التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي) و(80.9%)، وجميعها قيم مرتفعة، أي أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يجعلها أداة صالحة لتحقيق أهداف الدراسة وتنفيذ إجراءاتها.

الفصل الرابع

أولاً: إطار تحليل ومناقشة النتائج

بعد جمع البيانات الأولية تمت مراجعتها، وذلك تمهيداً لإدخالها في الحاسوب لعمل المعالجة الإحصائية، حيث تم إعطاؤها أرقاماً حسب الخيارات المطروحة، ووفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، بحيث كلما زادت الدرجة زادت أهمية المقياس وزادت درجة القبول والموافقة وزادت القيمة الرقمية، وذلك كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (4): مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	90	54.5%
لا	75	45.5%
المجموع	165	100%

يبين الجدول السابق أن (54.5%) من طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عينة الدراسة يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما ما نسبته (45.5%) لا يستخدمونها.

جدول رقم (5): أسباب عدم استخدام المبحوثين تطبيقات الذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
26.7%	20	لا أجد استخدامها
38.7%	29	لا أثق في المعلومات التي تقدمها
68%	51	سهولة كشف المحتوى والمعلومات المولد بالذكاء الاصطناعي من قبل المدرسين
37.3%	28	قلة جودة المواد المنتجة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي
33.3%	25	تكلفة استخدام بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي مرتفعة

* أن العينة سمح لها باختيار أكثر من بديل، إذ إن كل عبارة في الجداول أجابت عنها عينة الدراسة

تشير نتائج الجدول رقم (5) إلى أسباب عدم استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت عبارة "سهولة كشف المحتوى والمعلومات المولد بالذكاء الاصطناعي من قبل المدرسين" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (68%)، ويعزو الباحثان النتيجة إلى الخوف الذي يديه الطلبة فأعضاء الهيئة التدريسية يمكنهم ابتكار تقنيات معينة؛ لكشف ما إذا كان المحتوى مولداً بالذكاء الاصطناعي. وحصلت عبارة "لا أثق في المعلومات التي تقدمها" على المرتبة الثانية بنسبة (38.7%)، بينما جاءت عبارة "لا أجد استخدامها" في المرتبة الأخيرة بنسبة (26.7%).

نتائج التساؤل الأول: ما أنماط استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

1. ما المعدل اليومي لاستخدامك تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم (6): المعدل اليومي لاستخدام المبحوثين تطبيقات الذكاء الاصطناعي

العبرة	دائماً		غالباً		أحياناً		نادراً		أبداً	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
أقل من ساعة	9.7	16	12.1	20	17.6	29	12.1	20	3.0	5
من 2_3 ساعات	6.1	10	7.3	12	18.8	31	17.0	28	5.5	9
أكثر من 3 ساعات	4.8	8	6.7	11	15.2	25	20.0	33	7.9	13

جدول رقم (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستخدام المبحوثين تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
35.4	40.24	1.77	أقل من ساعة
31	42.5	1.55	من 2 - 3 ساعات
28.8	42.65	1.44	أكثر من 3 ساعات

يشير الجدول رقم (6) إلى المعدل اليومي لاستخدام عينة الدراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث احتلت عبارة " أقل من ساعة" بوزن نسبي بلغ (35.4)، وجاءت بعدها عبارة " من ساعتين_ 3 ساعات" بوزن نسبي بلغ (31)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت عبارة " أكثر من 3 ساعات" بوزن نسبي (28.8).

