

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

د. ساره فايز عبدالمسيح طوس*

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى تقديم رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية من خلال تحديد مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الريادية لدى طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي، و رصد الواقع الفعلي لمشروع التخرج ومدى ارتباطه بمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، وتحديد التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج إعلامية ريادية بأقسام الإعلام التربوي، وتقديم مقترحات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم وطلاب المشروع لكيفية تطوير مشروع التخرج لمواكبة سوق العمل الإعلامي الرقمي وفي ضوء الحتمية التكنولوجية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة الميدانية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية في جامعات القاهرة والمنصورة والمنيا، وقوامها 180 مفردة، ما طبقت الدراسة على عينة عمدية من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بأقسام الإعلام التربوي وقوامها 70 مفردة، واستعانتم الدراسة بأداة الاستبيان ومقياس ليكرت الثلاثي.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

1. جاء مستوى ادراك طلاب المشروع لأهداف مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية "قوياً".
2. جاء مستوى المهارات التسويقية والتفاعلية والإدارية لدى طلاب المشروع بعينة الدراسة "ضعيفاً"، أما مستوى المهارات الشخصية لريادة الأعمال الإعلامية جاء ما بين ضعيف ومتوسط.
3. ضعف ادراك طلاب المشروع للرسالة المستهدفة لمشروع التخرج الذي يقومون بانتاجه.
4. اتفاق طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم على وجود مجموعة من التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة، ومن أبرز التحديات إنعدام الرؤية لدى القسم/الكلية لتطبيق مهارات ريادة الأعمال الإعلامية، وعدم وجود الإمكانيات المادية والتكنولوجية اللازمة لإنتاج مشاريع تخرج ريادية ومتميزة في مجال الإعلام الرقمي، عدم وجود الوعي بريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم وبالتالي هناك صعوبة في تدريب طلابهم على مهارات ريادة الأعمال الإعلامية.

* مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة القاهرة

A forward-looking vision for developing the graduation project at the Educational Media Departments in the view of the digital media entrepreneurship skills

Abstract:

The current study aimed to provide a forward-looking vision for developing the graduation project in the view of the digital media entrepreneurship skills by determining the level of pioneering media entrepreneurship skills among project students in the Education Information departments, monitoring the actual reality of the graduation project and the extent of its connection to the requirements of the digital media labor market, and identifying the challenges that It prevents the production of pioneering media graduation projects in the Education Information departments, and the submission of proposals by faculty members, their assistants, and project students on how to develop the graduation project to keep pace with the digital media labor market.

The study was applied to a deliberate sample of project students at the departments of the Education Information at the faculties of specific education at the universities of Cairo, Mansoura and Minya, which consists of 180 items. The study was applied to a deliberate sample of faculty members and their assistants in the departments of the Education Information, which consists of 70 items, the study used a questionnaire tool and a three-way Likert scale.

The study reached a set of results, the most important of which are:

- 1.The project students' level of awareness of the objectives of digital media entrepreneurship skills was "strong."
2. The level of marketing, interactive, and administrative skills among the project students in the study sample was "weak," while the level of personal skills for media entrepreneurship was between weak and average.
3. The project students' lack of awareness of the target message for the graduation project they are producing.
4. The project students, faculty members, and their assistants in the study sample agreed that the level of the graduation project was weak in terms of its connection to the requirements of the digital media labor market.

مقدمة:

على الرغم من ارتفاع معدل مشاركة خريجي الجامعات بالقوة العاملة إلا أن مسح خريجي التعليم العالي في مصر 2021⁽¹⁾ أشار إلى إنخفاض معدلات التوظيف وارتفاع معدلات البطالة، ونقص الاستغلال الكامل للعمالة بين خريجي الجامعات، وأن هناك عدم توافق بين مستوى التعليم والمهارات التي يحتاج إليها سوق العمل، وأن نسبة البطالة بين خريجي مجالات العلوم الاجتماعية والصحافة والإعلام بلغت 69.8%، وعلى الرغم من أن حوالي 73.9% من خريجي الجامعات بالمشح أعربوا عن رغبتهم في إنشاء أعمالهم أو مشاريعهم الخاصة إلا أن أقل من ربع إجمالي خريجي الجامعات قد اتخذوا خطوة نحو بدء مشروع.

ومع تزايد الاهتمام العالمي بالدور الذي تقوم به ريادة الأعمال الرقمية في مواجهة تحدي البطالة خاصة مع ارتفاع معدلاته بعد وباء الكوفيد، وما أشارت إليه توصيات البنك الدولي⁽²⁾ حول ضرورة الاهتمام بريادة الأعمال وتضمين الجانب الرقمي في كافة المجالات لتحقيق التنمية بكافة أهدافها المختلفة، ومحاولة مواكبة متطلبات سوق العمل الرقمي، اتجهت بعض الجامعات المصرية نحو تدريس مقرر ريادة الأعمال بهدف تزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لنجاحهم كرواد أعمال، واسبابهم أساسيات بدء المشروعات الرقمية، وكيفية إعداد الخطط، والبحث عن مصادر التمويل، وكيفية التسويق الإلكتروني للمنتجات أو السلع أو الخدمات مما ينعكس على تحقيق أهداف التنمية الشاملة القائمة على الاقتصاد المعرفي والتقني⁽³⁾.

وبما أن طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي يقومون بإنتاج مشاريع تخرج إعلامية في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون يحاولون من خلالها توظيف المعارف والمهارات التي اكتسبوها خلال سنوات دراستهم الجامعية، ولأن مشروع التخرج يهدف إلى تدريب طلاب السنة النهائية على إنتاج عمل إعلامي ناجح يرتبط بقضايا المجتمع ويتفاعل به الجمهور المستهدف إلا أن سمات مشاريع التخرج التي يتم إنتاجها سنوياً بأقسام الإعلام التربوي تنسم أفكارها بالتقليدية والتكرار، وعدم وضوح الهدف أو الرسالة الإعلامية، وعدم تحديد الجمهور المستهدف وكيفية مخاطبته، ويضاف إلى ذلك ضعف توظيف الوسائل التكنولوجية والتقنيات الرقمية في إنتاج مشاريع التخرج وبناءً على كل هذا فإن مشاريع التخرج بأقسام الإعلام التربوي لا تواكب متطلبات السوق الإعلامي الرقمي وتوجهات رواد الأعمال الإعلامية نحو الإبداع والابتكار في تقديم المحتوى الإعلامي الرقمي، مما يشكل تحدياً كبيراً أمام أقسام الإعلام التربوي وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم من أجل العمل على تهيئة طلابهم للسوق الإعلامي الريادي الرقمي، وتدريبهم على المهارات الإعلامية والرقمية، وتشجيع الأفكار الطلابية ودفعهم نحو استخدام التقنيات الرقمية للبدء في بناء أفكارهم ومشاريعهم الناشئة، وكل هذا يتطلب إجراء التطوير اللازم على مقررات الإعلام التربوي عامة ومقرر المشروع خاصة من خلال تضمين المهارات الرقمية ومهارات الإنتاج الإعلامي ومهارات ريادة الأعمال، وتنمية الوعي بريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى

طلاب الإعلام التربوي وأعضاء هيئة التدريس ومعاونهم، وتوفير البيئة الحاضنة للمشروعات الطلابية.

الدراسات السابقة:

بعد إطلاع الباحثة على العديد من الدراسات والبحوث العربية والأجنبية التي تناولت ريادة الأعمال الرقمية عامة وريادة الأعمال الإعلامية خاصة، والدراسات التي تناولت مشروع التخرج والاتجاهات الحديثة نحو تطوير البرامج الأكاديمية بأقسام الإعلام والإعلام التربوي بالجامعات المصرية لمواكبة متطلبات سوق العمل الإعلامي، ولمسايرة السياسات الدولية للتعليم الجامعي، ركزت الباحثة على الدراسات السابقة الأكثر ارتباطاً بالدراسة الحالية ومتغيراتها، حيث جاءت الدراسات السابقة من خلال محورين أساسيين يمكن عرضهما كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت رؤية أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالجامعات ورواد الأعمال لريادة الأعمال الرقمية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التأهيل الأكاديمي لطلاب الإعلام ومتطلبات سوق العمل الإعلامي.

المحور الأول:

الدراسات التي تناولت رؤية أعضاء هيئة التدريس والطلاب بالجامعات ورواد الأعمال لريادة الأعمال الرقمية:

ركزت دراسة (شيماء ذو الفقار وآخرون 2024)⁴ على إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العلامة التجارية الذاتية وثقافة ريادة الأعمال بين طلاب الجامعة، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب السنة النهائية بكلية الإعلام جامعة القاهرة بالأقسام الثلاثة قوامها 399 مفردة، واعتمدت الدراسة على أداتي الاستبيان والمقابلة العلمية، حيث أجريت المقابلة العملية مع ثمانية طلاب هم الأكثر نشاطاً على شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، والانستجرام، والتيك توك، واليوتيوب، وكشفت نتائج الدراسة أن 76% من عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز العلامة التجارية الذاتية، و24% من عينة الدراسة يستخدمون هذه المواقع من أجل التواصل مع أصدقائهم، وأكدت نتائج الدراسة على أن 79.6% من عينة الدراسة يعتبرون تعزيز العلامة التجارية الذاتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما الإنستجرام والفيس بوك والتيك توك ضرورة لبناء عمل خاص بهم يعرضون من خلاله مهاراتهم وخبراتهم الإعلامية، كما تتأثر عملية ممارسة تعزيز العلامة التجارية الذاتية لدى عينة الدراسة بالدوافع الشخصية والرغبة في تحقيق الشهرة والحصول على المال، وخصائص الشبكات الاجتماعية، والمخاوف المتعلقة بالخصوصية.

وكشفت دراسة (بن زرارة أمينة و طريف عطا الله 2023)⁵ عن الاستثمار في مجال الإعلام أو تطوير نماذج مبتكرة في المجال الإعلامي بدولة الجزائر، كما أكدت على ضرورة دمج التكنولوجيا في مجال الإعلام، ومحاولة الاستفادة من الإمكانيات التي تمنحها وسائل التواصل الاجتماعي والتي تتجدد بشكل مستمر، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك بعض التحديات والمعوقات التي تواجه الصحفيين في الولوج إلى الريادة الإعلامية الرقمية بسبب عدم معرفتهم بكيفية استخدام المنصات الإلكترونية وعدم مواكبتهم للتطوير والنمو وفقاً للغة العصر، كما يستلزم هذا التطور فهم احتياجات الجمهور المستهدف وتوفير حاضنة مجتمعية للإعلام المستقل.

وتناولت دراسة (حنان محمد وآخرون 2023)⁶ فاعلية برنامج إرشادي لتنمية وعي الشباب الجامعي بريادة الأعمال الرقمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التجريبي، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من طلاب الجامعة بالكليات النظرية والعملية وبلغ قوامها 300 مفردة، واستعانت الدراسة بأداة الاستبيان وإعداد برنامج إرشادي لتنمية وعي الشباب الجامعي بريادة الأعمال الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد عينة البحث يقع مستوى وعيهم بريادة الأعمال الرقمية في المستوى المنخفض بنسبة 56%، يليها المستوى المتوسط 27.7%، أما المستوى المرتفع للوعي جاء بنسبة 16.3%، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات العينة التجريبية من حيث الوعي بريادة الأعمال الرقمية وذلك لصالح القياس البعدي عند مستوى دلالة 0.01 مما يشير إلى فاعلية البرنامج المعد لتنمية وعيهم بريادة الأعمال الرقمية.

وناقشت دراسة (عبد الله بن محمد 2023)⁷ الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات إدارة الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية رؤية تحليلية نقدية، ومن خلال تحليل الدراسات والبحوث التي تناولت ريادة الأعمال عامة وريادة الأعمال الإعلامية خاصة توصلت الدراسة إلى أن هناك ضرورة لإعطاء الأهمية لريادة الأعمال الإعلامية والابتكار من أجل تحقيق مستقبل علمي ومهني أفضل في ظل تنامي وتطور التقنيات الحديثة التي تتطلب إتباع نماذج أعمال إعلامية جديدة تقوم على دمج إنتاج الوسائط المتعددة، وجمع البيانات وتحليلها واستراتيجيات إشراك الجمهور من خلال التفكير التصميمي وتعلم الابتكار، وأوصت الدراسة بضرورة تبني أساليب ريادة الأعمال الإعلامية ضمن المناهج التعليمية بكليات وأقسام الإعلام، وضمن الأجندة البحثية للدراسات الإعلامية.

وركزت دراسة (Salim A and others 2023)⁸ على تأثير السوشيال ميديا على نمو وتقديم الريادة الرقمية في دولة نيجيريا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث طبقت الدراسة على عينة من رواد الأعمال في دولة نيجيريا حيث بلغ قوامها 100 مفردة، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان حيث ركزت أسئلة الاستبيان على توضيح الفرق بين ريادة الأعمال التقليدية وريادة الأعمال الرقمية خاصة في ظل الانتشار الواسع للسوشيال ميديا ومنصاتها المتعددة والتي تشمل الفيس بوك، والتيك توك، الانستجرام، وتوصلت الدراسة إلى أن ريادة

الأعمال التقليدية لم تعد لها فاعلية على النمو الاقتصادي بدولة نيجيريا مقارنة بزيادة الأعمال الرقمية، لأن رواد الأعمال الرقميين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي للترويج عن منتجاتهم وخدماتهم لدى قطاع عريض من الجمهور المستهلكين والمستفيدين، مما يساهم في ارتفاع الربح والعائد المادي من ناحية ومن ناحية أخرى خلق التقارب والتواصل السريع مع جمهور عريض عبر السوشيال ميديا -خاصة مع ارتفاع استخدام السوشيال ميديا في العديد من المناطق المتفرقة بدولة نيجيريا- وكل هذا انعكس بشكل كبير على النمو الاقتصادي وتعزيز انتشار المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات التي لها كيانات رقمية.

وناقشت دراسة (Lebene and others 2022)⁹ من يفقد الابتكار في صناعة الإعلام رواد الأعمال أم التطورات التكنولوجية هي التي تقود رواد الأعمال؟ وتنتمي الدراسة إلى الدراسات التحليلية النقدية، وتوصلت الدراسة إلى أن الآثار المنهجية التي تفرضها نظرية الحتمية التكنولوجية على ريادة الأعمال التي تنطوي على الابتكار التكنولوجي أمر لا مفر منه لتقدم المجتمع، وذلك على اعتبار أن الحتمية تجمع أجزاء الكون في كل متكامل يجب أن تتناسب أجزاءه العديدة مع أماكنها الخاصة من أجل التوافق مع الواقع ومتطلباته، كما أشارت الدراسة إلى العلاقة بين حرية الإنسان والحتمية التكنولوجية وأكدت على الحرية الكاملة لإرادة الإنسان في الاختيار إلا أنه لا يمتلك أي تحكم على التقنية "التقدم التكنولوجي"، ولا يستطيع الإنسان إلا أن يقف جانبا أو أن يصبح خادماً للتكنولوجيا، وهذا يعني أن رواد الأعمال يستخدمون التكنولوجيا لتحقيق أهدافهم ونجاحاتهم فيخضعون لكل ما تفرضه التكنولوجيا ووسائلها.

وكشفت دراسة (Lutfiah A and Nur A 2022)¹⁰ عن اتجاهات ودوافع طلاب السنة النهائية بكليات الجامعة الماليزية نحو ريادة الأعمال الرقمية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 331 مفردة من طلاب الجامعة الماليزية في تخصصات الإدارة، والحاسب الآلي، والالكترونيات، والتربية، والميكانيكا، وتوصلت الدراسة إلى أن عينة الدراسة كانت اتجاهاتهم إيجابية نحو ريادة الأعمال الرقمية لأن ريادة الأعمال تفتح لهم مجالاً للعمل الحر وتحقيق الربح بعيداً عن الوظيفة الروتينية، كما أن اتجاهات الإناث كانت مرتفعة نحو ريادة الأعمال الرقمية مقارنة باتجاهات الذكور نظراً لاستخداماتهن المكثفة لمنصات التواصل الاجتماعي ورؤيتهن لإمكانية تأسيس بيزنيس عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسهولة التواصل مع المستهلكين.

وتناولت دراسة (خميس فهميم 2022)¹¹ انعكاسات تفعيل الجامعة الريادية على طلاب الجامعات المصرية في ضوء بعض الصيغ العالمية المعاصرة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي، وأداة المقابلة المقننة لجمع المعلومات والبيانات لعينة من خبراء التربية بالجامعات المصرية (الاسكندرية، ودمهور، وبنها، والزقازيق).

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم الصيغ العالمية المعاصرة في تفعيل الجامعة الريادية لدى الطلاب هي المسرعات الجامعية، وحاضنات الأعمال، ورقمنة الجامعة الريادية والشركة الناشئة المرنة، كما أكدت نتائج الدراسة على ضرورة إفادة الجامعات المصرية وطلابها من هذه الصيغ في دعم تحول هؤلاء الطلاب إلى رواد أعمال لديهم القدرة على تأسيس شركات طلابية ناشئة من خلال بعض الإجراءات من أهمها: التعامل مع جميع الأفكار الريادية على إنها فرضيات ينبغي التحقق من صحتها بالتجريب في السوق، وتطوير المنتج الأولي القابل للتطبيق بأقل قدر من الموارد وفي أقصر فترة ممكنه، وتوظيف التقنيات الرقمية المستحدثة في إنشاء شركات ناشئة رقمية من قبل الطلاب والخريجين.

وكشفت دراسة (مها خليل 2022)¹² العلاقة بين التحول الرقمي وتحقيق ريادة الأعمال الرقمية، وكيفية تقديم نماذج أعمال جديدة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة لكي تساهم في تحفيز مناخ الريادة والإبداع، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج التحليلي لتحليل الأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث.

وتوصلت الدراسة إلى أن للتحول الرقمي أهمية كبرى للحكومات ومنظمات الأعمال وخاصة المشروعات الصغيرة والمتوسطة عبر رفع كفاءتها التشغيلية وتحسين آدائها التنظيمي وتعزيز قدرتها التنافسية، أما في مجال التنمية المجتمعية والمستدامة فإن التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية يعتبران من أهم الآليات الأساسية في تحريك عملية التنمية المستدامة، وتشجيع الابتكار وزيادة الاعتماد على التكنولوجيا يساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة المعنية بالرفاه والصحة والتعليم والمساواة والنمو الاقتصادي، ومن أهم التحديات ومعوقات تطبيق ريادة الأعمال الرقمية عدم توافر البنية الرقمية اللازمة التي توفر الاتصال المستمر بالإنترنت، وعدم وجود الثقة في الأنشطة والمشروعات الإلكترونية.

وتناولت دراسة (هناء محمد 2022)¹³ مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ثلاث سيناريوهات مستقبلية يمكن أن تتخذها الجامعات المصرية وصولاً لتعزيز مقومات ريادة الأعمال الرقمية، وتشمل (السيناريو الابتكاري، والسيناريو الإمتدادي، والسيناريو الإصلاحية)، كما أشارت الدراسة إلى أن هناك بعض المتطلبات الأساسية لتنفيذ السيناريو الابتكاري لتحقيق مقومات ريادة الأعمال الرقمية، ومن أهم متطلباته: وضع ريادة الأعمال الرقمية ضمن الخطة الاستراتيجية للجامعات المصرية، واختيار قيادات جامعية واعية تؤمن بالتغيير والتطوير ذوي رؤية مستقبلية قادرة على الاستفادة من الأزمات والبحث عن الخيارات الاستراتيجية للخروج من الأزمات الحالية دون حدوث تأثير كبير على سير العمل التعليمي والبحثي والإداري.

وكشفت دراسة (زينب علي 2020)¹⁴ عن واقع ثقافة ريادة الأعمال بكليات التربية للطفولة المبكرة وسبل تفعيلها من وجهة نظر الهيئة التدريسية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان، وطبقت الدراسة

على عينة من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية للطفولة المبكرة بجامعة القاهرة والإسكندرية والمنصورة وأسيوط وقوامها 70 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن واقع ثقافة ريادة الأعمال من خلال المقررات الدراسية والأنشطة الطلابية جاءت بدرجة منخفضة، وجاء واقع ثقافة ريادة الأعمال من خلال البحث العلمي وأعضاء هيئة التدريس بدرجة متوسطة، بينما جاءت الموافقة على السبل المقترحة لتفعيل واقع ثقافة ريادة الأعمال بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم المقترحات في تخصيص ميزانية مستقلة لدعم المشروعات البحثية في مجال ريادة الأعمال، وتوفير التدريب والتأهيل الملائم لأعضاء هيئة التدريس لتنمية ثقافة ريادة الأعمال لديهم، وتبادل الخبرات مع الجهات الدولية المتميزة في مجال ريادة الأعمال.

وتناولت دراسة (Nur Thara and Kelvin yong 2020)¹⁵ تأثير ريادة الأعمال الرقمية على تنمية المهارات الناعمة لدى طلاب الجامعات الماليزية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، ومن خلال تحليل ردود فعل الطلاب نحو المقررات التي يدرسونها جاءت ردود أفعالهم إيجابية تجاه مقرر ريادة الأعمال الرقمية حيث أكدوا على إكسابهم بعض المهارات الرقمية من خلال دراستهم لريادة الأعمال الرقمية، بينما مدى تمكنهم من مهارة الإدارة والقيادة جاء بدرجة ضعيفة في ردود أفعالهم، كما أشار الطلاب عينة الدراسة إلى عدم وجود الممارسة الفعلية لمهارات ريادة الأعمال أثناء دراستهم الجامعية مما يؤثر بالسلب على قدرتهم لمواكبة سوق العمل بعد التخرج.

وركزت دراسة (Janet Fulton 2019)¹⁶ على نموذجي الإبداع والإنتاج الثقافي لـ Bourdieu and Mihaly كإطار نظري لفكرة بحثية تتمثل في: كيفية إعداد طلاب الصحافة والاتصال بالجامعات الاسترالية لمواكبة مجال ريادة الأعمال الإعلامية من ناحية، ومواجهة مشكلة البطالة لخريجي الصحافة من ناحية أخرى، وذلك من وجهة نظر رواد الأعمال الإعلاميين، واعتمدت الدراسة على أداة المقابلة العلمية، وطبقت الدراسة على عينة من رواد الأعمال الإعلامية قوامها 28 مفردة، وتنوعت مجالاتهم ما بين الصحافة، والاقتصاد، والعلوم، والرياضة، والفنون، وتوصلت الدراسة إلى أن رواد الإعلام بعينة الدراسة أشاروا إلى أهمية تدريب طلاب الصحافة والإعلام على العملية الإبداعية في مجال الإعلام الرقمي من خلال التدوين والنشر الإلكتروني، والإنتاج الرقمي، وأن يتم التركيز على الأدوات التفاعلية مثل Chartbeat، Google Analytics لإحاطة الطلاب بأدوات جمع بيانات الجمهور المستهدف ومدى تفاعله مع المنتج الإعلامي، كما أكدوا على بعض العناصر الأساسية لتطوير برامج كليات الإعلام والصحافة وفق متطلبات السوق الإعلامي الرقمي الريادي وتتمثل في: التواصل Networking، وتطوير المهارات Developing skills، إيجاد المجال Find a niche، التفاعل مع الجمهور المستهدف Interaction with your audience.

وناقشت دراسة (بعلي حمزة، وأحمد بن خليفة 2019)¹⁷ مدى حتمية الابتكار التكنولوجي في المؤسسات والمنظمات بدولة الجزائر، وتأثير ذلك على استمرارية القدرة التنافسية لهذه المؤسسات، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات النقدية التحليلية، وأهم ما توصلت إليه الدراسة أن

الإبداع التكنولوجي عاملاً أساسياً في قوة القدرة التنافسية للمنظمات واستمرارها في النشاط، ولكي يضمن رائد الأعمال البقاء في مجاله لا بد أن يساير التطورات التكنولوجية الجديدة، لأن الإبداع التكنولوجي له أثر على مستوى الهيكل الصناعي، وهيكل المنافسة، وعلى النمو والقدرة التنافسية للمنظمة.

المحور الثاني:

الدراسات التي تناولت التأهيل الأكاديمي لطلاب الإعلام ومتطلبات سوق العمل الإعلامي:

كشفت دراسة (إيمان عبد الرحيم 2023)¹⁸ عن المصادر التي يلجأ إليها طلبة الإعلام لمعرفة المهارات الإعلامية اللازمة والتي لها صلة بتقنيات الذكاء الاصطناعي للإندماج في سوق العمل، وطبقت الدراسة على عينة حصرية قوامها 396 من طلبة الإعلام بالفرقة الرابعة بجامعة القاهرة وسوهاج والأهرام الكندية، وتوصلت الدراسة إلى أن عينة الدراسة تعتمد على مصادر خارجية في معرفتها بتقنيات الذكاء الاصطناعي وفي مقدمة هذه المصادر الدورات التدريبية المجانية والمدفوعة التي توفرها شبكة الإنترنت، يليها المقررات النظرية التي يتم تدريسها بالكلية ثم التدريب العملي وأخيراً ورش العمل التي تنظمها بعض المؤسسات الإعلامية، كما أكدت الدراسة على مجموعة من المعوقات التي تحول دون إندماج عينة الدراسة في سوق العمل حيث تتمثل في عدم تطوير المقررات الدراسية بالكليات محل الدراسة بما يناسب متطلبات سوق العمل الإعلامي في مجالات الإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان والصحافة، وعدم وجود معامل وأجهزة مناسبة لتدريب الطلبة، وعدم توفر فنيين أو خبراء متخصصين في تشغيل الأجهزة، وعدم الاهتمام بالتدريب على البرامج المستخدمة في الذكاء الاصطناعي، وعدم وجود أعضاء هيئة تدريس مؤهلين ومتخصصين في الذكاء الاصطناعي.

وتناولت دراسة (دعاء فكري وسكره علي 2023)¹⁹ فاعلية برنامج تعليمي مدمج لتنمية الجوانب المعرفية والمهارية والدافعية للإنجاز لدى طلاب الإعلام التربوي في إنتاج مشروعات التخرج، وهدفت الدراسة إلى رصد المشكلات التي تواجه طلاب الإعلام التربوي في إنتاج مشروعات التخرج وإعداد برنامج تعليمي مدمج لحل هذه المشكلات ولتنمية معارف ومهارات الطلاب وتنمية الدافعية لإنجاز المشروع، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي ذي المجموعتين، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 60 مفردة مقسمة إلى 30 مفردة للعينة التجريبية، و30 مفردة للعينة الضابطة، واستعانت الدراسة بأداة الاستبيان، وتم استخدام الإختبار التحصيلي، وبطاقة تقييم المنتج ومقياس الدافعية للإنجاز، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب يواجهون العديد من المشاكل في إنتاج مشروعات التخرج من أهمها: عدم وجود وقت محدد لمقابلة المشرف، وعدم وجود مقرر أو دليل إرشادي للمشروع، كما أكدت الدراسة على وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعة التجريبية التي طبق عليها البرنامج المدمج والمجموعة الضابطة التي استخدمت الطريقة التقليدية في الإختبار التحصيلي، وبطاقة تقييم النتائج ومقياس الدافعية للإنجاز لصالح المجموعة التجريبية مما

يدل على تأثير البرنامج المدمج في تنمية معارف ومهارات الطلاب في إنتاج مشروعات التخرج كلما زادت دافعيتهم وإنجازهم الأكاديمي نحو تنفيذ المشروع.

وصممت دراسة (هبة محمد شفيق 2023)²⁰ برنامج تدريبي لتنمية مهارات الإعلام الرقمي وتطوير التأهيل الأكاديمي لطلاب الصحافة، وأجريت الدراسة في إطار تجريبي لإختبار مدى فاعلية برنامج تدريبي يهدف إلى تنمية مهارات الصحافة الرقمية لدى الطلاب بما يمكنهم من إنتاج المحتوى الرقمي ولتوظيف مهارات صحافة البيانات وصحافة الفيديو وصحافة الموبايل وأدواتها من أجل إنتاج الفيديو جراف كتطبيق عملي يحقق الهدف من البرنامج ويمثل مخرجاته، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وطبقت الدراسة على عينة عمدية ممثلة في مجموعة واحدة تجريبية قوامها 50 مفردة من طلاب الصحافة بقسم علوم الإتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين قد اكتسبوا مجموعة من المهارات الإعلامية الرقمية من خلال مشاركتهم في البرنامج التدريبي وتمثلت هذه المهارات في مهارة اختيار فكرة الفيديو جراف، ومهارة اختيار البرامج والتطبيقات المناسبة لإنتاج الفيديو جراف، ومهارة تحديد الوسائط والعناصر المتضمنة بالفيديو جراف، واستطاع الطلاب إنتاج (10) من الفيديو جراف باستخدام أدوات الصحافة الرقمية التي تم اكتسابها من خلال البرنامج التدريبي ومن ثم فإن البرنامج التدريبي قد أثبتت فاعليته في تنمية المهارات المعرفية والأدائية المستهدفة، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير المناهج التخصصية بأقسام الإعلام والتركيز على الجانب التطبيقي وتنمية المهارات الرقمية في مجالات الصحافة الرقمية والموبايل.

وناقشت دراسة (رقية بوسنان 2022)²¹ استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير الحقل الإعلامي الأكاديمي وتناسق مخرجاته مع متطلبات سوق العمل، وطبقت الدراسة على عينة من أساتذة الإعلام بالجامعات الجزائرية قوامها 55 مفردة، واعتمدت الدراسة على أداتي الاستبيان والملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في التعليم الجامعي يسهم في تفعيل عملية التدريس، وتنوعت المهارات التي يتقنها أساتذة الإعلام بعينة الدراسة والتي تمثلت في استغلال الصور الرقمية، ومحتوى الفيديوهات، كما يتجاوب الطلبة بشكل كبير مع استخدام التكنولوجيا في التعليم، ويتقن الطلبة بعض المهارات التي تتعلق بمجال التخصص ومنها إعداد الأفلام المصورة والملصقات الإرشادية، وكتابة التقرير، كما أن مخرجات التعليم بالتكنولوجيا الحديثة تتلاءم مع متطلبات التوظيف في مجال علوم الإعلام والاتصال من حيث جانبه المهني، إضافة إلى وجود بعض المعوقات التي تعترض استخدام التكنولوجيا الحديثة داخل الجامعة الجزائرية وأهمها نقص التكنولوجيا وقلة الخبرات المتخصصة في تشغيل المعدات الرقمية، وضعف البنية التحتية وغياب الإرادة لتطوير التعليم وعدم توفر شبكة الإنترنت.

وناقشت دراسة (Todd A. Holmes and others 2022)²² سد الفجوة بين برامج دراسة الإعلام في جامعات نيويورك ولوس انجلوس الأمريكية والممارسة الإعلامية من وجهة نظر مديري

وسائل الإعلام، واعتمدت الدراسة على الأسلوب الكيفي في تحليل المقابلات العلمية، حيث طبقت المقابلة على 15 مفردة من مديري وسائل الإعلام، وركزت استجابات مديري وسائل الإعلام على بعض النقاط الأساسية التي يجب أن يمتلكها خريجي الإعلام في مجالات الإذاعة والتلفزيون والصحافة مما يسمح لهم بالتواجد في سوق العمل الإعلامي المتغير، ومن أهم هذه النقاط: أن يكون خريج الإعلام لديه المهارات الشخصية والرقمية مثل مهارات المثابرة، والمبادرة والثقة بالنفس، والمرونة، والرغبة في تعلم الجديد، والالمام باستخدامات برامج الاوفيس مثل Excel, Powerpoint, Word, Google Drive, Photoshop, وأن يقضي طلاب الإعلام فترات تدريبية في المؤسسات الإعلامية لاكتساب الخبرات المباشرة قبل التخرج، وأن يحرص اساتذة الإعلام بالجامعات على نسج البرامج الجديدة ضمن توصيفاتهم العلمية، وتشجيع طلابهم على تلقي المزيد من التدريبات والشهادات في استخدام هذه البرامج، مع ضرورة تدريس مستقبل صناعة الإعلام وخدمات البث، وكيفية التسويق للعلامة التجارية الذاتية Self-branding.

وفي دراسة (Maria del Carmen and others 2021)²³ تم التركيز على تحليل مناهج الصحافة بالجامعات الأسبانية ومحاولة مقارنتها بمتطلبات سوق العمل في مجال الصحافة الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى أن مناهج الصحافة التي يتم تدريسها بالجامعات الإسبانية تحتاج إلى التطوير بما يلائم الصحافة الرقمية والتطوير الذي لحق بحجرات الأخبار، ويجب الاهتمام بتنمية التفكير النقدي لدى طلاب الصحافة خاصة نظراً لما تتطلبه مهنة الصحفي من الدقة والموضوعية في نقل الخبر، ويجب أن توفر برامج الصحافة بالجامعات المهارات والكفاءات التي يحتاجها سوق العمل الإعلامي الرقمي، ويجب الاستخدام المكثف للموارد الرقمية بالبرامج الأكاديمية الخاصة بالصحافة مما يفرض على أعضاء هيئة التدريس الإلمام بكل ما هو جديد في التكنولوجيا الرقمية، وكيفية دمجها بالعملية التدريسية.

وكشفت دراسة (Masroor A and others 2019)²⁴ تأثير مشروع التخرج في مجال وسائل الإعلام على احترافية طلاب السنة النهائية بالجامعة الافتراضية بدولة باكستان، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من طلاب السنة النهائية بالجامعة الافتراضية، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب المشروع قوامها 123 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن 85.4% من أفراد العينة أشاروا إلى أن مشاركتهم في المشروع ساهم في جعلهم أكثر إنتاجية في مجال الإعلام الافتراضي، وبالتالي ساهم في استكشاف العديد من الاستخدامات الافتراضية لوسائل الإعلام بنسبة 80.5%، و75.6% من عينة الدراسة أكدوا على أن مراحل إعداد وتنفيذ المشروع ساهمت في تنظيم أفكارهم بشكل منطقي، وإعداد الخطة وتنظيم الأولويات أثناء عملهم بنسبة 68.3%، و65.9% من عينة الدراسة أكدوا على أن مشروع التخرج ساهم في اتساع آفاقهم وإمكاناتهم نحو مستقبلهم المهني مما يعني تمكنهم من خلق فرص عمل في مجال الإعلام الافتراضي بنسبة 63.4%.

وناقشت دراسة (هاله غزالي 2018)²⁵ مشاركة طلبة الإعلام التربوي في الأنشطة اللامنهجية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو مستقبلهم المهني، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمه منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة وقوامها 400 مفردة، واستعانت الدراسة بأداة الإستبيان ومقياس ليكرت الثلاثي، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب عينة الدراسة يمتلكون المهارات اللازمة لكي يكونوا أخصائيي الإعلام التربوي بمتوسط حسابي 2.48، وأن العائد المادي للعمل في التعليم لا يساعدهم على تحقيق أهدافهم في الحياة بمتوسط حسابي 2.43، وأن لديهم الشعور بالإعتراز لأنهم سيعملون في مهنة التربية والتعليم بمتوسط 2.28، كما أكدت عينة الدراسة على أن ممارستهم للأنشطة اللامنهجية تكسبهم مهارة إدارة الوقت "إلى حد ما" بنسبة 50.3%، وممارستهم للأنشطة اللامنهجية تكسبهم مهارة إدارة الوقت "نعم" بنسبة 34.3%، ولا يكتسبون مهارة إدارة الوقت من خلال ممارستهم للأنشطة المنهجية بنسبة 15.5%، وممارستهم للأنشطة اللامنهجية تزيد شعور الثقة بالنفس لديهم بنسبة 100%، وتزيد دافعيتهم نحو اتخاذ المبادرات الشخصية بنسبة 100%، وتزيد معرفتهم بأدوات البحث وجمع المعلومات بنسبة 78%.

وتناولت دراسة (منال عبده محمد 2015)²⁶ اتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحو مستقبلهم المهني وعلاقتها بمستوى الرضا التعليمي لديهم، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وطبقت الدراسة باستخدام الحصر الشامل وذلك بالتطبيق على جميع الدارسين بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة بورسعيد وقوامها 160 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين مستوى رضا الطلاب عن الدراسة بالقسم ورضاهم عن مستقبلهم المهني، ومن أهم أسباب عدم رضاهم عن الدراسة بالقسم: لأن الدراسة تركز على الجانب النظري أكثر من العملي بنسبة 41.7%، وعدم مناسبة القسم لطموح الطلاب بنسبة 33.3%، و لا يقدم القسم الخبرات التي يحتاج إليها سوق العمل الإعلامي بنسبة 16.7%، ولأن أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ليس لديهم الخبرات والمهارات الإعلامية التي تمكنهم من مواكبة سوق العمل الإعلامي بنسبة 8.3%، واتفقت عينة الدراسة "طلاب الإعلام التربوي" على أن هناك مجموعة من المتطلبات لتطوير قسم الإعلام التربوي، ومن أهمها: أن تقدم إدارة الكلية الدعم اللازم للقسم بنسبة 40%، وزيادة التوعية بأهمية الإعلام التربوي بنسبة 22.7%، وضرورة الاهتمام بالجانب التطبيقي بنسبة 16.8%، وتوفير الأجهزة والمعدات اللازمة لتدريب الطلاب بنسبة 8.7%، وتوفير التدريب اللازم لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بنسبة 7.5%، وأن يكون هناك موضوعية في التقييم لمشروعات التخرج والأبحاث التي يقدمونها بنسبة 4.3%.

وتناولت دراسة (سعاد محمد 2014)²⁷ متطلبات سوق العمل للخريجين وفقاً لبرنامج الإعلام التربوي في ضوء معايير الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة كفر الشيخ وقوامها 200 مفردة، واستعانت الدراسة بأداة

الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن 73.5% من الطلاب أكدوا على أن محتوى المقررات الدراسية لا يرتبط بمتطلبات سوق العمل، و26.5% من الطلاب أكدوا على أن المقررات ترتبط بمتطلبات سوق العمل، ومن أهم المهارات المكتسبة أثناء فترة الدراسة بقسم الإعلام التربوي: العمل في مجال الصحافة والإذاعة بنسبة 68%، والتعامل مع الجمهور بنسبة 58%، و47% لديهم معرفة بالفنون المسرحية، و36% حب العمل، و35% مهارة إلقاء المحاضرات، و31% لديهم مهارة العمل التعاوني، ولا يسهم التدريب العملي داخل الكلية على إنتاج إعلامي متميز طرحه في السوق الإعلامي بنسبة 52%، و48% أكدوا على أن التدريب في المؤسسات الإعلامية يساعد الطلاب على إنتاج إعلامي يمكن طرحه في السوق، و47% من عينة الدراسة يرون عدم وجود فرص عمل لخريجي قسم الإعلام التربوي.