2. ما أكثر الأماكن التي تستخدم فيها تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم (8): أكثر الأماكن التي يستخدم فيها المبحوثون تطبيقات الذكاء الاصطناعي

المكان	دائماً		غالباً		أحياناً		نادراً		أبداً	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
المنزل	21.2	35	26.7	44	6.7	11	0	0	0	0
الجامعة	12.1	20	18.8	31	15.8	26	1.8	3	6.1	10
المكتبة	6.1	10	4.8	8	12.1	20	11.5	19	20.0	33
العمل	7.9	13	10.3	17	7.3	12	7.3	12	21.8	36

جدول رقم (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأكثر الأماكن التي يستخدم فيها

المبحوثون تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المكان
1	46.6	53.8	2.33	المنزل
2	38.6	42.63	1.93	الجامعة
4	25.8	42.31	1.29	المكتبة
3	27.8	42.44	1.39	العمل

يظهر الجدول رقم (8) أكثر الأماكن التي يستخدم فيها المبحوثون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وقد حصل "المنزل" على أعلى وزن نسبي، بلغ (46.6)، تليه "الجامعة" بوزن نسبي بلغ (38.6) ثم "العمل" بوزن نسبي بلغ (38.6)، بينما حصلت "المكتبة" على وزن نسبي بلغ (25.8). نتائج التساؤل الثاني: ما هي دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم (10): دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
تساعدني في تحرير الأخبار الصحفية	9.7	16	21.8	36	6.1	10	12.1	20	4.8	8
تساعدني في كتابة التقارير والمقالات الصحفية بطريقة إبداعية	9.1	15	15.8	26	9.1	15	16.4	27	4.2	7
تساعدني في تصميم صور وفيديوهات إنفوجرافيك احترافية	17	28	18.2	30	5.5	9	12.7	21	1.2	2
تساعدني في معالجة الصور والفيديوهات	18.2	30	18.8	31	4.8	8	12.1	20	0.6	1
تساعدني في ترجمة الأبحاث العلمية	2.4	4	14.5	24	10.9	18	20.6	34	6.1	10
تساعدني على إنتاج محتوى رقمي جيد	24.8	41	26.1	43	1.8	3	1.2	2	0.6	1
تساعدني في إنجاز المهام والتكليفات	13.9	23	12.7	21	19.4	32	6.1	10	2.4	4

										المطلوبة مني في التدريب العملي
2.4	4	3.6	6	11.5	19	29.7	49	7.3	12	تساعدني في التعامل مع البيانات الضخمة
4.8	8	10.9	18	11.5	19	20.6	34	6.7	11	توفر ميزة الدردشة الآلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي
6.1	10	12.7	21	9.1	15	20.6	34	6.1	10	توفر ميزة تعرف وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
6	36.6	42.5	1.83	تساعدني في تحرير الأخبار الصحفية
8	34.6	40.1	1.73	تساعدني في كتابة التقارير والمقالات الصحفية بطريقة إبداعية
3	40.2	43.2	2.01	تساعدني في تصميم صور وفيديوهات إنفوجرافيك احترافية
2	41	44.5	2.05	تساعدني في معالجة الصور والفيديوهات
10	30	43.74	1.5	تساعدني في ترجمة الأبحاث العلمية
1	47.4	56.1	2.37	تساعدني على إنتاج محتوى رقمي جيد
5	38.6	42.1	1.93	تساعدني في إنجاز المهام والتكليفات المطلوبة مني في التدريب العملي

4	39.8	51.18	1.99	تساعدني في التعامل مع البيانات الضخمة
7	35.4	41.51	1.77	توفر ميزة الدردشة الآلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي
9	34.4	41.56	1.72	توفر ميزة تعرف وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (10) دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت عبارة " تساعدني على إنتاج محتوى رقمي جيد " في المرتبة الأولى بوزن نسبي (47.4)، ويعزو الباحثان النتيجة إلى الهدف الذي يسعى إليه طلبة الإعلام المتمثل في الوصول إلى الجمهور وبناء جسور التواصل معهم وجذبهم نحو المحتوى. وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Alam , 2024) في أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً في إنشاء المحتوى وتوزيعه مما يوفر سرعة وكفاءة أعلى لإنتاج المقالات والمحتوى الإبداعي. وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة " تساعدني في معالجة الصور والفيديوهات " بوزن نسبي (41) تليها عبارة " تساعدني في تصميم صور وفيديوهات إنفوجرافيك احترافية " بوزن نسبي بلغ (40.2) أما عبارة " تساعدني في ترجمة الأبحاث العلمية " فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي بلغ (30).