وتناولت دراسة (عبد الباسط محمد 2012)²⁸ قضايا مشروعات التخرج لطلبة الإعلام في جامعة صنعاء باليمن، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب مادة المشروع وقوامها 100 مفردة، كما طبقت الدراسة على عينة من أعضاء هيئة التدريس وقوامها 22 مفردة، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مشكلات مادية تواجه طلاب المشروع بنسبة 81%، وندرة التنسيق من الأقسام مع الجهات المعنية بالمشروع بنسبة 51%، وعدم توافر الأجهزة والمعدات الفنية اللازمة لتنفيذ المشروع بنسبة 50%، ويرى أعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة أن طلاب المشروع لا يتدربون على المهارات اللازمة لإعداد وتنفيذ مشروعات التخرج وذلك بنسبة 50%، وضعف مستوى مشروعات التخرج وعدم ارتباطها بالمجتمع بنسبة 52%، ولذلك فإن مشروعات التخرج تقتصر للمنافسة في سوق العمل بنسبة 22.86%، ومن أهم المقترحات لتطوير مشروعات التخرج أن تتوافر الإمكانيات الفنية الحديثة (معامل واستوديوهات وأجهزة تصوير رقمي) للتطبيق والتدريب بنسبة 35.29%.

وهدفت دراسة (إيمان صلاح الدين 2010)²⁹ الوصول إلى الاتجاهات الحديثة في إدارة مشروعات التخرج كأحد ضمان تطوير الأداء بمؤسسات التعليم العالي، وكيفية الإرتقاء بجودة مشروعات التخرج وتطويرها بشكل دائم وزيادة قابليتها للتفاعل مع قضايا المجتمع التنموية ولدعم القدرات الذاتية للمؤسسات التعليمية واعتمادها وفقاً لأهدافها، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب الفرقة الرابعة بقسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد العالي للإعلام 6 أكتوبر وقوامها 180 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن مشروعات التخرج تحتاج لوضع نظم خاصة بالتصميم والتمويل والتطوير والإدارة لضبط الممارسات وتفعيل الأداء المؤسسي، وأن الاعتماد على المشاركة الفعالة وزيادة فرص الإبداع يحقق المصالح والأهداف المشتركة، وتؤثر جودة مشروعات التخرج على تطوير أداء المؤسسة التعليمية ومسئولياتها تجاه المجتمع، وأن القيادة الموجهة بالفكر والتخطيط والموضوعية تعمل على تطوير الأداء لدى طالب المشروع وللمؤسسة التعليمية ككل.

التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

يتبين من عرض الدراسات السابقة النقاط التالية:

1. تميزت الدراسات السابقة بتنوع الأبعاد الموضوعية في إطار المتغيرات البحثية التي لها صلة بالدراسة الحالية، والتنوع المنهجي ما بين منهج المسح والمنهج النقدي والمنهج التجريبي، وتنوع المجتمعات والفئات التي تنتمي إليها العينات الميدانية ما بين أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات ورواد الأعمال الإعلاميين ومديري المؤسسات الإعلامية، إضافة إلى ذلك تنوع النظريات والنماذج التي استعانت بها الدراسات السابقة ما بين نظرية الإندماج الإعلامي، والحتمية التكنولوجية، وقبول التكنولوجيا، ونموذجي الإبداع والإنتاج الثقافي، كما جاءت بعض الدراسات دون أن تحدد أطر نظرية لها، كما اتسمت الدراسات السابقة بالثراء في الأدوات المستخدمة في جمع البيانات ما بين الإستبيان، والمقابلة العلمية، والتحليل من المستوى الثاني.
2. ركزت الدراسات السابقة بالمحور الأول على أهمية ريادة الأعمال الرقمية وعلاقتها بتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية مثل دراسة (مها خليل 2022)، وإبراز دور القيادات الجامعية في تبني رؤية جديدة ووضع سياسات ونظم متطورة لتدريس وتطبيق ريادة الأعمال الرقمية بالكليات، كما أشارت إلى دور أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية والأجنبية في تنمية المهارات الريادية والرقمية لدى الطلاب مثل دراسة (خميس فهم 2022)، ودراسة (هناة محمد 2022) ودراسة (Salim A 2023)، وضرورة توفير الجانب التطبيقي في عملية تدريس ريادة الأعمال الرقمية، وإضافة إلى ذلك إبراز العلاقة الارتباطية بين الحتمية التكنولوجية وريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، وأن رائد الأعمال لا يمكنه تجاهل التقدم التكنولوجي وذلك كما جاء بدراسة (Lebene 2022)³⁰، كما ركزت الدراسات الأجنبية التي تناولت ريادة الأعمال الإعلامية على رؤية رواد الأعمال الإعلاميين لريادة الأعمال الإعلامية وكيفية تأهيل طلاب الإعلام للسوق الإعلامي الريادي في إطار نموذجي الإبداع والإنتاج الثقافي مثل دراسة (Janet Fulton 2019)، ولاحظت الباحثة ندرة الدراسات المصرية والعربية التي تناولت ريادة الأعمال الإعلامية، ومن ثم تنفرد الدراسة الحالية بفكرة بحثية جديدة تتمثل في تطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية.
3. كشفت الدراسات السابقة ولاسيما الدراسات الأجنبية بالمحور الثاني عن وجود فجوة بين برامج الإعلام بكليات الإعلام وأقسام الإعلام التربوي والمعايير والمهارات التي يتطلبها السوق الإعلامي الرقمي مما تسبب في زيادة نسبة البطالة بين خريجي الإعلام، واتجاههم لشغل وظائف ليست من اختصاصاتهم الإعلامية نتيجة لمحدودية الوظائف بالمؤسسات الإعلامية وضعف مهاراتهم الريادية والرقمية وذلك كما جاء بالدراستين (Todd 2022)³¹ و (Maria 2021)³²، كما لاحظت الباحثة ندرة الدراسات التي تناولت مشروع التخرج وكيفية تطويره والإرتقاء به، حيث ركزت الدراسات التي تناولت

مشروع التخرج على إبراز المعوقات التي تواجه طلاب المشروع مثل دراسة(دعاء فكري وسكره 2023)³³، ودراسة(عبد الباسط 2012)³⁴.

4. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية في تحديد مشكلة الدراسة وبلورتها والوصول إلى الإطار النظري المناسب للدراسة الحالية، ووضع الفروض وتحديد متغيرات الدراسة، وبناء مقاييس الدراسة ومحاورها، وتحديد قائمة مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من توجه الدولة المصرية نحو دعم الريادة والإبتكار في كافة القطاعات ولا سيما في قطاع التعليم العالي، وحث الجامعات على تفعيل ريادة الأعمال لدى طلابها من خلال تنمية ثقافة ريادة الأعمال وتوفير المسرعات الجامعية وحاضنات الأعمال التي تتسع لكافة الأفكار الطلابية الريادية، وضخ مصادر تمويلية وتسويقية للمشروعات الطلابية، وتضمين ريادة الأعمال بالمقررات الدراسية، والعمل على تدريب الطلاب على كيفية ممارسة الفكر الريادي، والبحث عن الأفكار، وإدارة المشروعات في كافة التخصصات العلمية إلا أن إستقرأ الأدبيات والدراسات السابقة أثبتت أن الجامعات المصرية والعالمية تحتاج إلى تفعيل ريادة الأعمال في الواقع الجامعي، وتعميم تدريس ريادة الأعمال في كل البرامج الأكاديمية، وأن تركز طريقة تدريسها على إبراز الجانب التطبيقي المهاري التنموي القائم على الإبداع والإبتكار والإدارة والمبادرة والتفاوض وإتخاذ القرار المناسب ومواجهة المخاطر³⁵.

ولأن جوهر ريادة الأعمال الإعلامية يعتمد على تعزيز الجانب الإبداعي لدى القائم بالاتصال، فإن ريادة الأعمال في مجال الإعلام تتطلب تنمية مجموعة من المهارات الريادية والإعلامية والرقمية لدى رائد الأعمال الإعلامية، وفي ضوء تطلع أقسام الإعلام التربوي نحو تحقيق الجودة العملية والتعليمية لخرجيها، ولتحقيق المواءمة بين خريجي الإعلام التربوي واحتياجات سوق العمل الإعلامي الرقمي، وبما أن مشروع التخرج يمثل التجربة المهنية والعملية لدى طلاب السنة النهائية بأقسام الإعلام التربوي فإن تدريبهم على ممارسة المهارات الريادية والرقمية والشخصية والإعلامية يعد ضرورياً لإنتاج مشروعات تخرج إعلامية ريادية ذات أهمية لدى الجمهور المستهدف هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى لتحقيق التميز والتنافسية مع المحتوى الإعلامي القائم مما يسهم في تأهيلهم للمشاركة في صناعة الأعمال الإعلامية الريادية، ومواجهة مشكلة البطالة بين خريجي الإعلام التربوي، ومن ثم فإن تطوير مشروع التخرج وتضمين المهارات الريادية الإعلامية في توصيف مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي، وخلق حلقة وصل بين رواد الأعمال الإعلاميين وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم وإجراء التطوير اللازم على اللوائح الدراسية المنظمة، وتهيئة المناخ المحفز لتنمية ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية بأقسام الإعلام التربوي من أهم متطلبات مواكبة خريجي الإعلام التربوي للسوق الإعلامي الريادي الرقمي المتغير³⁶.

ومن هذا المنطلق تحددت مشكلة الدراسة في تقييم الواقع الفعلي لممارسة المهارات الريادية الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي، وإبراز مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، وتعميق الرؤية للتحديات التي تحول دون ممارسة مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة، وتنطلق المشكلة البحثية من خلال التساؤل الرئيس وهو "كيف يمكن تطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية؟" وينبثق من هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:

1. ما مدى إدراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية؟
2. ما مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي؟
3. هل يدرك طلاب المشروع الرسالة المستهدفة من إنتاج مشروعات التخرج في مجالات "الصحافة والإذاعة والتلفزيون"؟
4. كيف يرى طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة التحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات إعلامية ريادية رقمية بأقسام الإعلام التربوي في ضوء الحتمية التكنولوجية؟
5. هل مشروع التخرج يلبي احتياجات طلاب المشروع لمواكبة سوق العمل الإعلامي الرقمي بعد تخرجهم في ضوء الحتمية التكنولوجية؟
6. ما مقترحات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بأقسام الإعلام التربوي لتطوير مشروع التخرج في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الريادية الرقمية؟

أهمية الدراسة:

تنبثق أهمية الدراسة من خلال النقاط التالية:-

1. استجابة لحرص الدولة المصرية على تطوير الجامعات المصرية ريادياً و رقمياً مما له كبير الأثر على رفع الكفاءة الطلابية، ومواجهة البطالة في إطار التطور التكنولوجي الذي أتاح عدد كبير من فرص العمل الرقمية بكافة المجالات العلمية.
2. إلقاء الضوء على الدور الذي تؤديه ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع وفي صناعة الإعلام ومدى تطورها، وأهمية تنمية مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي وتدريبهم وتأهيلهم لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي المتغير، والاستفادة من نتاج التكنولوجيا وتطبيقاتها في تبني نموذج تعددية الخدمات والمضامين الإعلامية وهو الأمر الذي أدى إلى تعزيز ريادة الأعمال الإعلامية وتزايد نفوذها وتأثيرها.
3. حداثة الموضوع في المجالات البحثية المرتبطة بالإعلام التربوي في ظل توجه برامج الإعلام في الجامعات العالمية نحو رفع كفاءة طلابها لمواكبة سوق العمل الإعلامي

الرقمي الريادي، ومن ثم تساهم هذه الدراسة في تقييم مدى كفاءة مشروع التخرج في تدريب طلاب المشروع على المهارات الإعلامية والشخصية التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي الريادي، والكشف عن التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج إعلامية ريادية، والعمل على إيجاد الحلول وإجراء التطوير لمواكبة صناعة الإعلام الرقمي من قبل الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والمسؤولين بأقسام الإعلام التربوي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق عدة أهداف تتمثل في:

1. الكشف عن مدى إدراك طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.
2. تفسير مدى إدراك طلاب المشروع عينة الدراسة للهدف أو الرسالة المستهدفة من مشروعات التخرج "الصحافة والإذاعة والتلفزيون".
3. تحديد مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي وتشمل (المهارات الشخصية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، المهارات الإدارية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، المهارات التفاعلية والتسويقية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية).
4. تحليل التحديات التي تحول دون ممارسة المهارات الريادية الإعلامية الرقمية وإنتاج مشروعات ريادية إعلامية رقمية إبداعية بأقسام الإعلام التربوي.
5. رصد وتفسير مقترحات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بأقسام الإعلام التربوي لتطوير مقرر مشروع التخرج في ضوء مهارات ريادة الأعمال الرقمية ومتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي لكي تكون مشروعات التخرج أكثر استجابة لمتطلبات سوق العمل الريادي الرقمي.
6. تقديم رؤية استشرافية تستهدف تطوير آليات إعداد وتنفيذ مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء الدراسات السابقة واستجابات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة على المؤشرات الدالة على مقاييس الدراسة.

الإطار المعرفي للدراسة:

1- مشروع التخرج

يقصد بمشروع التخرج بانه عملية أو نشاط مرتبط بزمن محدد وعادة يكون في فصلين دراسيين، وهي مادة أساسية يجب دراستها ويتوقف عليها حصول الطالب على درجة البكالوريوس أو الليسانس بشرط أن يكون المشروع جديداً ويخدم المجتمع وصالح للتطبيق في الحياة العملية وبه جانب إبداعي، وفي إطاره يقوم طالب المشروع بمجموعة من المهام

ضمن فريق من زملائه تحت إشراف عضو هيئة تدريس متخصص وأحد أعضاء الهيئة المعاونة، ويتم تقييم المشروع من خلال الأساتذة المتخصصين بالقسم.³⁷

والهدف من إنتاج المشروعات الإعلامية بأقسام الإعلام التربوي هو تدريب الطلاب على مجموعة من المهارات والآليات العلمية والمهنية من أجل تقديم منتج ما أو خدمة ما بهدف تقديم حلول إبداعية تستهدف حل المشكلات والقضايا التي تعوق حركة التنمية في المجتمع والتي لها ارتباط مباشر بالجمهور المستهدف، والجدير بالذكر أن طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي يعتمدون على أنفسهم في استخدام برامج المونتاج، والتصوير، والإخراج الصحفي والتحرير والنشر والإلقاء والتسجيل الصوتي، وإدخال المؤثرات الصوتية والمرئية حيث يقوم طلاب المشروع بعمليات التعلم الذاتي للتقنيات الرقمية من أجل إنتاج مشاريع التخرج الصحفية والإذاعية والتلفزيونية.

ويعاني الواقع الفعلي لمشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي من مجموعة من المشكلات التي أكدت عليها دراسة (دعاء فكري، وسكرة 2023)³⁸ حيث أرجعت الدراسة أسباب تدني مستوى مشاريع التخرج بأقسام الإعلام التربوي إلى عدم وجود محتوى إرشادي يهتدي به الطلاب في التخطيط للأفكار المختلفة، والعشوائية من قبل الطلاب والمشرفين في تنفيذ مشروعات التخرج، وضعف القدرات الإبداعية والرقمية لدى طلاب المشروع، وفقر البيئة التدريبية بأقسام الإعلام التربوي من الناحية التكنولوجية، وضعف رغبة الطلاب في تعلم المعارف والمهارات المرتبطة بإنتاج مشروعات التخرج الإعلامية، وبالتالي فإن الدافع الأول للإنجاز لديهم هو عملية التقييم والحصول على الدرجات وهذا ما أكدت عليه دراسة (Stephanie E 2014)³⁹، ودراسة (سليمان بن سالم 2016)⁴⁰.

2- ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية:

تستند ريادة الأعمال الإعلامية على ابتكار الأفكار Innovation Ideas وإنتاج المشاريع الإعلامية التي تهدف إلى إثبات الوجود المعنوي للشخص أو المؤسسة لتكون قادرة على إنتاج وإرسال رسائل الوسائط الإعلامية في البداية وتطويرها في المستقبل⁴¹، وتعني كلمة "إعلام" في الريادة الإعلامية السياق الذي توجد فيه أنشطة ريادة الأعمال، وقد شهدت صناعة الإعلام تطوراً ملحوظاً متأثرة بالتقدم التكنولوجي، والاستخدام المتاح وزهيد التكلفة للهواتف المحمولة والتطبيقات الخاصة للإنتاج الإعلامي (التصوير، التحرير، المونتاج، البث، خدمات الصوت) لنظامي IOS و Android والمتوفرة للتحميل، الأمر الذي أوجد لرواد الأعمال "الأفراد" سياقاً جديداً لإعادة إنشاء القيمة وتقديمها من خلال إنتاج المحتوى الإعلامي وإنشاء المنصات الإلكترونية، ومن أبرز رواد الأعمال في مجال التكنولوجيا سيرجي بيرين مؤسس Google، ومارك مؤسس شركة Meeta Plaforms والتي تمتلك منصات Instagram, Whatsapp, Messenger and Threads، وبالتوازي مع ظهور هذه المنصات وغيرها نجد نظم التشغيل الذكية مثل IOS and Android التي ساهمت في انتشار الأجهزة التتبعية، والهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية كل هذا حقق طفرة كبيرة في ريادة

العمل الإعلامي، وشكل تحدياً أمام أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوي وذلك لملاحقة هذا التطور والتقدم التكنولوجي المتلاحق الذي فرض مجموعة من المهارات القائمة على الإبداع والإبتكار والتي يجب أن تتوفر في خريجي الإعلام والإعلام التربوي⁴².

وريادة الأعمال الإعلامية تتطلب التدريب على مهارات ريادة الأعمال الإعلامية ومحاولة توظيفها بمشروع إعلامي جاذب للجمهور ليحثهم على المشاركة كمتبرعين، أو معلنين، أو مساهمين بالمحتوى، أو متطوعين، ويجب على رائد الأعمال الإعلامية تعلم كيفية جمع البيانات وتحليلها للقيام بإعداد التقارير، وللحصول على منح أو تبرعات كمقياس لتأثير قصصه، كما تتطلب ريادة الأعمال الإعلامية معرفة كيف يمكن بناء كيان ذا تدفق إيرادي متعدد لحفظ الأنشطة وتنميتها، ويتطلب ذلك مهارة تسويق الأفكار لأنها تعمل على جذب الدعم لفكرة قصة أو مبادرة يريد رائد الأعمال إطلاقها، فضلاً عن قدرة رائد الأعمال الإعلامية على استخلاص الأفكار في إطار مدروس يحدد الاحتياجات والفرص والتحديات، فالأفكار الجيدة لا يمكن ترويجها إذا لم تتمكن من إقناع الآخرين بمزاياها.⁴³

وتشير دراسة (اسماء شعبان ورائيا حسن 2023)⁴⁴ إلى ضرورة تعزيز الخصائص الريادية لدى طلاب الجامعة لما لها من تأثير عليهم من حيث تشجيعهم نحو المبادرة بأفكار جيدة قد تكون مشاريع ريادية فيما بعد، والتدريب على الكيفية المتبعة في بدء واستكمال مشاريعهم، وتتمثل هذه الخصائص في المبادرة، والابتكار، والتحكم الذاتي، والإنجاز، والمخاطرة، والثقة بالنفس، والإستقلالية، وتحمل المسؤولية، والمثابرة، والقيادة، إذ يعتبر رائد الأعمال المحرك الأساسي للعمل الريادي حيث يمتلك القدرة على فهم ظروف البيئة المحيطة به، واكتشاف الفرص المتاحة وإدراكها، والعمل على تطبيق أفكاره من خلال إعداد الخطط اللازمة للبدء والتنفيذ مع وضع الرؤية الشاملة لكيفية التسويق والترويج لمشروعه للوصول للجمهور المستهدف من خلال قنوات الاتصال الأكثر رواجاً لديهم، كما يمكنه إضافة القيمة والتميز إلى الخدمة أو الرسالة الإعلامية التي يقدمها.