نتائج التساؤل الثالث: ما هي تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات

الفلسطينية عينة الدراسة؟

جدول رقم (12): تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات

الفلسطينية

أبداً		نادراً		أحياناً		غالباً		دائماً		التطبيق
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
7.9	13	3.6	6	5.5	9	12.1	20	25.5	42	Photoleap
14.5	24	2.4	4	6.1	10	13.9	23	17.6	29	Jasper
14.5	24	2.4	4	5.5	9	13.3	22	18.8	31	Synthesia
13.3	22	3.0	5	7.9	13	12.1	20	18.2	30	Cohere

1.8	3	1.8	3	2.4	4	17.9	29	30.9	51	Google AI Studio
0.6	1	0.6	1	3.6	6	18.8	31	30.9	51	Chat With PDF
14.5	24	6.1	10	6.7	11	12.1	20	15.1	25	Quillbot
15.2	25	6.7	11	5.5	9	12.7	21	14.5	24	Flick

جدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التطبيق
3	41.4	46	2.07	Photoleap
6	36.2	41.86	1.81	Jasper
4	36.6	42.5	1.83	Synthesia
5	36.4	40.83	1.82	Cohere
2	47.6	55.5	2.38	Google AI Studio
1	48.4	65.5	2.42	Chat With PDF
7	34.2	39.1	1.71	Quillbot
8	33.6	39.4	1.68	Flick

يبين الجدول رقم (12) تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية، حيث جاء تطبيق "Chat With PDF" في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (48.4) ، ويعزو الباحثان النتيجة إلى المهام المتعددة التي يمكن إنجازها وتحقيقها باستخدام التطبيق ؛ إذ يمكن صياغة المقالات وحل المعادلات الرياضية وتقديم أفكار إبداعية لتصميمات الجرافيك وإنشاء نص مقروء عند الطلب. وتتفق نتيجة الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Jishnu & et al , 2023) ، في أن تطبيق "Chat GPT" يسهم في إعداد المحتوى. وفي المرتبة الثانية جاء تطبيق "Google AI Studio" بوزن نسبي (47.6) ، بينما جاء تطبيق "Flick" في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي بلغ (33.6) .

نتائج التساؤل الرابع: ما الإشباع الناتجة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم (14): الإشباع الناتجة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية

لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
7.3	12	6.7	11	13.3	22	15.8	26	11.5	19	رفعت مستواي التعليمي من خلال ما تقدمه من فهم للمادة العلمية
6.7	11	7.3	12	11.5	19	17.0	28	12.1	20	أكسبتي المعرفة بمهارات البحث عن مضامين مثيرة للاهتمام
6.7	11	5.5	9	11.5	19	18.2	30	12.7	21	نمت قدراتي التكنولوجية والمعرفية والثقافية
3.6	6	2.4	4	12.1	20	21.2	35	14.5	24	أصبحت قادراً على إنتاج محتوى إعلامي إبداعي ذو جودة عالية
7.3	12	9.1	15	10.9	18	13.3	22	12.1	20	زادت من شعوري بالارتباط مع الاختراعات الحديثة
3.6	6	1.8	3	10.9	18	22.4	37	13.9	23	ساعدتني في تنظيم المعلومات والبيانات المطلوبة لإنتاج ومحتويات إعلامية رقمية
0.6	1	0.6	1	5.5	9	24.2	40	23.0	38	سهلت علي الحصول على البيانات

جدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإشباعات الناتجة عن استخدام
طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
6	36.2	38.4	1.81	رفعت مستواي التعليمي من خلال ما تقدمه من فهم للمادة العلمية
5	36.8	39	1.84	أكسبني المعرفة بمهارات البحث عن مضامين مثيرة للاهتمام
4	37.6	40	1.88	نمت قدراتي التكنولوجية والمعرفية والثقافية
2	40.4	44	2.02	أصبحت قادراً على إنتاج محتوى إعلامي إبداعي ذو جودة عالية
7	34.4	36	1.72	زادت من شعوري بالارتباط مع الاختراعات الحديثة
3	39.8	44.1	1.99	ساعدتني في تنظيم المعلومات والبيانات المطلوبة لإنتاج ومحتويات إعلامية رقمية
1	46	52.4	2.30	سهلت علي الحصول على البيانات