ورائد الأعمال الإعلامية Media Entrepreneur ينظر إلى إنتاج المحتوى الإعلامي على انه عملية إبداعية وتعبيرية، ولا يرتبط الإبداع بفكرة العبقرية فالإبداع عملية نشطة تطبق فيها الممارسات الثقافية المكتسبة لصنع المعنى في إنتاجهم الإعلامي في أفضل حالاته بطريقة تعكس المجتمع، والعمل الإعلامي الإبداعي يمثل تحدياً كبيراً فالكثير من الأفكار الطلابية قد لا تكون مبتكرة لذلك فإن الطلاب يجدوا صعوبة كبيرة في الإبداع وبما انهم لم يحصلوا على الفرص المناسبة ليفعلوا ما يحلو لهم نراهم يفقدون اهتمامهم بالعمل الإبداعي، فجميعهم لا يستطيعون ابتكار أية أفكار بمفردهم ولهذا من المهم توفير التدريب المناسب والملائم لهم للقيام بمجموعة من المهام الواقعية القابلة للتحقيق، ومن الضروري تحديد المناسب من المهام والأعمال وتقديمها بشكل صحيح باعتبارها مثيرة للاهتمام دون التركيز على صعوبتها،

فالطلاب يحتاجون إلى تنمية قدراتهم الإبداعية والفكرية والأدائية وحثهم نحو التفكير النقدي المبني على تساؤل "ماذا لو؟" لتخيل الطرق التي يمكن منها القيام بشيء ما بشكل مختلف⁴⁵.

وتتمية الفكر الريادي Entrepreneurial Thinking لدى طلاب المشروع يأتي من خلال التعليم والتدريب على البحث عن الأفكار خارج الصندوق للوصول إلى الموضوعات والقضايا التي يمكن معالجتها بطريقة مبتكرة وتقديم حلول أو خدمات يحتاج إليها الجمهور المستهدف، كما يمكن تدريبهم على ربط فكرتين متباينتين بطريقة لم يفكر بها الآخرون من قبل ويقوم طالب المشروع بمعالجتهما ومشاركة الجمهور في تقديم بعض الاقتراحات لتطوير الفكرة الأساسية، وهذا يتطلب امتلاك طلاب المشروع مهارات التواصل الفعال، ومسح البيئة الإعلامية، وإدراك متغيرات السوق الإعلامي واحتياجات الجمهور المستهدف، فالعملية الإبداعية Creative Operation تبدأ بالملاحظة، والبحث الدائم عن المشاكل والفرص والأفكار الجديدة، ومواكبة ما يحدث حولنا، والاستماع لما يتحدث عنه الآخرون وما يعايناه الأفراد، ثم التفكير حول كيفية التنفيذ وتحويل الأفكار لمشاريع جديدة يمكن بناؤها وصولاً لمرحلة التنفيذ وجعل المشروع ينبض بالحياة ومن ثم يتم طرحه في السوق الإعلامي⁴⁶.

وفي سياق المهارات الريادية حددت دراسة (G.SivaVineela2018)⁴⁷ بعض المهارات الشخصية وتتمثل في مهارة استكشاف الفرص والإبتكار، ومهارة المبادرة المحسوبة، ومهارة استثمار الفرص، أما دراسة (Ngoasong 2018)⁴⁸ أكدت على أهمية تنمية بعض المهارات الأخرى كمهارة التخطيط، ومهارة إدارة الوقت، ومهارة إدارة المخاطر، فضلاً عن مهارات التواصل الرقمي مع الجمهور المستهدف والمعلنين، وأشارت دراسة (Asiedu 2019)⁴⁹ إلى أهمية تنمية مهارة توظيف تكنولوجيا تطبيقات الأجهزة المحمولة، ومهارة إدارة شبكات التواصل الاجتماعي، ومهارة التسويق الإلكتروني، ومهارة تحليل الرسائل الإلكترونية، ومهارة الترويج للأفكار والمشروعات عبر المنصات الإلكترونية لجذب الممولين.

وبناءً على العرض السابق يمكننا الإشارة إلى أهمية توفير البيئة الريادية Entrepreneurship Environment بأقسام الإعلام التربوي بحيث ترعى طلاب الإعلام التربوي ريادة من خلال تنمية المهارات الإعلامية والرقمية والإبداعية لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، وتطوير المقررات الدراسية ولاسيما مقرر المشروع وباقي المقررات التطبيقية وتوظيف التكنولوجيا ووسائلها في العملية التعليمية وفي إنتاج وتقديم الواجبات الدراسية، وإدخال مقررات جديدة تدعم تنمية الفكر الإعلامي الريادي مثل مقررات Business Administration, Media Production, Strategy Planning, and Social Media Policies

الإطار النظري للدراسة "نظرية الحتمية التكنولوجية" Technological Determinism Theory استعانت الباحثة بنظرية الحتمية التكنولوجية في إطار الدراسة الحالية، حيث تكشف النظرية هيمنة التكنولوجيا في المجتمعات وقدرتها على إحداث التغيرات الاجتماعية والثقافية بها، كما سمحت بالتواصل الرقمي الذي خلق معه الإبداع والمشاركة والثقافة الافتراضية.

وركز "مارشال ماكلوهان" مؤسس النظرية على أن المجتمعات دائماً ما تتأثر بالعوامل التكنولوجية، ودائماً ما تتشكل بفعل وسائل الإعلام السائدة التي يتواصل بها الأفراد والمنظمات، حيث تفترض النظرية تأثير الوسيلة على توجه الأفراد والمجتمعات أكثر من تأثير الرسالة الإعلامية ذاتها، وبما أن الوسيلة هي امتداد للإنسان وحواسه فهي التي تؤثر على تفكيره وسلوكه الاتصالي، وبفضل التكنولوجيا أصبح العالم قرية كونية صغيرة من خلال التقنيات الرقمية الجديدة مثل الربوتات والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والطباعة السحابية وشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من التقنيات والابتكارات التكنولوجية التي ربطت بين المنتج الإعلامي أو رائد الأعمال والجمهور المستهدف والمعلنين.⁵⁰

وتعتمد ريادة الأعمال الإعلامية على التكنولوجيا وأدواتها من خلال ثلاث نقاط رئيسية تتمثل في:

1. الرقمنة حيث توفر فرصاً جديدة لإنشاء المشاريع الإعلامية وعرضها وتسويقها من خلال المنصات الالكترونية.

2. إلغاء القيود التنظيمية والحدود للسوق الإعلامي مما أدى إلى ظهور التنافسية والابتكارية التي تفرض مسابرة التطورات التكنولوجية الجديدة، لأن الإبداع التكنولوجي له أثر على مستوى الهيكل الصناعي وهيكل المنافسة وعلى النمو والقدرة التنافسية للمؤسسة أو الفرد "رائد الأعمال"⁵¹.

3. التقييم عن طريق جمع المعلومات والبيانات عن المشروع أو الفكرة من خلال المواقع والتقنيات التي توفر حجم تعرض الجمهور للمحتوى، وكيفية تفاعله بالمحتوى، ويلجأ رواد الأعمال "الصحفيين" ومديري وسائل الإعلام إلى استخدام تقنيات تتبع الجمهور المستهدف ومدى تفاعله بالمحتوى⁵².

كما أن دمج التطور التكنولوجي في الصناعة الإعلامية الرقمية أدى إلى إزالة الحدود بين صانعي المضامين الإعلامية ومستهلكيها مما أدى إلى الإستثمار المبدع للإمكانيات الرقمية من قبل فئة الشباب وبعض الإعلاميين الذين لم يفضلوا العمل الإعلامي التقليدي، وتشير العديد من التوجهات البحثية العربية والأجنبية إلى التحولات الضخمة التي شهدتها الصناعة الإعلامية بفضل التكنولوجيا وأصبح البقاء للمحتوى الإعلامي الأكثر إبداعاً وإشباعاً لاحتياجات الجمهور مما أدى إلى زيادة التنافسية والرغبة في الإبداع من أجل كسب الجمهور.⁵³

ويؤكد المؤرخين (Marks and Smith)⁵⁴ على أن التكنولوجيا تحرك التاريخ البشري والثقافي لأن التأثيرات الاجتماعية والثقافية المحيطة بالإنسان هي نتاج التقدم التكنولوجي وتفاعل الإنسان مع الأدوات التكنولوجية، فالتكنولوجيا قيمة لا مفر منها في العمل الريادي "الفردى" أو "المؤسسي".

وترى الباحثة أن توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال ريادة الأعمال الإعلامية أصبح أمر حتمي وضروري لتحقيق التنافسية والاستباقية والترويج والانتشار والتقييم ودراسة البدائل وتحليل الفرص والتحديات وتحقيق الأرباح والجودة بين الرسائل الإعلامية

أو المنتجات أو الخدمات أو المشاريع المقدمه للجمهور المستفيد، وهذا نابع من تعاضم دور المعلوماتية وتأثيرها وترابطها مع أغلب مرافق الحياة سواء كانت العامة أو الخاصة⁵⁵، كما لا يمكن اعتبارها العامل الحاسم الوحيد في تحقيق ريادة مشاريع التخرج بأقسام الإعلام التربوي، لأن تبنيها يحتاج إلى توفير إمكانات مادية وتكنولوجية وكوادر بشرية مدربة، وأن تتحلي القيادات المسؤولة بعقليات إبداعية خلاقة تؤمن بأهمية مواكبة التطور التكنولوجي وتوظيفه في إنتاج مشاريع التخرج الإعلامية.

التعريفات الإجرائية:

رؤية استشرافية A Forward-Looking Vision

تطلع إستشرافي لمجموعة من الآليات المقترحة التي تحدد الخطوات الإجرائية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي ويتم تحديدها من خلال محصلة استقادات الباحثة من الجانب التطبيقي للدراسة والمتمثل في نتائج مسح عينة من طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة في استجاباتهم لأسئلة الإستبيان ومختلف بنود ومحاوّر مقاييس الدراسة، فضلاً عن ما تم استخلاصه من الأدبيات ونتائج البحوث والدراسات السابقة ذات الصلة في الجانب المعرفي والإطار النظري للدراسة.

مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية The Digital Media Entrepreneurship Skills

يقصد بمهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية في الدراسة الحالية مجموعة المهارات التي تسهم في رفع كفاءة طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي من حيث تنمية قدراتهم الإعلامية والفكرية والإبداعية والإدارية من أجل مواكبة متطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي، ويقوم المشرف بتدريب طلابه على هذه المهارات، وتظهر مدى كفاءة طلاب المشروع من خلال توظيف مهاراتهم في إنتاج مشروعات تخرج تحقق التنافسية الرقمية والجودة الإعلامية والإقبال الجماهيري، وتتمثل مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية في: المهارات الشخصية الإعلامية، والمهارات الإدارية والتنظيمية، والمهارات التفاعلية والتسويقية، وتتضمن كل نوع من هذه المهارات مجموعة من المهارات والقدرات التي من شأنها تمكن طالب المشروع من التعبير عن أفكاره، والثقة بالنفس، والمبادرة، والمثابرة، وإدارة فريق العمل، وحل المشكلات، وتوظيف الوسائل التكنولوجية، واستخدام برامج الأوفيس وبرامج المونتاج والتصوير والنشر الصحفي، واستشكاف الأفكار، ومعالجتها، وانتاجها، وتوزيعها، وتسويقها من خلال تقنيات الاتصال، وكلما تفاعل رائد الأعمال مع الجمهور المستهدف والمضامين الإعلامية والإعلانية التي ينتجها عبر المنصات الإلكترونية كلما استطاع الوصول لعدد أكبر من المعلنين والمستهلكين وكلما حقق نجاحاً مادياً وريادياً⁵⁶.

الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية حيث تهدف إلى وصف الحقائق وتفسيرها وتحليلها، واعتمدت الباحثة على منهج المسح حيث يهدف إلى توثيق الأوضاع الراهنة، ورصد الاتجاهات الحالية تجاه الظاهرة المراد دراستها، وتفسير العلاقات بين المتغيرات كما يتيح منهج المسح الإعلامي المرونة الكافية للاستعانة بالأدوات والأساليب الإحصائية اللازمة لتحليل البيانات⁵⁷.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الفرقة الرابعة بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية، "طلاب السنة النهائية" وذلك لكونهم المقبلين على سوق العمل بعد تخرجهم، ومن المفترض أن لديهم رؤية لما قاموا بدراسته ومدى كفايته وتلبية لمطالبات سوق العمل الإعلامي، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من طلاب المشروع بالفرقة الرابعة "الصحافة والإذاعة والتلفزيون" بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية وتشمل جامعة القاهرة وجامعة المنصورة، وجامعة المنيا، وقوامها 180 مفردة مقسمين إلى 60 مفردة من طلاب المشروع بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة لتمثيل العاصمة، و60 مفردة بجامعة المنصورة لتمثيل الوجه البحري، و60 مفردة بجامعة المنيا لتمثيل الوجه القبلي.

وطبقت الدراسة أيضا على عينة عمدية من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم المشرفين على مشروعات التخرج في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية وقوامها 70 مفردة، وذلك لتحديد مدى تلبية مشروع التخرج وارتباطه بسوق العمل الإعلامي الريادي من وجهة نظرهم، ورصد التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع ريادية بأقسام الإعلام التربوي، وصولاً إلى تقديم المقترحات والآليات اللازمة لتطوير مشروع التخرج من خلال رؤيتهم.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة (طلاب المشروع بكليات التربية النوعية محل الدراسة)

الفرقة	الخصائص	العدد
النوع	الذكور	37
	الإناث	143
الجامعة	جامعة القاهرة	60
	جامعة المنصورة	60
	جامعة المنيا	60
مجال المشروع	الصحافة	70
	الإذاعة والتلفزيون	110
إجمالي العينة		180 مفردة

جدول رقم (2)

خصائص عينة الدراسة (أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بكليات التربية النوعية محل الدراسة)

العدد	خصائص العينة	النوع
18	الذكور	النوع
52	الإناث	
18	جامعة القاهرة	الجامعة
27	جامعة المنصورة	
25	جامعة المنيا	
10	معيد	الدرجة الوظيفية
23	مدرس مساعد	
14	مدرس	
16	استاذ مساعد	
7	استاذ	مجال التخصص
22	الصحافة	
30	الإذاعة والتلفزيون	
18	المسرح	
70 مفردة	إجمالي العينة	

مبررات اختيار العينة

روعى في اختيار العينة أن يتوافر فيها الخصائص التالية:

1. تمثيل مقبول لطلاب المشروع بالفرقة الرابعة "الصحافة والإذاعة والتلفزيون" بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية في جامعة القاهرة، وجامعة المنصورة، وجامعة المنيا، وطبقت الدراسة على كليات التربية النوعية بهذه الجامعات لتمثيل برامج مشروعات التخرج بأقسام الإعلام التربوي، ولتحديد مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بعينة الدراسة، ولتقديم رؤى وأبعاد متنوعة لكيفية إجراء التطوير اللازم بمشروع التخرج وفق متطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي.
2. تمثيل مقبول لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم باعتبارهم الخبراء في مجال الإشراف على مشروعات التخرج بأقسام الإعلام التربوي، وذلك للكشف عن رؤيتهم حول مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، وإلقاء الضوء على التحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات إعلامية ريادية بأقسام الإعلام التربوي من وجهة نظرهم، إضافة إلى الكشف عن مقترحاتهم والآليات الجديدة التي يجب الإعداد لها وتنفيذها لتطوير برامج مشروعات التخرج بأقسام الإعلام التربوي.

حدود الدراسة: الحدود الموضوعية:

تتمثل في رصد واقع ممارسة مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي، واستشراف لمستقبل مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية .

الحدود البشرية والمكانية:

تتمثل في طلاب المشروع " الصحافة والإذاعة والتلفزيون " بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية محل الدراسة، كما تتمثل العينة البشرية في أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية.

الحدود الزمنية:

تم تطبيق الدراسة على العينة محل الدراسة في الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي 2024/2023.

فروض الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات طلاب المشروع بعينة الدراسة(النوع، الجامعة، مجال المشروع) وادراكهم لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، ومستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية لديهم، ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي من وجهة نظرهم، ومستوى التحديات التي يواجهها طلاب المشروع "الصحافة والإذاعة والتلفزيون" وتحول دون إنتاج مشاريع ريادية.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات أعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة(النوع، الجامعة، الدرجة الوظيفية، مجال التخصص) ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، ومستوى التحديات التي يواجهها طلاب المشروع "الصحافة والإذاعة والتلفزيون" وتحول دون إنتاج مشاريع ريادية.

أدوات الدراسة

استعانت الباحثة بأداة الإستبيان ومقياس ليكرت الثلاثي لتطبيق الدراسة الميدانية واختبار متغيرات الدراسة وفروضها العلمية، واعتمدت الدراسة على أربعة مقاييس تشمل المقياس الأول لقياس مدى إدراك الطلاب بعينة الدراسة لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ويتكون من 6 عبارات موزعة على بعد واحد وتراوحت مستويات الاستجابة ما بين (موافق، محايد، معارض)، والمقياس الثاني خصص لقياس مهارات ريادة الأعمال الرقمية لدى طلاب المشروع ويتكون من 26 عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد يمكن عرضهم على النحو التالي:

البعد الأول: المهارات الشخصية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ويتضمن (13) عبارة.

البعد الثاني: المهارات الإدارية والتنظيمية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ويتضمن (6) عبارات.
البعد الثالث: المهارات التفاعلية والتسويقية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ويتضمن (7) عبارات.

وتراوحت مستويات الاستجابة ما بين (دائما، إلى حد ما، لا)، بالإضافة إلى المقياس الثالث خصص لقياس مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي ويتكون من 15 عبارة موزعة على بعد واحد وتراوحت مستويات الاستجابة ما بين (موافق، موافق إلى حد ما، غير موافق)، أما المقياس الرابع خصص لقياس مستوى التحديات التي يواجهها طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي "الصحافة والإذاعة والتلفزيون" ويتكون من 13 عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد تتمثل في: البعد الأول التحديات الخاصة بالطلاب ويتكون من أربع عبارات، والبعد الثاني التحديات الخاصة بأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة ويتكون من ثلاث عبارات، والبعد الثالث التحديات الخاصة بالجامعة وإدارة الكلية ويتكون من ثماني عبارات، وتراوحت مستويات الإجابة ما بين (موافق، موافق إلى حد ما، غير موافق).

واستعانت الباحثة بالدراسات السابقة في بناء مقاييس الدراسة وتشمل دراسة (حنان محمد السيد وآخرون 2023)⁵⁸، ودراسة (دعاء فكري وسكره علي 2023)⁵⁹، ودراسة (Armanurah 2023) (Mohamad 2023)⁶⁰، ودراسة (Akeke M.N.G and others 2022)⁶¹ ودراسة (Nur Thara Atikhzainal 2020)⁶²، ودراسة (محمد خميس 2020)⁶³ ودراسة (هشام سعد 2019)⁶⁴، ودراسة (Ratna Linawati 2019)⁶⁵، ودراسة (Janet Fulton 2019)⁶⁶، ودراسة (Maria Jose 2018)⁶⁷ ودراسة (سعاد محمد 2014)⁶⁸، ودراسة (ليلي كامل عبد الله 2018)⁶⁹، ودراسة (أحمد السيد وسويلم جودة 2017)⁷⁰، ودراسة (عبد الباسط محمد 2012)⁷¹، ودراسة (نادر أبو خلف 2009)⁷².

وقبل تطبيق استمارات الدراسة قامت الباحثة بتوضيح مفهوم ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ومهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة إضافة إلى توضيح المفاهيم لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم عينة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأساليب والمعادلات الإحصائية لاستخراج نتائج البحث واختبار الفروض العلمية، وتتمثل في:

1. التكرارات والنسب المئوية.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية.
3. اختبار T-Test للعينات المستقلة.
4. اختبار ANOVA لاستخراج الفروق بين المجموعات وحساب LSD.
5. معاملات الارتباط سبيرمان وألفا كرونباخ.

اختبارات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بعرض استمارتي الدراسة على السادة المحكمين⁷³ وتم إبداء الرأي فيما يخص صلاحية وصدق أدوات الدراسة حيث اتفقت الآراء حول صدق محاور وبنود مقاييس الدراسة وإنها صالحة لقياس أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها.

أولاً: اختبار الثبات لمقاييس الدراسة المرتبطة بطلاب المشروع:

بعد جمع البيانات تم إجراء اختبار الثبات لقياس مدى اتساق إجابات المبحوثين "طلاب المشروع" بعد اسبوعين من التطبيق وذلك من خلال إعادة تطبيق الإستمارة Retest على 10% من عينة الدراسة، وتم حساب معامل الثبات لمقاييس الدراسة وذلك باستخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ، وجاءت معاملات الثبات كالتالي:

1. مقياس مدى معرفة طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية حيث بلغت قيمته 0.908.
2. مقياس مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع حيث بلغت قيمته 0.944.
3. مقياس مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي من وجهة نظر طلاب المشروع محل الدراسة حيث بلغت قيمته 0.960.
4. مقياس التحديات التي تواجه طلاب المشروع وتحول دون إنتاج مشروعات إعلامية ريادية من وجهة نظر طلاب المشروع محل الدراسة حيث بلغت قيمته 0.921.

الاتساق الداخلي Internal consistency:

تم حساب معامل الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة وذلك باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson correlation) لقياس الاتساق بين كل عبارة والدرجة الكلية لإجمالي المحاور الخاصة بمقاييس الدراسة.

جدول رقم (3)

رقم العنصر	معامل الارتباط	رقم العنصر	معامل الارتباط	رقم العنصر	معامل الارتباط	رقم العنصر	معامل الارتباط	رقم العنصر	معامل الارتباط	رقم العنصر	معامل الارتباط	رقم العنصر	معامل الارتباط
1	**0.854	11	**0.480	21	**0.750	31	**0.934	41	**0.923	51	**0.925	61	**0.769
2	**0.824	12	**0.311	22	**0.781	32	**0.929	42	**0.910	52	**0.908	62	**0.816
3	**0.802	13	**0.617	23	**0.758	33	**0.789	43	**0.680	53	**0.918		
4	**0.814	14	**0.728	24	**0.766	34	**0.807	44	**0.656	54	**0.895		
5	**0.851	15	**0.746	25	**0.784	35	**0.685	45	**0.758	55	**0.720		
6	**0.828	16	**0.747	26	**0.638	36	**0.836	46	**0.886	56	**0.706		
7	**0.594	17	**0.766	27	**0.796	37	**0.718	47	**0.838	57	**0.784		
8	**0.625	18	**0.772	28	**0.867	38	**0.801	48	**0.832	58	**0.764		
9	**0.591	19	**0.733	29	**0.863	39	**0.845	49	**0.897	59	**0.399		
10	**0.470	20	**0.770	30	**0.925	40	**0.865	50	**0.902	60	**0.779		

تشير نتائج الجدول السابق إلى اتساق عبارات مقاييس الدراسة حيث جاءت عند مستوى دلالة 0.01 مما يعني أن مستوى الثبات والثقة بينود مقاييس الدراسة تصل إلى 99% وهذا يعكس مدى صلاحيتها وتمثيلها وإمكانية الاعتماد على مقاييس الدراسة الحالية في استخلاص النتائج والتحقق من تساؤلات وأهداف الدراسة.

ثانياً: اختبارات الصدق والثبات لمقاييس الدراسة المرتبطة بأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة:

بعد جمع البيانات تم إجراء اختبار الثبات لقياس مدى اتساق إجابات المبحوثين بعد اسبوعين من التطبيق وذلك من خلال إعادة تطبيق الإستمارة Retest على 20 مفردة من عينة الدراسة، وتم حساب معامل الثبات لمقاييس الدراسة وذلك باستخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ، وجاءت معاملات الثبات كالتالي:

1. مقياس مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة محل الدراسة حيث بلغت قيمته 0.775.
2. مقياس التحديات التي تواجه طلاب المشروع وتحول دون إنتاج مشاريع إعلامية ريادية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة محل الدراسة حيث بلغت قيمته 0.799.

الاتساق الداخلي Internal consistency:

تم حساب معامل الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة وذلك باستخدام معامل ارتباط (بيرسون) Pearson correlation لقياس الاتساق بين كل عبارة والدرجة الكلية لإجمالي المحاور الخاصة بمقاييس الدراسة.

جدول رقم (4)

معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**0.469	26	**0.582	21	**0.513	16	**0.591	11	**0.498	6	**0.332	1
**0.615	27	**0.543	22	**0.659	17	**0.575	12	**0.316	7	**0.482	2
**0.589	28	**0.546	23	**0.636	18	**0.546	13	**0.488	8	**0.497	3
**0.530	29	**0.514	24	**0.701	19	**0.475	14	**0.359	9	**0.530	4
**0.603	30	**0.469	25	**0.603	20	**0.672	15	**0.424	10	**0.603	5

تشير نتائج الجدول السابق إلى اتساق عبارات مقاييس الدراسة حيث جاءت عند مستوى دلالة 0.01 مما يعني أن مستوى الثقة بينود مقاييس الدراسة تصل إلى 99% وهذا يعكس مدى صلاحيتها وتمثيلها وإمكانية الاعتماد على مقاييس الدراسة الحالية في استخلاص النتائج والتحقق من تساؤلات وأهداف الدراسة.

أولاً: نتائج الدراسة المرتبطة بطلاب المشروع:

1. مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

جدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والأوزان النسبية لمدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية. (ن=180)

المستوى	الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	
قوي	93.33%	0.401	2.80	تهدف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية إلى تقديم مشروعات إعلامية إبداعية.	1
قوي	93.67%	0.392	2.81	تعمل ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية على تطوير الرسالة الإعلامية الرقمية.	2
قوي	92.33%	0.420	2.77	توظف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي الريادي.	3
قوي	91.33%	0.437	2.74	تساهم ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية في تحقيق التنافسية والتميز لصالح الأعمال والمشروعات الإعلامية التي لها تأثير فعال على الجمهور المستهدف.	4
قوي	91.33%	0.437	2.74	تشجع ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية على خلق فرص جديدة ومبتكرة في مجالات الإعلام الرقمي.	5
قوي	91%	0.443	2.73	تحفز ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية طلاب الإعلام التربوي لريادة العمل الإعلامي الرقمي.	6
قوي	92%	0.349	2.76	إجمالي المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والوزن النسبي للمقياس ككل.	

تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع مستوى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية حيث جاء المتوسط الحسابي الاجمالي للمقياس ككل بقيمة 2.76، وإنحراف معياري قيمته 0.349، و وزن نسبي 92%، وجاءت عبارة "تعمل ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية على تطوير الرسالة الإعلامية الرقمية" بمتوسط حسابي قدره 2.81، وجاءت عبارة "تهدف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية إلى تقديم مشروعات إعلامية إبداعية" بمتوسط حسابي قدره 2.80، وجاءت عبارة "توظف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية التقنيات الحديثة في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي الريادي" بمتوسط حسابي قدره 2.77، ثم جاءت العبارتين "تساهم ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية في تحقيق التنافسية والتميز لصالح الأعمال والمشروعات الإعلامية التي لها تأثير فعال على الجمهور المستهدف" و "تشجع ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية على خلق فرص جديدة ومبتكرة في مجالات الإعلام الرقمي" بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره 2.74، وأخيراً جاءت عبارة "تحفز ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية طلاب الإعلام التربوي لريادة العمل الإعلامي الرقمي" بمتوسط حسابي قدره 2.73، وهذه النتيجة تعكس ادراك طلاب المشروع بعينة الدراسة بالجامعات الثلاث لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية على الرغم من عدم وجود أنشطة طلابية تدعم تنمية الوعي بريادة الأعمال الإعلامية بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة، ويتم تدريس مقرر ريادة الأعمال بالطريقة النظرية الجامدة، ويقتصر محتوى

المقرر على تقديم مجموعة من رواد الأعمال الناجحين في مجالات الصناعة والتجارة دون الاهتمام بالمهارات الريادية وكيفية تنميتها لدى الطلاب، وقد يرجع إدراك عينة الدراسة لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية إلى تعرضهم للرسائل الإعلامية عبر المنصات الرقمية، واهتماماتهم بالتكنولوجيا وتقنياتها واستخداماتها في إنتاج الفنون الإعلامية لبعض المقررات الدراسية التطبيقية، كما عكست استجابات طلاب المشروع على عبارات المقياس رؤيتهم الإيجابية لدور ريادة الأعمال في الارتقاء بمستوى العمل الإعلامي من خلال توظيف التقنيات الرقمية في إنتاج المحتوى الإعلامي وتطويره، وإمكانية خلق فرص جديدة ومبتكرة في مجال الإعلام الرقمي تسمح لهم بريادة العمل الإعلامي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر والتيك توك، فضلاً عن التنافسية والتميز التي توفرها ريادة الأعمال وتحفز طلاب المشروع نحو إتقان المشروعات الإعلامية من أجل تحقيق الإبداع والابتكار، وتشير هذه النتيجة إلى ضرورة الاهتمام بتوظيف ريادة الأعمال في مجالات دراسة الإعلام والإعلام التربوي، ومحاولة الاستفادة من استخدامات طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات الإلكترونية لتحفيزهم نحو الابتكار والإبداع خاصة أن الدراسات السابقة⁷⁴ أشارت إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ريادة الأعمال الإعلامية لدى طلاب الجامعات، وتختلف مع نتائج الجدول السابق دراسة (أحمد علي عام 2023)⁷⁵ حيث أشارت إلى انخفاض مستوى ادراك طلاب الجامعة لريادة الأعمال الرقمية بنسبة 56%، وجاء مستوى وعيهم في المستوى المتوسط بنسبة 27.7%، بينما جاء وعيهم في المستوى المرتفع بنسبة 16.3%، كما أكدت دراسة (أيمن عادل 2015)⁷⁶ على ضعف معرفة طلاب كلية التجارة بأهداف ريادة الأعمال على الرغم من طبيعة تخصصهم التي تتطلب الإلمام بسوق العمل الحر واحتياجاته المتغيرة، وجاءت دافعتهم نحو ممارسة ريادة الأعمال "ضعيفة".

جدول رقم (6)

2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لمستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع (ن=180).

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
متوسط	70.66%	0.484	2.12	1 يمكنني المبادرة بتقديم أفكار حديثة ومبتكرة لمشروع التخرج
متوسط	62.67%	0.587	1.88	2 أستطيع تقديم مشروع تخرج يواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي الجديد وتحقيق ميزة التنافسية.
متوسط	65.67%	0.720	1.97	3 يمكنني استخدام التقنيات الحديثة لإنتاج مشروع إعلامي رقمي (كالتطبيقات الرقمية بالهواتف الذكية، والتابلت)
متوسط	76.33%	0.622	2.29	4 أستطيع استخدام الكاميرات الرقمية وبرامج المونتاج المتطورة في إنتاج مشروع التخرج (الإذاعة والتليفزيون)
متوسط	70.66%	0.604	2.12	5 أستطيع استخدام برامج النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي في إنتاج مشروع التخرج (الصحافة)
قوي	82.67%	0.554	2.48	6 أستطيع مناقشة فكري وإقناع الآخرين بها.
متوسط	70.67%	0.575	2.12	7 أعرف المسموح لي والممنوع عمله عند إنتاج المضمون الإعلامي لمشروع التخرج.
متوسط	73.67%	0.541	2.21	8 التزم بالأخلاقيات المهنية عند إنتاج المضمون الإعلامي للمشروع كالإستئذان قبل نشر الصور الشخصية، وتجنب تقديم الموضوعات التي تهدد قيم المجتمع.

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

متوسط	70%	0.574	2.10	يمكنني توظيف عناصر الإخراج الجيد ل يتمتع المضمون الإعلامي للمشروع بالريادة الرقمية.	9
متوسط	67.67%	0.642	2.03	أعرف كيف يتم إنتاج المضمون الإعلامي للمشروع وفقاً لطبيعة الجمهور المستهدف ولا سيما الجمهور الرقمي.	10
متوسط	63.67%	0.715	1.91	يمكنني عرض المشروع بما يناسب مضمونه المقروء أو المسموع أو المرئي وذلك من خلال الوسائل الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي.	11
متوسط	65%	0.653	1.95	استطيع تحقيق التكامل بين الناحية الجمالية والناحية الوظيفية لمشروع التخرج الرقمي.	12
متوسط	62.67%	0.716	1.88	أدرك حقوق الطبع والملكية الفكرية للمعلومات ومصادر ها الإلكترونية لتقديم مشروع تخرج ريادي ومتميز.	13
متوسط	69.33%	0.390	2.08	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور المهارات الشخصية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	
متوسط	69.67%	0.546	2.09	يمكنني وضع خطة زمنية لتنفيذ المشروع.	14
متوسط	67.33%	0.528	2.02	يمكنني الإنهاء من المشروع حسب الخطة الزمنية المحددة مسبقاً.	15
متوسط	64.33%	0.626	1.93	يمكنني متابعة مرحلة التنفيذ وحل المشكلات التي تحول دون إتمام المشروع في الوقت المحدد مسبقاً.	16
ضعيف	52.33%	0.693	1.57	استطيع اختيار التطبيق الرقمي الأمثل لإدارة مشروع التخرج رقمياً.	17
متوسط	72.33%	0.617	2.17	استطيع توزيع الأدوار والمهام بين فريق العمل بما يناسب المهارات الإدارية لدى كل واحد وتشمل (مهارة التنظيم، ومهارة التنفيذ، ومهارة اتخاذ القرار، ومهارة التقييم الرقمي، ومهارة حل المشكلات)	18
متوسط	70.33%	0.608	2.11	يمكنني التفكير بمرونة ومواجهة التحديات التي تعطل تقديم مشروع تخرج متميز وريادي.	19
متوسط	66.33%	0.463	1.99	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور المهارات الإدارية والتنظيمية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	
متوسط	59%	0.603	1.77	يمكنني تسويق مشروع التخرج من خلال موقع اليوتيوب للترويج لمشروع التخرج ولأداء فريق العمل.	20
متوسط	60%	0.652	1.80	استطيع تقديم مشروع التخرج باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من التغذية الراجعة وتحديد نقاط القوة والضعف في المشروع.	21
ضعيف	43.33%	0.587	1.30	يمكنني تسويق مشروع التخرج من خلال المؤسسات الإعلامية (المصحفية، والقنوات الفضائية) للاستفادة من التغذية الراجعة لأداء فريق العمل وتحقيق الريادة في مجال التخصص.	22
ضعيف	50.67%	0.735	1.52	أدرك تأثير البيئة الداعمة لريادة الأعمال الرقمية على تحفيز طلاب الجامعة على إنتاج مشروعات تخرج ريادية.	23
ضعيف	47.67%	0.748	1.43	يمكنني الاستفادة من البرامج الداعمة لرائد الأعمال الرقمي لكي أتمكن من إدارة مشروع التخرج بكفاءة.	24
ضعيف	47.67%	0.748	1.43	استطيع تحقيق التفاعل وبناء العلاقات للترويج لمشروع التخرج وإبراز الكفاءات التي يمتلكها فريق العمل.	25
ضعيف	45.67%	0.660	1.37	يمكنني إنشاء القنوات التسويقية الرقمية لعرض مشروع التخرج على نطاقات إلكترونية واسعة مما يحقق التفاعل الريادي وتحقيق المنافسة.	26
ضعيف	50.67%	0.579	1.52	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور المهارات التفاعلية والتسويقية لريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	
متوسط	63.67%	0.407	1.91	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للمقياس ككل	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن مستوى استجابات طلاب المشروع بعينة الدراسة على المؤشرات الدالة على مقياس مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ككل جاء "متوسطاً" بمتوسط حسابي قدره 1.91، وانحراف معياري قيمته 0.407، ووزن نسبي 63.67%، وجاء مستوى استجابات طلاب المشروع على محور المهارات الشخصية "متوسطاً"

بمتوسط حسابي قدره 2.08، وجاء مستوى استجابات طلاب المشروع على محور المهارات الإدارية والتنظيمية "متوسطاً" بمتوسط حسابي قدره 1.99، ثم جاء مستوى استجابات طلاب المشروع على محور المهارات التفاعلية والتسويقية "ضعيفاً" بمتوسط حسابي قدره 1.52، وجاءت استجابات طلاب المشروع على عبارات محور المهارات الشخصية من خلال العبارات الآتية (استطيع مناقشة فكري وإقناع الآخرين بها، واستطيع استخدام الكاميرات الرقمية وبرامج المونتاج المتطورة في إنتاج مشروع التخرج (الإذاعة والتلفزيون)، والتزم بالأخلاقيات المهنية عند إنتاج المضمون الإعلامي للمشروع كالإستئذان قبل نشر الصور الشخصية) بمتوسطات حسابية قدرها (2.48، 2.29، 2.21) على التوالي، ثم جاءت العبارات الثلاث بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره 2.12 وتشمل (يمكنني المبادرة بتقديم أفكار حديثة ومبتكرة لمشروع التخرج، واستطيع استخدام برامج النشر الإلكتروني والإخراج الصحفي في إنتاج مشروع التخرج (الصحافة)، وأعرف المسموح لي والممنوع عمله عند إنتاج المضمون الإعلامي لمشروع التخرج)، وجاءت العبارات (يمكنني توظيف عناصر الإخراج الجيد ليتمتع المضمون الإعلامي للمشروع بالريادة الرقمية، وأعرف كيف يتم إنتاج المضمون الإعلامي للمشروع وفقاً لطبيعة الجمهور المستهدف ولاسيما الجمهور الرقمي، ويمكنني استخدام التقنيات الحديثة لإنتاج مشروع إعلامي رقمي (كالتطبيقات الرقمية بالهواتف الذكية، والتابلت)، استطيع تحقيق التكامل بين الناحية الجمالية والناحية الوظيفية لمشروع التخرج الرقمي يمكنني عرض المشروع بما يناسب مضمونه المقروء أو المسموع أو المرئي وذلك من خلال الوسائل الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي) بمتوسطات حسابية قدرها (2.10، 2.03، 1.97، 1.95، 1.91) على التوالي، وأخيراً جاءت العبارتين (ادرك حقوق الطبع والملكية الفكرية للمعلومات ومصادرها الإلكترونية لتقديم مشروع تخرج ريادي ومتميز، واستطيع تقديم مشروع تخرج يواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي الجديد وتحقيق ميزة التنافسية) بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره 1.88، ثم جاءت استجابات طلاب المشروع على المؤشرات الدالة على المهارات الإدارية والتنظيمية من خلال العبارات الآتية (استطيع توزيع الأدوار والمهام بين فريق العمل بما يناسب المهارات الإدارية لدى كل واحد وتشمل) مهارة التنظيم، ومهارة التنفيذ، ومهارة إتخاذ القرار، ومهارة التقييم الرقمي، ومهارة حل المشكلات)، ويمكنني التفكير بمرونة ومواجهة التحديات التي تعطل تقديم مشروع تخرج متميز وريادي، ويمكنني وضع خطة زمنية لتنفيذ المشروع، ويمكنني الإنتهاء من المشروع حسب الخطة الزمنية المحددة مسبقاً، ويمكنني متابعة مرحلة التنفيذ وحل المشكلات التي تحول دون إتمام المشروع في الوقت المحدد مسبقاً، واستطيع اختيار التطبيق الرقمي الأمثل لإدارة مشروع التخرج رقمياً) بمتوسطات حسابية قدرها (2.17، 2.11، 2.09، 2.02، 1.93، 1.57) على التوالي، وأخيراً جاءت استجابات طلاب المشروع على المؤشرات الدالة على المهارات التسويقية والتفاعلية من خلال العبارات الآتية (استطيع تقديم مشروع التخرج باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة من التغذية الراجعة وتحديد نقاط القوة والضعف في المشروع، ويمكنني

تسويق مشروع التخرج من خلال موقع اليوتيوب للترويج لمشروع التخرج ولأداء فريق العمل، وادرك تأثير البيئة الداعمة لريادة الأعمال الرقمية على تحفيز طلاب الجامعة على إنتاج مشروعات تخرج ريادية، ويمكنني الاستفادة من البرامج الداعمة لرائد الأعمال الرقمي لكي اتمكن من إدارة مشروع التخرج بكفاءة، ويمكنني إنشاء القنوات التسويقية الرقمية لعرض مشروع التخرج على نطاقات إلكترونية واسعة مما يحقق التفاعل الريادي وتحقيق المنافسة، ويمكنني تسويق مشروع التخرج من خلال المؤسسات الإعلامية (الصحفية، والقنوات الفضائية) للاستفادة من التغذية الراجعة لأداء فريق العمل وتحقيق الريادة في مجال التخصص) بمتوسطات حسابية قدرها (1.80، 1.77، 1.52، 1.43، 1.37، 1.30) على التوالي.

وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (Nur Thara2020)⁷⁷ حيث أشارت إلى ضعف مستوى المهارات الريادية والتسويقية لدى طلاب الجامعات الماليزية، ونستنتج من نتائج الجدول السابق أن طلاب المشروع بعينة الدراسة يمتلكون قدر من مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ولاسيما المهارات الشخصية حيث تركز المهارات الشخصية على مدى قدرتهم على استخدام الوسائل التكنولوجية، والبرامج التحريرية، والمونتاج، والتصوير، والكتابة والإخراج الإعلامي (الصحفي والتلفزيوني)، إضافة إلى إلمامهم باحترام الخصوصية والأخلاقيات الإعلامية التي يجب اتباعها في إنتاج مشاريع التخرج، وقدرتهم على تحديد الجمهور المستهدف، وكيفية مخاطبته من خلال المضامين الإعلامية المقدمة من خلال مشاريع التخرج، ويرجع ذلك إلى استعانة طلاب المشروع بالتكنولوجيا وأدواتها وبرامج النشر الصحفي مثل Puplicher، وبرنامج In design، وبرامج المونتاج مثل premiere pro، ويضاف إلى ذلك دراستهم لمقررات أخلاقيات الإعلام، والتصوير الإعلامي، والإخراج الصحفي، بينما جاءت المهارات الإدارية والتنظيمية والتفاعلية والتسويقية بمتوسطات متوسطة ومنخفضة ويرجع ذلك إلى عدم دراسة طلاب المشروع لخصائص سوق العمل الإعلامي، ومهارات تنظيم الوقت وحل المشكلات وإعداد الخطط وتنفيذها، ومهارة كيفية التسويق للأفكار والأعمال الإعلامية إلكترونياً، ومهارة التفكير الإبتكاري، ونستنتج من هذه النتيجة أن طلاب المشروع يعتمدون على خبراتهم وقدراتهم المحدودة في إنتاج مشاريع التخرج مما يعني عدم امتلاكهم للمهارات والقدرات التي تؤهلهم لإنتاج مشاريع إعلامية ريادية، وهذه النتيجة تعكس ضعف مستوى التأهيل الأكاديمي والمهاري لطلاب الإعلام التربوي نتيجة لضعف اللوائح الدراسية المنظمة للمقررات الدراسية والتي يتم وضعها- في الغالب- بناءً على إمكانات وقدرات الكلية والقسم وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، مما أدى إلى وجود فجوة كبيرة بين كفاءة خريجي الإعلام التربوي واحتياجات سوق العمل الإعلامي الريادي.

جدول رقم (7)

3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لمدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي من وجهة نظر طلاب المشروع (ن=180).

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	
متوسط	%58	0.755	1.74	يحفز الطلاب لإعداد مشروعات رقمية إبداعية يحتاج إليها سوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي.	1
ضعيف	%53	0.730	1.59	يتم تنفيذ مشروع التخرج في إطار بيئة تدريبية تشبه بيئة العمل الإعلامي الرقمية ومتطلباتها.	2
متوسط	%63.67	0.684	1.91	ينمي مشروع التخرج المهارات والقدرات الشخصية التي يمتلكها الطلاب من أجل الالتحاق بسوق العمل الإعلامي.	3
ضعيف	%54	0.762	1.62	يحفز الطلاب نحو تحقيق الريادة والمنافسة بين أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية من خلال إنتاج مشروعات تخرج ريادية ومبتكرة.	4
متوسط	%63.67	0.654	1.91	يدعم الإتجاه الإيجابي نحو المستقبل المهني الرقمي لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي.	5
ضعيف	%55.33	0.776	1.66	يتيح الفرص أمام طلاب المشروع لتطبيق المعارف والمهارات الإعلامية في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون من خلال استخدام البرامج المتخصصة في الإنتاج الإعلامي.	6
ضعيف	%50.33	0.772	1.51	يوفر التدريب الإعلامي الرقمي في المؤسسات الإعلامية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية من خلال الالتحاق بالمنصات الرقمية لهذه المؤسسات.	7
ضعيف	%50.33	0.720	1.51	يساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم الرقمية وتوظيفها في إنتاج مشروعات تخرج رائدة في مجال الإعلام الرقمي.	8
ضعيف	%47.67	0.748	1.43	يتيح التعاون المشترك بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ورواد الأعمال الإعلامية.	9
ضعيف	%46.67	0.705	1.40	يساعد على معرفة المؤسسات والهيئات الإعلامية والتربوية بأعمال ومشروعات طلاب أقسام الإعلام التربوي.	10
متوسط	%68.33	0.649	2.05	ينمي روح التعاون بين مجموعة المشروع لإنجاز العمل.	11

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

متوسط	73.33%	0.525	2.20	ينمي الثقة بالنفس والمبادرة وحل المشكلات ومواجهة التحديات والتنظيم وإدارة الوقت.	12
متوسط	66.33%	0.554	1.99	يدمج بين متطلبات التخصص الأكاديمي ومتطلبات التأهيل المهني.	13
ضعيف	47.67%	0.762	1.43	يتيح سبل تعزيز الشراكة مع المؤسسات الإعلامية الرائدة في مجال الإعلام الرقمي.	14
ضعيف	51.33%	0.734	1.54	ينمي مهارات توظيف تكنولوجيا تطبيقات الأجهزة المحمولة واستخدام منصات تكنولوجية فعالة.	15
متوسط	56.67%	0.566	1.70	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للمقياس ككل.	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن إجمالي المتوسط الحسابي لمقياس مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي جاء "متوسطاً" وقدره 1.70، وإنحرف معياري 0.566، ووزن نسبي 56.67%، وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات طلاب المشروع ما بين ضعيف ومتوسط، وتمثلت العبارات التي جاءت بمتوسطات حسابية ضعيفة -- والتي تعبر عن رؤية طلاب المشروع لمدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي ومواكبته لما يحتاج إليه العمل الإعلامي الريادي- في: (يتيح الفرص أمام طلاب المشروع لتطبيق المعارف والمهارات الإعلامية في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون من خلال استخدام البرامج المتخصصة في الإنتاج الإعلامي بمتوسط حسابي قدره 1.66، ويحفز الطلاب نحو تحقيق الريادة والمنافسة بين أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية من خلال إنتاج مشروعات تخرج ريادية ومبتكرة بمتوسط حسابي قدره 1.62، ويتم تنفيذ مشروع التخرج في إطار بيئة تدريبية تشبه بيئة العمل الإعلامي الرقمية بمتوسط حسابي قدره 1.59، وينمي مهارات توظيف تكنولوجيا تطبيقات الأجهزة المحمولة واستخدام منصات تكنولوجية فعالة بمتوسط حسابي قدره 1.54، ثم جاءت العبارتين (يساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم الرقمية وتوظيفها في إنتاج مشاريع تخرج رائدة في مجال الإعلام الرقمي، ويوفر التدريب الإعلامي الرقمي في المؤسسات الإعلامية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية من خلال الالتحاق بمنصاتها الرقمية بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره 1.51، وجاءت العبارتين (ويتيح سبل تعزيز الشراكة مع المؤسسات الإعلامية الرائدة في مجال الإعلام الرقمي، ويتيح التعاون المشترك بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ورواد الأعمال الإعلامية) بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره 1.43، وأخيراً جاءت عبارة "يساعد مشروع التخرج على معرفة المؤسسات والهيئات الإعلامية بأعمال ومشروعات الطلاب بمتوسط حسابي قدره 1.40، أما العبارات التي جاءت بمتوسطات حسابية متوسطة شملت (يحفز الطلاب لإعداد مشروعات رقمية إبداعية يحتاج إليها سوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي بمتوسط حسابي 1.74، وينمي مشروع التخرج المهارات والقدرات الشخصية التي يمتلكها الطلاب من أجل الالتحاق بسوق العمل الإعلامي بمتوسط 1.91،

ويدعم الإتجاه الإيجابي نحو المستقبل المهني الرقمي لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي بمتوسط 1.91، ودمج بين متطلبات التخصص الأكاديمي ومتطلبات التأهيل المهني بمتوسط 1.99، و ينمي روح التعاون بين مجموعة المشروع لإنجاز العمل 2.05، وينمي الثقة بالنفس والمبادرة وحل المشكلات ومواجهة التحديات والتنظيم وإدارة الوقت بمتوسط 2.20، وترتبط هذه النتائج مع نتائج الجدول السابق رقم (6) المرتبط بمستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية لدى طلاب المشروع، حيث جاءت استجابات طلاب المشروع ما بين المستوى الضعيف والمتوسط، وهذه نتيجة منطقية لأن إنتاج مشاريع تخرج إعلامية ريادية يتطلب امتلاك مجموعة من المهارات والكفايات الريادية والتسويقية التي يجب أن يتدرب عليها طلاب المشروع لتؤهلهم لريادة سوق العمل الإعلامي بعد التخرج، وهذه النتائج تعكس ضعف استخدام الوسائل التكنولوجية بأقسام الإعلام التربوي، وضعف مستوى التدريب والتأهيل الأكاديمي بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة مما يسهم في تفاقم مشكلة البطالة بين خريجي الإعلام التربوي، كما تعكس النتائج رؤية طلاب المشروع لدور مشروع التخرج في تأهيلهم الأكاديمي والمهني لسوق العمل الإعلامي الريادي.

وتتفق مع هذه النتائج دراسة (دعاء فكري وسكره 2023)⁷⁸ ودراسة (سليمان بن سالم 2016)⁷⁹ ودراسة (عبد الباسط 2012)⁸⁰ حيث اتفقت هذه الدراسات على أن طلاب المشروع يقومون بإنتاج مشاريع تخرج روتينية وتبتعد تماماً عن متطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، كما أن أفكار المشاريع وطرق معالجتها يتم تكرارها سنوياً ولا يوجد بها أي نوع من الإبداع أو الابتكار، وهذا يعني ضرورة إجراء التطوير اللازم على مشروع التخرج من حيث الخطة التنظيمية للمشروع، وإبراز دور المشرف من حيث عمليتي التدريب والتوجيه ودراسة مدى امكانية أن يشارك ممارسي الإعلام في تدريب طلاب المشروع، والتركيز على الجانب التطبيقي المهاري، وتوظيف الوسائل التكنولوجية في إنتاج مشروع التخرج، ووضع أسس للتقييم وتطويرها بشكل دوري.

جدول رقم (8)

4. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للتحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات ريادية بأقسام الإعلام التربوي من وجهة نظر طلاب المشروع (ن=180)

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
قوي	92.67%	0.409	2.78	ضعف مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع
قوي	92.33%	0.467	2.77	عدم وجود دعم حقيقي من قبل إدارة الكلية والقسم للطلاب أصحاب الأفكار الريادية
قوي	90.33%	0.490	2.71	ضعف روح المنافسة لدى طلاب المشروع لإنتاج مشروعات إعلامية ريادية رقمية متميزة
قوي	90.33%	0.541	2.71	عدم وجود الدافعية لدى طلاب المشروع لإنتاج مشروعات متميزة
قوي	91.33%	0.425	2.74	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور التحديات المرتبطة بالطلاب

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

5	عدم وجود كوادر تدريسية مؤهلة لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية الإعلامية.	2.73	0.510	91%	قوي
6	ضعف ثقافة ريادة الأعمال الرقمية ونقص الوعي بأهميتها لدى الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي.	2.76	0.473	92%	قوي
7	اعتماد الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي على الأساليب التقليدية في الإشراف والتنفيذ لمشروعات التخرج.	2.81	0.420	93.67%	قوي
	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور التحديات المرتبطة بالهيئة التدريسية.	2.77	0.424	92.33%	قوي
8	لا توفر الكلية الدورات التدريبية اللازمة للهيئة التدريسية لتنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لديهم.	2.82	0.424	94%	قوي
9	عدم وجود رؤية لدى الكلية حول تنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لدى الطلاب والإكتفاء بتقديم الجانب النظري لريادة الأعمال.	2.83	0.402	94.33%	قوي
10	تفتقر إدارة الكلية إلى خطة تدريبية فعالة لتنمية مهارات الريادة الرقمية لدى طلاب المشروع.	2.88	0.354	96%	قوي
11	لا توفر إدارة الكلية الأجهزة والمعدات المتصلة بالإنترنت لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية.	2.87	0.366	95.67%	قوي
12	عدم وجود آليات خاصة بتقديم الدعم المادي للطلاب أصحاب الأفكار الريادية كنوع من التحفيز لإطلاق الأفكار الريادية.	2.38	0.662	79.33%	قوي
13	عدم وجود بروتوكولات تعاون بين الكلية والمؤسسات الريادية في مجال الإعلام لتبادل الخبرات الإعلامية الريادية الرقمية، وللتسويق لمشروعات التخرج.	2.85	0.402	95%	قوي
14	غياب اللوائح المنظمة لإنتاج وإدارة المشروعات الريادية الطلابية بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية.	2.85	0.382	95%	قوي
15	روتينية الإجراءات المنظمةة لمشروعات التخرج بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية.	2.89	0.308	96.33%	قوي
	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور التحديات المرتبطة بالكلية	2.79	0.284	93%	قوي
	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للمقياس ككل	2.78	0.309	92.67%	قوي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن إجمالي المتوسط الحسابي لمقياس التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي جاء "مرتفعاً" وقيمه 2.78، وانحراف معياري 0.309، ووزن نسبي 92.67%، وجاءت مجمل استجابات طلاب المشروع على محور التحديات المرتبطة بالكلية في الترتيب الأول وبمتوسط حسابي قدره 2.79، ثم جاءت استجاباتهم على محور التحديات المرتبطة بأعضاء هيئة التدريس في الترتيب الثاني وبمتوسط حسابي قدره 2.77، وأخيراً جاءت استجاباتهم على محور التحديات المرتبطة بالطلاب في الترتيب الثالث وبمتوسط حسابي قدره 2.71، ونستنتج من هذه النتيجة أن التحديات المرتبطة بالكلية تمثل المعوق الأساسي الذي يحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية، كما جاءت استجاباتهم على عبارات المحور بمتوسطات حسابية مرتفعة وتشمل روتينية الإجراءات المنظمةة لمشروعات التخرج بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية بمتوسط حسابي قدره 2.89، وافتقار إدارة الكلية إلى خطة تدريبية فعالة لتنمية

مهارات الريادة الرقمية لدى طلاب المشروع بمتوسط حسابي قدره 2.88، ولاتوفر إدارة الكلية الأجهزة والمعدات المتصلة بالإنترنت لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية بمتوسط حسابي قدره 2.87، وجاءت العبارتين (وعدم وجود بروتوكولات تعاون بين الكلية والمؤسسات الريادية في مجال الإعلام لتبادل الخبرات الإعلامية الريادية الرقمية، وغياب اللوائح المنظمة لإنتاج وإدارة المشروعات الريادية الطلابية بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية) بنفس قيمة المتوسط وقدره 2.85، وعدم وجود رؤية لدى الكلية حول تنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لدى الطلاب والإكتفاء بتقديم الجانب النظري لريادة الأعمال بمتوسط 2.83، ولاتوفر الكلية الدورات التدريبية اللازمة للهيئة التدريسية لتنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لديهم بمتوسط 2.82، وعدم وجود آليات خاصة بتقديم الدعم المادي للطلاب أصحاب الأفكار الريادية كنوع من التحفيز لإنطلاق الأفكار الريادية بمتوسط 2.38، اما استجاباتهم على عبارات محور التحديات المرتبطة بالهيئة التدريسية شملت (اعتماد الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي على الأساليب التقليدية في الإشراف والتنفيذ لمشروعات التخرج بمتوسط 2.81، وضعف ثقافة ريادة الأعمال الرقمية ونقص الوعي بأهميتها لدى الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي بمتوسط 2.76، وعدم وجود كوادر تدريسية مؤهلة لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية الإعلامية بمتوسط 2.73) وأخيراً جاءت استجاباتهم على محور التحديات المرتبطة بالطلاب شملت (ضعف مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع بمتوسط 2.78، عدم وجود دعم حقيقي من قبل إدارة الكلية والقسم للطلاب أصحاب الأفكار الريادية بمتوسط حسابي قدره 2.77، وجاءت العبارتين (ضعف روح المنافسة لدى طلاب المشروع لإنتاج مشروعات إعلامية ريادية رقمية متميزة، وعدم وجود الدافعية لدى طلاب المشروع لإنتاج مشروعات متميزة) بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره 2.71، ويتبين من هذه النتيجة رؤية طلاب المشروع للتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي، حيث اتفقت عينة الدراسة على أن مسؤولية الكلية/القسم تأتي في المرتبة الأولى، ثم مسؤولية أعضاء هيئة التدريس معاونيهم ودورهم في تطوير أنفسهم ووعيهم بمهارات ريادة الأعمال الإعلامية مما له كبير الأثر على طلابهم، وأخيراً جاءت مسؤولية الطلاب وأهمية أن يكون لديهم الدافعية والإنجاز لتحقيق ذاتهم من خلال إنتاج مشاريع تخرج ريادية تنافسية.