يشير جدول رقم (14) إلى الإشباعات الناتجة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث احتلت عبارة " سهلت علي الحصول على البيانات" المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (46) ، تليها عبارة " أصبحت قادراً على إنتاج محتوى إعلامي إبداعي ذو جودة عالية" ، بوزن نسبي بلغ (40.4). وجاءت عبارة " زادت من شعوري بالارتباط مع الاختراعات الحديثة" في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي بلغ (34.4). واتفقت النتيجة مع دراسة (Delello & etal , 2023) في أن الذكاء الاصطناعي يسمح بالحصول على معلومات مفصلة تشرح المفاهيم وتقدم المعلومات. واختلفت النتيجة مع دراسة (حسن ، 2022) التي توصلت إلى أن أهم الإشباعات المتحققة من استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي كانت عبارة "تساعدني في اكتساب المعرفة بمهارات البحث عن المضامين التي المثيرة للاهتمام" ، والتي جاءت في المرتبة الأولى، بينما احتلت العبارة نفسها المرتبة السادسة في الدراسة الحالية.

نتائج التساؤل الخامس: ما أهم التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

جدول رقم (16): التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		العبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
6.1	10	9.7	16	7.9	13	13.9	23	17.0	28	عدم امتلاك المهارات الكافية لاستعمال تطبيقات الذكاء الاصطناعي
3.6	6	9.1	15	6.7	11	16.4	27	18.8	31	قلة الكفاءات والمتخصصين في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
10.3	17	15.2	25	6.7	11	11.5	19	10.9	18	التكلفة المرتفعة المترتبة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحديثاتها
13.9	23	10.3	17	9.1	15	8.5	14	12.7	21	قلة الوعي لدى طلبة الإعلام بأهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي
9.1	15	9.1	15	9.7	16	10.3	17	16.4	27	ضعف شبكات الإنترنت وغياب شبكات 5G

جدول رقم (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

الرتبة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
2	38	39	1.9	عدم امتلاك المهارات الكافية لاستعمال تطبيقات الذكاء الاصطناعي
1	40.2	41.6	2.01	قلة الكفاءات والمتخصصين في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي
4	32.2	38	1.61	التكلفة المرتفعة المترتبة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحديثاتها
5	31.8	38	1.59	قلة الوعي لدى طلبة الإعلام بأهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي
3	35.8	38	1.79	ضعف شبكات الإنترنت وغياب شبكات 5G

يبين الجدول رقم (16) أهم التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت عبارة " قلة الكفاءات والمتخصصين في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي " في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (40.2). وتتفق النتيجة مع دراسة (سلامة، 2023)، التي أشارت إلى موضوع الكفاءات والمتخصصين حيث إنَّ " الحاجة إلى التعاون والاستعانة بخبراء من تخصصات أخرى " في مقدمة التحديات التي تواجه طلاب الإعلام في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتطوير إنتاجهم الإعلامي. وحصلت عبارة " عدم امتلاك المهارات الكافية لاستعمال تطبيقات الذكاء الاصطناعي " على وزن نسبي بلغ (38). في حين جاءت عبارة " قلة الوعي لدى طلبة الإعلام بأهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي " في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (90.3). واختلفت النتيجة مع دراسة (الشرقاوي، 2023) التي توصلت إلى أن عبارة " عدم توفر خبراء متخصصين في البرامج المستخدمة في صحافة الذكاء الاصطناعي " جاءت في المرتبة الخامسة، بينما احتلت العبارة نفسها المرتبة الأولى في الدراسة الحالية.