وتعكس هذه النتيجة مدى التوافق بين استجابات طلاب المشروع لبنود ومحاور مقاييس الدراسة، حيث جاءت استجاباتهم على بنود مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية بمتوسطات ضعيفة ومتوسطة، وجاءت رؤيتهم نحو دور مشروع التخرج ومدى تأهيلهم لسوق العمل الإعلامي الريادي بمتوسطات ضعيفة ولاسيما العبارات التي لها صلة باستخدام التقنيات الرقمية وتكنولوجيا الموبايل والتطبيقات الحديثة، ومدى توظيف المهارات الإدارية والتنظيمية والتفاعلية والتسويقية في إنتاج مشروع التخرج، ثم جاءت استجاباتهم على مقياس التحديات بمتوسطات حسابية مرتفعة وتعتبر هذه النتيجة منطقية لأن ضعف مستوى

المهارات الإعلامية الريادية لدى طلاب المشروع سوف يؤدي إلى إنتاج مشاريع تخرج نمطية غير إبداعية ولا ترتبط بسوق العمل الإعلامي الريادي، وهنا إشارة واضحة لوجود مجموعة من التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي وتمثل في: ضعف الثقافة الريادية والعمل الريادي بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة، وضعف الرؤية الواضحة لكيفية تنمية ونشر الفكر الريادي لدى القادة والمسؤولين بالجامعات محل الدراسة، وعدم وجود الإمكانيات المادية والبشرية التي تساهم في تنمية الفكر الريادي الطلابي ودعم المشروعات الطلابية الناشئة بأقسام الإعلام التربوي، وضعف البنية الرقمية في الكليات محل الدراسة، وعدم وجود التجهيزات اللازمة وقاعات التدريب الملائمة لأعضاء هيئة التدريس والطلاب، وعدم توفير الفنيين المتخصصين لتشغيل وصيانة الأجهزة والمعدات، فضلاً عن ضعف مستوى المهارات الريادية الإعلامية لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، وتتفق مع هذه النتائج دراسة (Erum Hafeez2020)⁸¹ حيث أشارت إلى ضعف المهارات الرقمية والتكنولوجية لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بكليات الإعلام بمدينة كراتشي الباكستانية، وعدم مواكبتهم لتطورات الصناعة الإعلامية، وقبول أعداد كبيرة من الطلاب بأقسام الإعلام مع محدودية الأماكن وقاعات التدريس وعدم تجهيزها لتدريب طلاب الإعلام على المهارات الإعلامية والريادية وكل هذا يشكل تحدياً أمام طلاب الإعلام مما أدى إلى تزايد البطالة بين خريجي الإعلام بدولة باكستان.

ثانياً: نتائج الدراسة المرتبطة بأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة:

جدول رقم (9)

1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لمدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة (ن=70).

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المستوى
1 يحفز الطلاب لإعداد مشاريع رقمية إبداعية يحتاج إليها سوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي.	1.47	0.55	49%	ضعيف
2 يتم تنفيذ مشروع التخرج في إطار بيئة تدريبية تشبه بيئة العمل الإعلامي الرقمية ومتطلباتها.	1.15	0.36	38.33%	ضعيف
3 ينمي مشروع التخرج المهارات والفدرات الشخصية التي يمتلكها الطلاب من أجل الالتحاق بسوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي.	1.85	0.64	61.67%	متوسط
4 يحفز الطلاب نحو تحقيق الريادة والمنافسة بين أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية من خلال إنتاج مشاريع تخرج ريادية ومبتكرة.	1.47	0.58	49%	ضعيف
5 يدعم الإتجاه الإيجابي نحو المستقبل المهني الرقمي لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي.	1.60	0.62	53.33%	ضعيف
6 يتيح الفرص أمام طلاب المشروع لتطبيق المعارف والمهارات الإعلامية في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون من خلال استخدام البرامج المتخصصة في الإنتاج الإعلامي.	1.51	0.60	50.33%	ضعيف
7 يوفر التدريب الإعلامي الرقمي في المؤسسات الإعلامية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية من خلال الالتحاق بالمنصات الرقمية لهذه المؤسسات.	1.11	0.32	37%	ضعيف

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

8	يساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم الرقمية وتوظيفها في إنتاج مشاريع تخرج رائدة في مجال الإعلام الرقمي.	1.48	0.53	49.33%	ضعيف
9	يتيح التعاون المشترك بين الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ورواد الأعمال في الإعلام الرقمي (الصحفي، والإذاعي، والتلفزيوني).	1.10	0.30	36.67%	ضعيف
10	يساعد على معرفة المؤسسات والهيئات الإعلامية والتربوية بأعمال ومشاريع طلاب أقسام الإعلام التربوي والترويج الرقمي لتلك المشاريع.	1.05	0.23	35%	ضعيف
11	ينمي مهارات الاتصال والتواصل لدى الطلاب لتحقيق الاتصال الناجح مع فريق العمل والمؤسسات الإعلامية ورواد الأعمال الرقمية.	1.81	0.51	60.33%	متوسط
12	ينمي الثقة بالنفس والمبادرة وحل المشكلات ومواجهة التحديات والتنظيم وإدارة الوقت لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي.	2.10	0.59	70%	متوسط
13	يدمج بين متطلبات التخصص الأكاديمي ومتطلبات التأهيل المهني وسوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي.	1.44	0.52	48%	ضعيف
14	يتيح سبل تعزيز الشراكة والتعاون مع المؤسسات الإعلامية الرائدة في مجال الإعلام الرقمي لتقديم التدريب والدعم التقني لطلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي.	1.10	0.30	36.67%	ضعيف
15	ينمي مهارات توظيف تكنولوجيا تطبيقات الأجهزة المحمولة واستخدام منصات تكنولوجية فعالة.	1.57	0.62	52.33%	ضعيف
	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للمقياس ككل.	1.45	0.24	48.33%	ضعيف

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن مستوى استجابات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم على مقياس مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الريادي جاء "ضعيفاً" وبمتوسط حسابي قدره 1.45 وبنسبة مئوية 48.33%، مما يعني ضعف الدور الذي يقوم به مشروع التخرج من حيث إعداد وتأهيل طلاب الإعلام التربوي لريادة سوق العمل الإعلامي الرقمي، كما جاءت استجابات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة على بنود المقياس بمتوسطات ضعيفة وتمثلت في: يساعد على معرفة المؤسسات والهيئات الإعلامية والتربوية بأعمال ومشاريع طلاب أقسام الإعلام التربوي والترويج الرقمي لتلك المشاريع بمتوسط 1.05، ويتيح سبل تعزيز الشراكة والتعاون مع المؤسسات الإعلامية الرائدة في مجال الإعلام الرقمي لتقديم التدريب والدعم التقني لطلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي بمتوسط 1.10، ويوفر التدريب الإعلامي الرقمي في المؤسسات الإعلامية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية من خلال الإلتحاق بالمنصات الرقمية لهذه المؤسسات بمتوسط 1.11، ويتم تنفيذ مشروع التخرج في إطار بيئة تدريبية تشبه بيئة العمل الإعلامي الرقمية ومتطلباتها بمتوسط 1.15، ويدمج بين متطلبات التخصص الأكاديمي ومتطلبات التأهيل المهني وسوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي بمتوسط 1.44، ويساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم الرقمية وتوظيفها في إنتاج مشاريع تخرج رائدة في مجال الإعلام الرقمي بمتوسط 1.48) وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة الحالية المرتبطة باستجابات طلاب المشروع بعينة الدراسة على هذا المقياس، حيث جاءت معظم استجابات طلاب المشروع بمتوسطات ضعيفة، ويتبين من هذه النتيجة إتفاق طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة على ضعف الدور الذي يقوم به مشروع التخرج من حيث تأهيل الطلاب لسوق العمل الإعلامي الريادي الرقمي الذي يتطلب التحول التكنولوجي، كما لاحظت الباحثة من خلال إشرافها على مجموعات المشروع ضعف مستوى المهارات الإعلامية الريادية الرقمية

لدى كل من طلاب المشروع والهيئة التدريسية، وضعف الإمكانيات المادية والتقنية بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة، وعدم وجود برامج تدريبية وورش عمل لإكساب طلاب المشروع المهارات الإعلامية والريادية والرقمية التي تؤهلهم لريادة العمل الإعلامي الريادي، وضعف رؤية الهيئة التدريسية لمشروع التخرج وكيفية تطويره ودوره في توجيه طلاب المشروع لمستقبلهم المهني بعد التخرج، وتتفق مع هذه النتائج الدراسات السابقة مثل دراسة (Jiang Rafeeq 2019)⁸² ودراسة (أريج فخر الدين 2021)⁸³، ودراسة (Luttrell and others 2020)⁸⁴ حيث أجمعت هذه الدراسات على أن العمل الحالي والمستقبلي يحتاج إلى خريجين لديهم العديد من المهارات التي تؤهلهم لريادة سوق العمل الرقمي، وفي ضوء الحتمية التكنولوجية فإن المناهج الدراسية التي يتم تدريسها بأقسام الإعلام التربوي تفتقر إلى الرؤية الشاملة لدور الطالب في تصميم الرسالة الإعلامية عبر المنصات الإلكترونية والترويج لها والإلمام بالإنتاج الإلكتروني، والتسويق الرقمي.

جدول رقم (10)

2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية للتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع ريادية بأقسام الإعلام التربوي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة (ن=70)

المستوى	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	
قوي	93.7%	0.39	2.81	ضعف مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع.	1
قوي	92.7%	0.41	2.78	عدم وجود دعم حقيقي من قبل إدارة الكلية والقسم للطلاب أصحاب الأفكار الريادية.	2
قوي	91.33%	0.44	2.74	ضعف روح المنافسة لدى طلاب المشروع لإنتاج مشاريع إعلامية ريادية رقمية متميزة.	3
قوي	88%	0.48	2.64	عدم وجود الدافعية لدى طلاب المشروع لإنتاج مشاريع متميزة.	4
قوي	91.33%	0.36	2.74	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور التحديات المرتبطة بالطلاب.	
قوي	92.33%	0.45	2.77	عدم وجود كوادر تدريسية مؤهلة لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية الإعلامية.	5
قوي	90.33%	0.45	2.71	ضعف ثقافة ريادة الأعمال الرقمية ونقص الوعي بأهميتها لدى الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي.	6

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

قوي	%88.33	0.47	2.65	اعتماد الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي على الأساليب التقليدية في الإشراف والتنفيذ لمشاريع التخرج.	7
قوي	%90.33	0.42	2.71	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور التحديات المرتبطة بالهيئة التدريسية.	
قوي	%100	0.00	3	لا توفر الكلية الدورات التدريبية اللازمة للهيئة التدريسية لتنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لديهم.	8
قوي	%100	0.00	3	عدم وجود رؤية لدى الكلية حول تنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لدى الطلاب والإكتفاء بتقديم الجانب النظري لريادة الأعمال.	9
قوي	%98.33	0.20	2.95	تفتقر إدارة الكلية إلى خطة تدريبية فعالة لتنمية مهارات الريادة الرقمية لدى طلاب المشروع.	10
قوي	%90.33	0.51	2.71	لا توفر إدارة الكلية الأجهزة والمعدات المتصلة بالإنترنت لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية.	11
قوي	%98.33	0.26	2.95	عدم وجود آليات خاصة بتقديم الدعم المادي للطلاب لأصحاب الأفكار الريادية كنوع من التحفيز لإنطلاق أفكارهم الريادية.	12
قوي	%98.33	0.26	2.95	عدم وجود بروتوكولات تعاون بين الكلية والمؤسسات الريادية في مجال الإعلام لتبادل الخبرات الإعلامية الريادية الرقمية، وللتسويق لمشاريع التخرج.	13
قوي	%97	0.30	2.90	غياب اللوائح المنظمة لإنتاج وإدارة المشروعات الريادية الطلابية بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية.	14
قوي	%96	0.36	2.88	روتينية الإجراءات المنظمةة لمشاريع التخرج بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية.	15
قوي	%97.33	0.17	2.92	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لمحور التحديات المرتبطة بالكلية.	
قوي	%94.33	0.18	2.83	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للمقياس ككل.	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن إجمالي المتوسط الحسابي لاستجابات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم على مقياس التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي جاء بمتوسط حسابي مرتفع وقيمه 2.83، أما استجاباتهم على عبارات محور التحديات المرتبطة بالكلية/القسم جاءت بمتوسط حسابي قدره 2.92، ثم جاءت استجاباتهم على عبارات محور التحديات المرتبطة بالطلاب بمتوسط حسابي قدره 2.74، وأخيراً جاءت استجاباتهم على عبارات محور التحديات المرتبطة بأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بمتوسط حسابي قدره 2.71، وجاءت استجابات عينة الدراسة على العبارتين (لا توفر الكلية الدورات التدريبية اللازمة للهيئة التدريسية لتنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لديهم، وعدم وجود رؤية لدى الكلية حول تنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لدى الطلاب والإكتفاء بتقديم الجانب النظري لريادة الأعمال) بنفس قيمة المتوسط الحسابي وقدره (3)، ثم جاءت "تفتقر إدارة الكلية إلى خطة تدريبية فعالة لتنمية مهارات الريادة الرقمية لدى طلاب المشروع، وعدم وجود آليات خاصة بتقديم الدعم المادي للطلاب أصحاب الأفكار الريادية كنوع من التحفيز لإنطلاق أفكارهم الريادية، وعدم وجود بروتوكولات تعاون بين الكلية والمؤسسات الريادية في مجال الإعلام لتبادل الخبرات الإعلامية الريادية الرقمية) بمتوسط حسابي قيمته 2.95، أما عبارة "غياب اللوائح المنظمة لإنتاج وإدارة المشروعات الريادية الطلابية بأقسام الإعلام التربوي وكليات التربية النوعية جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.90، ثم عبارة "ضعف مستوى المهارات الريادية لدى طلاب المشروع جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.81، وعدم وجود كوادر تدريسية مؤهلة لتدريب طلاب المشروع على مهارات ريادة الأعمال الرقمية الإعلامية جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.77، وضعف روح المنافسة لدى طلاب المشروع لإنتاج مشاريع إعلامية ريادية رقمية متميزة جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.74، وضعف ثقافة ريادة الأعمال الرقمية ونقص الوعي بأهميتها لدى الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.71، واعتماد الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي على الأساليب التقليدية في الإشراف والتنفيذ لمشاريع التخرج جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.65، وعدم وجود الدافعية لدى طلاب المشروع لإنتاج مشاريع متميزة جاءت بمتوسط حسابي قيمته 2.64، ويتبين من هذه النتيجة إتفاق أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم وطلاب المشروع بعينة الدراسة على التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي، وتتفق مع هذه النتائج دراسة (علي سيد 2023)⁸⁵ ودراسة (ساره محمد يونس 2022)⁸⁶ حيث اتفقت الدراستين على أن الهيئة التدريسية بأقسام الإعلام التربوي ليس لديهم المهارات والإمكانات العملية التي تفي بمتطلبات التدريب اللازمة للإنتاج الإعلامي "مشروع التخرج" وهذا ما يعانيه طلاب الإعلام التربوي بسبب ضعف الإمكانيات البشرية والتكنولوجية مما جعل التدريب الإعلامي في أقسام الإعلام التربوي يوصف بالضعف الشديد.

ثالثاً: نتائج الفروض البحثية:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب المشروع واستجاباتهم على مقاييس الدراسة من حيث متغيرات (النوع، ومجال المشروع، والجامعة).

أولاً: من حيث النوع:

جدول رقم (15)

باستخدام اختبار (Independent samples T-Test)

المتغيرات	عينة الدراسة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	ذكور	37	2.82	0.31	1.19	0.200	غير دالة
	إناث	143	2.75	0.35			
مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع.	ذكور	37	1.78	0.32	2.57	0.012	غير دالة
	إناث	143	1.94	0.42			
مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.	ذكور	37	1.46	0.33	4.02	0.000	دالة
	إناث	143	1.76	0.59			
التحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات ريادية.	ذكور	37	2.87	0.22	2.58	0.012	غير دالة
	إناث	143	2.75	0.32			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق غير دالة إحصائياً بين استجابات عينة الدراسة على مقاييس الدراسة ترجع إلى متغير النوع وتشمل (مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، و مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع، والتحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات ريادية)، بينما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة على مقياس مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي تعزى إلى متغير النوع حيث جاء مستوى الدلالة أقل من 0.01 ولصالح الإناث بمتوسط حسابي 1.76 مقابل 1.46 للذكور، وقد يرجع ذلك إلى محدودية معرفة وادراك الإناث بعينة الدراسة لمتطلبات سوق العمل الإعلامي وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (Christopher and Rabea2020)⁸⁷ حيث أشارت إلى محدودية معرفة الإناث لسوق العمل الإعلامي الريادي مقارنة بالذكور.

ثانياً: من حيث مجال المشروع:

جدول رقم (16)

باستخدام اختبار (Independent samples T-Test)

المتغيرات	مجال المشروع	العدد	المتوسط	الإحتراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدالة
مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	الصحافة	70	2.77	0.35	0.189	0.850	غير دالة
	الإذاعة والتلفزيون	110	2.76	0.35			
مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع.	الصحافة	70	1.92	0.42	0.370	0.712	غير دالة
	الإذاعة والتلفزيون	110	1.90	0.39			
مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.	الصحافة	70	1.64	0.56	1.166	0.245	غير دالة
	الإذاعة والتلفزيون	110	1.74	0.56			
التحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات ريادية.	الصحافة	70	2.75	0.33	0.967	0.335	غير دالة
	الإذاعة والتلفزيون	110	2.79	0.29			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق غير دالة إحصائياً بين استجابات طلاب المشروع بعينة الدراسة على متغيرات الدراسة ترجع إلى متغير مجال المشروع، وتعني هذه النتيجة أن طلاب المشروع لديهم رؤية مشتركة تجاه بنود مقاييس الدراسة وتشمل ادراكهم لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، ومستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لديهم، ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، ومستوى التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع إعلامية ريادية بأقسام الإعلام التربوي عينة الدراسة.

ثالثاً: متغير الجامعة:

اختبار "ف" تحليل التباين أحادي الاتجاه "ف" (One Way ANOVA (ANALYSIS OF VARIANCE)) أكثر من عينتين مستقلتين، ثم حساب معنوية الاختبار على أساس مستوى معنوية أقل من (0.05) ليبدل على وجود فروق دالة إحصائياً، وإذا كان مستوى المعنوية أكبر من (0.05) دل ذلك على عدم وجود فروق دالة إحصائياً.

جدول رقم (17)

قياس الفروق بين متغير الجامعة ومتغيرات الدراسة باستخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه

المتغيرات	عينة الدراسة	العدد	المتوسط	الإحتراف المعياري	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدالة
مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	جامعة القاهرة	60	2.80	0.23	5.804	0.004	دالة
	جامعة المنصورة	60	2.84	0.31			
	جامعة المنيا	60	2.64	0.44			

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

المتغيرات	عينة الدراسة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع.	جامعة القاهرة	60	2.35	0.37	132.769	0.000	دالة
	جامعة المنصورة	60	1.64	0.18			
	جامعة المنيا	60	1.73	0.15			
مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.	جامعة القاهرة	60	2.25	0.64	87.689	0.000	دالة
	جامعة المنصورة	60	1.38	0.17			
	جامعة المنيا	60	1.45	0.16			
التحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات ريادية.	جامعة القاهرة	60	2.58	0.40	22.93	0.000	دالة
	جامعة المنصورة	60	2.88	0.17			
	جامعة المنيا	60	2.87	0.17			

** دالة عند مستوي معنوية أقل من (0.01).

* دالة عند مستوي معنوية أقل من (0.05).