ثانياً- اختبار الفرضية

هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباع المتحققة لديهم عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ؟
استخدم الباحثان معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاختبار الفرضية السابقة كما يأتي:

جدول رقم (18): نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون Pearson Correlation

المقياس		الإشباع الناتجة عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
معامل الارتباط (r)	الدلالة الإحصائية	
0.244*	0.021	دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

* الارتباط دال إحصائياً عند المستوى (0.05) ** الارتباط دال إحصائياً عند المستوى (0.01)

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى أن هناك علاقة ارتباطية طردية موجبة دالة إحصائياً بين دوافع استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين الإشباع المتحققة لديهم، ويتضح ذلك من خلال مصفوفة قيم معامل الارتباط بيرسون بين المتغيرين التي بلغت (0.021) وهي أقل من (0.05) مما يعني أن ارتفاع متوسطات دوافع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

لدى طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية ينعكس إيجاباً على مستوى الإشباع الناتجة لديهم عند استخدام هذه التطبيقات.

ثالثاً: النتائج العامة

1. أظهرت الدراسة أن ما نسبته (54.5%) من طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما ما نسبته (45.5%) لا يستخدمونها.
2. جاءت أبرز أسباب عدم استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: "سهولة كشف المحتوى والمعلومات المولد بالذكاء الاصطناعي من قبل المدرسين" والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (68%) وفي المرتبة الثانية "لا أثق في المعلومات التي تقدمها" بنسبة (38.7%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء "لا أجيد استخدامها" بنسبة (26.7%).
3. أوضحت نتائج الدراسة أن المعدل اليومي لاستخدام طلبة الإعلام في لجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي "أقل من ساعة" بوزن نسبي بلغ (35.4%).
4. كشفت الدراسة أن أكثر الأماكن التي يستخدم فيها طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية تطبيقات الذكاء الاصطناعي "المنزل" بوزن نسبي (46.6%).
5. حصلت عبارة "تساعدني على إنتاج محتوى رقمي جيد" على المرتبة الأولى من بين دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي (47.4%).
6. جاء تطبيق "Chat With PDF" في المرتبة الأولى من بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخداماً بين طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية بوزن نسبي (48.4%).
7. حصلت عبارة "سهلت على الحصول على البيانات" على أعلى وزن نسبي (46%) واحتلت المرتبة الأولى من بين الإشباع الناتجة عن استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
8. أفادت الدراسة أن عبارة "قلة الكفاءات والمتخصصين في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي" جاءت في المرتبة الأولى من بين أكثر التحديات التي تواجه طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية عند استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي (40.2%).

9. توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة دالة إحصائياً بين دوافع استخدام طلبة الإعلام لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين الإشباعات المتحققة لديهم.

مناقشة النتائج:

هناك علاقة ارتباطية طردية بين دوافع استخدام الطلبة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وبين الإشباعات المتحققة لديهم، مما يدل على أن زيادة الدافع للاستخدام قد تؤدي إلى تحسين التجربة العامة.

وهذه النتائج تعكس واقعاً معقداً حول استخدام الذكاء الاصطناعي في التعليم والإعلام، حيث توجد فرص كبيرة للتحسين والتطوير، ولكن أيضاً التحديات تتطلب معالجة جادة لضمان فعالية هذه الأدوات.

كما اختلفت الدراسة الحالية عن باقي الدراسات في تناولها لموضوع طلبة الإعلام ومدى استخدامهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، أما الأخرى فاهتمت بالذكاء الاصطناعي في التعليم والدراسات التي تناولت التصميم التعليمي.

وفيما يتعلق بمستوى الاستفادة فقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد أداة الدراسة ومنهجها والتعرف إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة، كما استفادت من عرض نتائج الدراسات السابقة للمقارنة بينها وبين النتائج التي سيتم التوصل إليها؛ لمعرفة نقاط الاتفاق أو الاختلاف.

رابعاً: التوصيات

1. يوصي الباحثان بضرورة عقد دورات وورشات عمل لطلبة كليات وأقسام الإعلام حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتوعية بأهميتها في إنتاج المحتوى وزيادة نسبة استخدامها.
2. إعداد الكوادر البشرية المتخصصة في مجال تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتجاوز عدم استخدامها.
3. على الجامعات الفلسطينية وضع قواعد ولوائح أخلاقية وقانونية للاستخدام الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتجاوز الإشكالات الأخلاقية.
4. التعاون متعدد التخصصات بين طلاب الإعلام وغيرهم من تخصصات أخرى، مثل طلاب الحاسوب والوسائط المتعددة والذكاء الاصطناعي لتسهيل الحصول على البيانات المتعددة.

5. تحسين خدمة الإنترنت ذات السرعة العالية داخل أروقة الجامعات الفلسطينية، واستحداث خدمة 5G ؛ للتسهيل على الطلبة استخدام التطبيقات داخل حرم الجامعة.

المراجع

- أحمد، حسام. (3 نيسان، 2024). الذكاء الاصطناعي يشق طريقه نحو التعليم الجامعي. تاريخ الاسترداد 12 حزيران، 2024، من صحيفة الأسبوع: <https://www.elaosboa.com/1497031>
- أحمد، طوالبه. (2021). استخدامات الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباعاات المتحققة منها. مجلة البحوث الإعلامية (57)، 142-180.
- شيلي، إلهام. (2022). استخدام المنصات التعليمية الإلكترونية لتفعيل الذكاء الاصطناعي. المجلة الدولية للذكاء الاصطناعي في التعليم والتدريب، 1-12.
- البشر، محمد بن سعود. (2014). نظريات التأثير الإعلامي (الإصدار الأول). الرياض، السعودية: دار العبيكان.
- العلاق، بشير. (2010). نظريات الاتصال: مدخل متكامل. عمان، الأردن: دار اليازوري.
- الثقيل، نايف. (2022). علاقة المرأة السعودية بالدراما التلفزيونية المقدمة عبر المنصات الرقمية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (37)، 264-321.
- الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- مكاوي، حسن، والعبد، عاطف. (2007). نظريات الإعلام. القاهرة، مصر: جامعة القاهرة.
- حسن، إيمان محمد. (2022). استخدامات طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباعاات المتحققة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2022(81)، 417-451.
- الدليمي، عبد الرزاق، ومحمد، أحمد. (2020). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقعي (فيسبوك وتويتر) وإشباعاتهم المتحققة منها. المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، (3)2، 21-59.

بوسعيد، رندا. (30 نيسان، 2017). التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام – قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان. مجلة سوسولوجيا للدراسات والبحوث الاجتماعية: مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية، 1(1)، 37-52.

زعطوط، نجاه، ورقبي، صورية. (2019). استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة. (رسالة ماجستير).

المشهداني، سعد. (2017). مناهج البحث الإعلامي. دار الكتاب الجامعي.

سلامة، حسام علي. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبة الإعلام في الجامعات الخليجية. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 2023(11)، 1-70.

الشرقاوي، إيمان عبد الرحيم. (2023). إدراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعارف ومهارات تقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 2023(26)، 485-554.

شيلي، إلهام. (2022). استخدام المنصات التعليمية الإلكترونية لتفعيل الذكاء الاصطناعي. المجلة الدولية للذكاء الاصطناعي في التعليم والتدريب، 1-12.

حكيم، طلعت. (2018). علم النفس الإعلامي. مصر: مكتبة الأنجلو المصرية.

طوالبه، أحمد. (2021). استخدامات الشباب للإذاعة الطربية في مملكة البحرين والإشباع المتحققة منها. مجلة البحوث الإعلامية (57)، 142-180.

عبد اللطيف، محمد. (9 آب، 2023). دليل استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة. تاريخ الاسترداد 14 حزيران، 2024، من شبكة الصحفيين الدوليين: <https://n9.cl/i5w6h>

مخزوم، فيولا. (5 أيار، 2023). تحول الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي: المهارات والقيم الإنسانية المطلوبة. تاريخ الاسترداد 7 حزيران، 2024، من الميادين:

<https://www.almayadeen.net>

- الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- سويقات، لبنى، وعبد الإله، عبد القادر. (15 كانون أول، 2016). الحتمية التكنولوجية: مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 9(2)، 875-899.
- القواسمة، محمد. (26 أيلول، 2017). القرية الكونية... المفهوم المخادع. تاريخ الاسترداد 20 حزيران، 2024، من صحيفة القدس العربي: <https://n9.cl/yykqen>
- البشر، محمد بن سعود. (2014). نظريات التأثير الإعلامي (الإصدار الأول). الرياض، السعودية: دار العبيكان.
- مخزوم، فيولا. (2023). تحول الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي: المهارات والقيم الإنسانية المطلوبة. تاريخ الاسترداد 7 حزيران، 2024، من الميادين: <https://n9.cl/ww3we>
- حسين، مريم. (31 آذار، 2024). الحتمية الاجتماعية والحتمية التكنولوجية. مجلة العلوم الاجتماعية، 267-278.
- المشهداني، سعد. (2017). مناهج البحث الإعلامي. دار الكتاب الجامعي.
- المصري، منى. (2010). الكتاب والأدباء الأردنيون والإشباع المتحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- كافي، مصطفى يوسف. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- مكاوي، حسن، والعبد، عاطف. (2007). نظريات الإعلام. القاهرة، مصر: جامعة القاهرة.
- عصافرة، مهند. (2024). دور الإعلام الرقمي في تعزيز مكانة الإعلام التقليدي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين. (رسالة ماجستير).
- الثقيل، نايف. (2022). علاقة المرأة السعودية بالدراما التلفزيونية المقدمة عبر المنصات الرقمية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال (37)، 264-321.

زعطوط، نجاه، ورقبيبي، صورية. (2019). استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحقق. (شهادة ماجستير).

زكي. عبدالمنعم. (2022). تحديات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعليم اللغات الأجنبية . المجلة المصرية لهندسة اللغة. 9(2). 53_70.

علي. نهلة. (2024). "توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تصميم الاعلان الرقمي التفاعلي (دراسة حالة علي طلاب الفرقة الثانية بقسم الجرافيك وفنون الاعلان ". المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات. 4(2). 221_254.

فارس. نجله ، والسيد. سحر. (2024). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير التصميم التعليمي للمحتوى الرقمي .مجلة جامعة جنوب الوادي. 7(12). 759_820.

References

- McCallum, S., Vallance, C., Gerken, T., & Clarke, J. (2024, May 13). **What is AI, how does it work and what can it be used for?** Retrieved June 15, 2024, from BBC News: <https://www.bbc.com/news/technology-65855333>
- Prato, C. (2023, October 05). **10 Ways Journalists Use AI Tools in the Newsroom.** Retrieved June 15, 2024, from Twipe: <https://www.twipemobile.com/10-ways-journalists-use-ai-tools-in-the-newsroom/>
- Davies, P. (2011). **Communication: The medium is not the message.** In **Significance: Exploring the Nature of Information, Systems and Technology** (p. 58_59).
- Finley, T. (2022). **A Look Through Technological Determinism.** In *Modernity and Social Media*.
- Sadiku, M., Ashaolu, T., Ajayi-Majebi, A., & Musa, S. (2021). **Artificial Intelligence in Social Media.** *International Journal of Scientific Advances*, 02(01), 15_20.
- Al Adwan, M. N., Mahmoud, M. A. A., Abdallah, R., Abokhoza, R., & Taha, S. (2023). **The Impact of Artificial Intelligence Applications on Media Industries: A Prospective Study.** *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 33, 721-734.
- Khan, M. H. (2023). **The Impact of AI on the Media Industry.**
- N. H. Patil, S. H. Patel, S.D. Lawand(2023). **Artificial Intelligence And It's Applications.** *Journal of Advanced Zoology*. 44(S8). 229_238.
- Nasser, B. S. A., & Abu-Naser, S. S. (2024). **Artificial Intelligence in Digital Media: Opportunities, Challenges, and Future Directions.** *International Journal of Academic and Applied Research*. 8(6). 1_10.

د. سعيد شاهين علّاني - جامعة الخليل - فلسطين، saedsh@hebron.edu
أحمد ياسر السّلاق - جامعة الخليل - فلسطين، ahmadsallaq310@gmail.com