يتضح من نتائج الجدول السابق أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجامعة ومتغيرات الدراسة حيث جاء مستوى المعنوية أقل من 0.01 مما يشير إلى وجود فروق بين متوسطات استجابات طلاب المشروع بالجامعات الثلاث القاهرة والمنيا والمنصورة ومتغيرات الدراسة، ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات تم الاستعانة باختبار LSD والتي تظهر نتائجها في الجدول التالي:

الفروق بين المجموعات باستخدام اختبار (LSD) POST HOC:

جدول رقم (18)

قياس الفروق بين المجموعات باستخدام اختبار (LSD) POST HOC

المتغيرات	المجموعات (i)	المجموعات (j)	متوسط الفروق (i-j)	مستوى المعنوية	الدلالة
مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية.	جامعة المنصورة	جامعة المنيا	*0.161	0.010	دالة
		جامعة القاهرة	0.038	0.535	غير دالة
مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع.	جامعة القاهرة	جامعة المنيا	*0.200	0.002	دالة
	جامعة القاهرة	جامعة المنيا	*0.61	0.000	دالة
		جامعة المنصورة	*0.70	0.000	دالة
	جامعة المنيا	جامعة المنصورة	0.09	0.05	غير دالة
مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.	جامعة القاهرة	جامعة المنيا	*0.80	0.000	دالة
		جامعة المنصورة	*0.87	0.000	دالة
	جامعة المنيا	جامعة المنصورة	0.07	0.307	غير دالة
التحديات التي تحول دون إنتاج مشروعات ريادية.	جامعة القاهرة	جامعة المنيا	*0.28	0.000	دالة
		جامعة المنصورة	*0.30	0.000	دالة
	جامعة المنيا	جامعة المنصورة	0.01	0.805	غير دالة

- وتحليل التباين والاختبارات البعدية تبين وجود فروق دالة إحصائية بين مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنصورة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا من حيث مدى ادراك طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية حيث بلغ مستوى

المعنوية 0.010، وهذا الفرق لصالح جامعة المنصورة حيث كان متوسطها 2.84 بينما كان متوسط المجموعة الثانية بقيمة 2.64، وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة ومجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا عند مستوى معنوية 0.002، وهذا الفرق لصالح مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة حيث جاءت بمتوسط 2.80 مقابل 2.64 لمجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا.

• وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا عند مستوى معنوية 0.000، وهذا الفرق لصالح جامعة القاهرة حيث جاءت بمتوسط 2.35 مقابل 1.73 لجامعة المنيا وذلك من حيث مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية، وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا مقابل مجموعة جامعة المنصورة عند مستوى معنوية 0.000، وهذا الفرق لصالح جامعة المنيا حيث جاءت بمتوسط 1.73 مقابل 1.64 لجامعة المنصورة.

• وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنصورة عند مستوى معنوية 0.000، وهذا الفرق لصالح جامعة القاهرة حيث جاءت بمتوسط 2.25 مقابل 1.38 لجامعة المنصورة وذلك من حيث تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا عند مستوى معنوية 0.000 وهذا الفرق لصالح جامعة القاهرة حيث جاءت بمتوسط 2.25 مقابل 1.45 لجامعة المنيا.

• وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنصورة مع مجموعة جامعة القاهرة عند مستوى معنوية 0.000، وهذا الفرق لصالح جامعة المنصورة حيث جاءت بمتوسط 2.88 مقابل 2.58 لجامعة القاهرة وذلك من حيث التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية، وجاءت مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا مع مجموعة جامعة القاهرة عند مستوى معنوية 0.000 وهذا الفرق لصالح جامعة المنيا حيث جاءت بمتوسط 2.87 مقابل 2.58 لجامعة القاهرة.

• ومن ثم يمكن قبول الفرض جزئياً حيث تم إثبات وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب المشروع واستجاباتهم على مقاييس الدراسة ويرجع ذلك إلى متغير الجامعة.

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات "أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم" عينة الدراسة (النوع، الجامعة، مجال التخصص، الدرجة الوظيفية) ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، والتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية.

اولاً: قياس الفروق بين متوسطات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، والتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية من حيث متغير "النوع" باستخدام اختبار (Independent samples T-Test)

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

جدول رقم (19)

الدالة	مستوى الدالة	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع	متغيرات الدراسة
غير دالة	0.687	0.405	0.31	1.47	18	ذكور	مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.
			0.22	1.45	52	إناث	
غير دالة	0.568	0.573	0.18	2.81	18	ذكور	التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية.
			0.19	2.84	52	إناث	

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ومتغيرات الدراسة (مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي، والتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية) ترجع إلى متغير النوع. ثانياً: قياس الفروق بين متوسطات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي من حيث (مجال التخصص، والجامعة، والدرجة الوظيفية) باستخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (Anova)

جدول رقم (20)

الدالة	مستوى الدالة	ف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مجال التخصص	متغيرات الدراسة
غير دالة	0.464	0.776	0.22	1.51	18	المسرح	مدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي.
			0.21	1.41	22	الصحافة	
			0.28	1.45	30	الإذاعة	
غير دالة	0.288	1.268	0.26	1.49	18	جامعة القاهرة	
			0.28	1.49	25	جامعة المنيا	
			0.19	1.39	27	جامعة المنصورة	
غير دالة	0.326	1.184	0.13	1.33	7	الدرجة الوظيفية	
			0.22	1.36	10	استاذ	
			0.24	1.50	14	معيد	
			0.27	1.45	16	مدرس	
			0.26	1.50	23	استاذ مساعد مدرس مساعد	

رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي
في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسطات الباحثين ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي من حيث مجال التخصص، والجامعة، والدرجة الوظيفية، وهذا يشير إلى إتفاق أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم عينة الدراسة على ضعف مستوى مشاريع التخرج وإنها لا تواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي وبالتالي فإن خريجي أقسام الإعلام التربوي بالشعب الثلاث المسرح والصحافة والإذاعة غير مؤهلين لريادة العمل الإعلامي نظراً لعدم تدريبهم بكفاءة على المهارات الريادية والإعلامية التي تثبت وجودهم في سوق العمل الإعلامي الريادي وذلك من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة.

ثالثاً: قياس الفروق بين متوسطات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم والتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع إعلامية ريادية بأقسام الإعلام التربوي من حيث (مجال التخصص، والجامعة، والدرجة الوظيفية) باستخدام اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (Anova)

جدول رقم (21)

متغيرات الدراسة	مجال التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ف	مستوى الدلالة	الدلالة
التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع إعلامية ريادية.	المسرح	18	2.74	0.20	2.92	0.156	غير دالة
	الصحافة	22	2.88	0.15			
	الإذاعة	30	2.84	0.19			
	الجامعة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	1.782	0.176	غير دالة
	جامعة القاهرة	18	2.79	0.21			
	جامعة المنيا	25	2.80	0.20			
	جامعة المنصورة	27	2.88	0.15	1.836	0.133	غير دالة
	الدرجة الوظيفية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
	استاذ	7	2.93	0.09			
	معيد	10	2.78	0.21			
	مدرس	14	2.85	0.18			
	استاذ مساعد	16	2.74	0.25			
	مدرس مساعد	23	2.86	0.12			

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بعينة الدراسة على مقياس التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع إعلامية ريادية من حيث متغير التخصص، ومتغير الجامعة، ومتغير الدرجة الوظيفية، ومن ثم يتم رفض الفرض القائل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أعضاء هيئة التدريس

ومعاونيهم ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل، والتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية وذلك من حيث متغيرات النوع والجامعة ومجال التخصص، والدرجة الوظيفية"، وتشير هذه النتيجة إلى اتفاق أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بعينة الدراسة على التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية بأقسام الإعلام التربوي.

رابعاً: مقترحات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بعينة الدراسة لتطوير مشروع التخرج وفق مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ونظرية الحتمية التكنولوجية:

اتفق طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بأقسام الإعلام التربوي محل الدراسة على مجموعة من المقترحات اللازمة لتطوير مشروع التخرج وفق مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية وتمثلت في النقاط التالية:

1. تطوير رؤية القسم ورسالته بما يناسب ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية ومتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي ولتحقيق الريادة للقسم، وذلك من خلال إنعقاد اجتماعات أساتذة الإعلام التربوي ورواد صناعة الإعلام للوقوف على أساسيات ريادة الأعمال الإعلامية، ومتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، وتحديد أساليب التدريس والتدريب على مهارات ريادة الأعمال الإعلامية في إطار مادة مشروع التخرج، وتحديد المحفزات لتشجيع طلاب الإعلام التربوي على ممارسة ريادة الأعمال سواء في الكلية أو بعد التخرج، ولوضع ميزانية لتمويل الأفكار الإبداعية والمبتكرة لطلاب المشروع.

2. أن يحرص المشرف على مشروع التخرج على توضيح الرسالة المستهدفة من مشروع التخرج لطلابه منذ البدء في إعداد المشروع خاصة أن مجال الإعلام يقوم على الرسالة الإعلامية وما يريد القائم بالاتصال "طلاب المشروع" توصيله من خلالها، وتوضيح الجمهور المستهدف ودراسة احتياجاته وتفضيلاته ومشكلاته بحيث يتم إنتاج مشروع تخرج فعال وله قيمة حقيقية لدى الجمهور المستهدف، وأن يعمل على استغلال الفترة الزمنية المخصصة لإعداد وتنفيذ مشروع التخرج بحيث يقوم بإعداد جدول زمني لإنجاز المهام المطلوبه اسبوعياً، وأن يقوم بعملية المتابعة المنتظمة لمجموعة المشروع.

3. أن يتم اختيار أفكار مشاريع التخرج على أسس واضحة تتماشى مع رؤية القسم والجامعة وتهدف إلى تنمية المجتمع، وأن تتصل بالواقع وما يشغله من قضايا مهمة، وهنا يأتي دور المشرف على مشروع التخرج والذي يتمثل في تزويد الطلاب بالخبرات الفنية والتقنية والإعلامية داخل الموقف التعليمي من خلال عرضه لنماذج إبداعية تساعد الطالب على فهم وجهة نظر المشرف وتساهم في بناء خبرات مكتسبة وتنظيم فكره وتنمية رؤيته الإبداعية.

4. إعداد دليل لمشروع التخرج يوضح الأهداف والآليات التي تساعد الطالب على إعداد وتنفيذ المشروع وفق رؤية واضحة وخطة زمنية مدروسة، مع توضيح آليات التقييم وفق متطلبات سوق العمل الإعلامي.

5. أن يكون المشرف ملماً بالمدخل السليم لتعريف الطلاب بماهية مشروع التخرج وكيفية ربطه بالمقررات الدراسية التي سبق دراستها خلال السنوات السابقة، كما ينبغي أن يكون ملماً بالمعوقات والصعوبات التي تحتاج إلى حلول عاجلة، مع ضرورة فهمه للمستويات المتباينة في الفهم والإدراك بين الطلاب، لأن التوجيه الواعي يغرس روح الطموح والإبداع والمبادرة بين الطلاب مما يساهم في تخريج جيلاً قوياً متميزاً يعمل على تنمية الوعي بقضايا المجتمع.
6. أن يعمل المشرف على تعليم طلابه كيفية تنمية مهاراتهم الإعلامية والتكنولوجية والريادية، وكيفية توصيل الأفكار وتحديد الأهداف والبحث عن الأساليب الملائمة لقدرات الطلاب الذهنية للتكيف مع مجريات الأمور في شتى الجوانب، فضلاً عن مساعدتهم على وضع الحلول المناسبة للكثير من العقبات التي تعترضهم أثناء تنفيذ المشروع سواء بسبب الروتين، أو بسبب عدم تفهم كثير من المؤسسات والهيئات والمسؤولين طبيعة مشروع التخرج.
7. ضرورة دعم المبدعين والمتميزين من طلبة القسم من خلال تهيئة الظروف والبيئة الملائمة ومنحهم الإمكانيات والوسائل التي تمكنهم من إبراز إبداعاتهم الفكرية والإعلامية، وتوجيههم نحو تطوير أنماطهم الفكرية والدراسية التي تنحصر في الغالب على التحصيل الأكاديمي إلى آفاق جديدة من خلال السعي إلى الابتكار والتفكير الخلاق.
8. توفير البيئة التدريبية الملائمة والداعمة لتنمية مهارات ريادة الأعمال الرقمية لدى الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وذلك من خلال توفير الأجهزة والمعدات المتصلة بالإنترنت، وتوفير المعامل ووحدات التسجيل والمطابع، لتمكين الطلاب من تنمية مهاراتهم الإعلامية والمهنية وإنتاج القوالب الإعلامية المتنوعة.
9. استضافة المتخصصين في الإنتاج الإعلامي الرقمي ورواد صناعة الإعلام للمشاركة في تطوير مقرر المشروع وكيفية تدريب طلاب المشروع على المهارات الريادية، وأيضاً الاستعانة بالمتخصصين في الإنتاج الإعلامي الرقمي للمشاركة في ورش العمل الخاصة بتدريب الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بأقسام الإعلام التربوي على المهارات الإعلامية الريادية الرقمية ولتحقيق التكامل بين القسم والمؤسسات الإعلامية والإعلانية ومواكبة متطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي.
10. أن تتوفر بأقسام الإعلام التربوي قاعدة بيانات تحتوي على جميع مشاريع التخرج التي تم إنتاجها لكي يتم عرض نقاط القوة والضعف بها على طلاب المشروع الجدد لمحاولة الاستفادة منها ولكي لا يتم تكرار الأفكار وأساليب المعالجة الإعلامية، وحث طلاب المشروع الجدد على ابتكار أفكار جديدة وتقديم إنتاج إعلامي متنوع.
11. أن توفر الجامعة والكلية/القسم الدعم المادي الكافي لرعاية المشاريع الطلابية الناشئة والأفكار الرائدة في مجالات الإعلام الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وأن يتم التوسع

- في حاضنات الأعمال ومسرعات الأعمال الريادية في الجامعات لكي ترعى أكبر عدد من المشاريع الطلابية الريادية الناشئة.
12. توفير الدعم الفني والتكنولوجي لطلاب المشروع لتسهيل استخداماتهم للتطبيقات الرقمية الخاصة بالمونتاج والتصوير والمؤثرات الصوتية والمرئية، ودعم موقع الكلية وتطويره وربطه بمواقع التواصل الاجتماعي والترويج لمشاريع التخرج من خلال موقع الكلية والمنصات الرقمية للمؤسسات الإعلامية.
13. أن يتم متابعة السوق الإعلامي واحتياجات الجمهور الرقمي من قبل الأساتذة المتخصصين في الإذاعة والصحافة والتلفزيون لرصد مستجدات المجالات الثلاثة والتفضيلات الجماهيرية، والمعلنين ورعاية الإعلام الرقمي لمواكبة السوق الإعلامي الرقمي وإحداث الاتصال الفعال مع الجمهور والمعلنين من خلال أفكار ريادية مبتكرة وللوصول إلى مصادر خارجية لتمويل مشروعات التخرج.
14. أن تتعاون أقسام الكلية (الإعلام التربوي، والتربية الفنية، والموسيقية) في إنتاج مشاريع التخرج من منطلق تحقيق الريادة للكلية وإثبات وجودها في سوق العمل الإعلامي من خلال التنافسية التي يحققها خريجها.
15. أن تكون هناك قنوات اتصال وملتقيات بين الطلاب بأقسام الإعلام التربوي وأساتذتهم والخريجين لتبادل الخبرات وبناءً عليه يتم تطوير اللوائح المنظمة للمقررات الدراسية وأساليب التعلم والتدريب ولاسيما بالمقررات التطبيقية ومشروع التخرج وذلك بصفة دورية ومنظمة، ودراسة كيفية إدخال مقررات جديدة تنمي الفكر الريادي الإبداعي لدى طلاب المشروع مثل مقرر إدارة المؤسسات الإعلامية، والإنتاج الإعلامي، ومتغيرات السوق الرقمي.
16. أن يتم تنظيم مسابقة لأفضل مشروع تخرج على مستوى أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية، ويكون التقييم على أساس الفكرة وآليات تنفيذها وإخراجها ومدى ترويجها وحجم تعرض الجمهور لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولدعم المنافسة بين الطلاب، ولتحفيزهم للقيام بأداء أفضل في إنتاج مشاريع تخرج متميزة.
17. أن يتم تنظيم زيارات ميدانية لطلاب المشروع للمؤسسات الإعلامية الصحفية والإذاعية للاتصال المباشر بالخبرات المهنية، وأن يتم تنفيذ جزء كبير من مشروع التخرج في إحدى المؤسسات والهيئات الإعلامية لكي يتصل الطلاب بالبيئة الحقيقية للعمل ومؤثراتها لتكوين الخبرة العملية لدى طلاب المشروع، وأيضا لتحفيزهم على تنمية مهاراتهم وقدراتهم المتصلة بمجال التخصص لإثبات مدى الكفاءة لشغل الوظيفة أو المبادرة بتقديم مشروع تخرج ريادي، كما أن إتاحة فرصة تنفيذ جزء من المشروع بإحدى المؤسسات أو الهيئات الإعلامية يساهم في تكوين اتجاه إيجابي لدى طلاب

المشروع نحو مستقبلهم المهني، كما يساهم في تكوين صورة إيجابية عن أنفسهم ومدى تمكنهم من إثبات وجودهم في السوق الإعلامي بعد التخرج.

خامساً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الحتمية التكنولوجية والدراسات السابقة.

1. مستوى معرفة طلاب المشروع لأهداف ريادة الأعمال الإعلامية الريادية.

كشفت نتائج الدراسة أن طلاب المشروع بعينة الدراسة لديهم معرفة قوية بأهداف ريادة الأعمال الإعلامية على الرغم من دراستهم النظرية لمنهج ريادة الأعمال، وقد يرجع ذلك إلى إطلاع طلاب المشروع على بعض المشاريع الإعلامية الريادية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمنصات الإلكترونية التي تروج لريادة الأعمال الإعلامية مثل منصة رائد أعمال وغيرها من المنصات التي تروج للمشروعات والأفكار الإبداعية، وتختلف الدراسات السابقة مع هذه النتيجة، حيث أشارت دراسة (حنان 2023)⁸⁸ إلى انخفاض وعي طلاب الجامعات لريادة الأعمال الرقمية، وأكدت دراسة (بن زرارة أمينة 2023)⁸⁹ على ضعف مستوى توظيف الوسائل التكنولوجية في ريادة الأعمال الإعلامية لدى كل من الصحفيين والإعلاميين، وهذا يعني أن هناك ضرورة للاهتمام بتنمية وعي طلاب الإعلام بريادة الأعمال الإعلامية، وتدريب طلاب الإعلام التربوي على مهارات ريادة الأعمال الإعلامية لتأهيلهم المهني في مجالات الصحافة والإذاعة الرقمية.

2. مستوى المهارات الإعلامية الريادية لدى طلاب المشروع.

تراوحت استجابات طلاب المشروع بعينة الدراسة على مقياس المهارات الإعلامية الريادية ما بين ضعيف ومتوسط، ولاحظت الباحثة أن المهارات التسويقية والتفاعلية والإدارية جاءت بمتوسطات ضعيفة بينما مستوى المهارات الإعلامية الشخصية جاءت بمتوسطات متوسطة، وهذا يعني أن طلاب المشروع لديهم قدر من المهارات الإعلامية والريادية يمكن العمل على زيادتها وتنميتها لدى طلاب المشروع، وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (Marie 2018)⁹⁰ حيث أشارت إلى أن طلاب الجامعات البرتغالية يفتقرون إلى المهارات الريادية والقدرة على الإبداع والابتكار، وكيفية البحث عن الفرص الجديدة والمبادرة، كما أوصت بضرورة تنمية مجال الابتكار والريادة في المقررات الجامعية، ومن أهم هذه المهارات مهارة إدارة الصفقات والتحالفات الإستراتيجية، والقدرة على اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب، وتنمية الثقة بالنفس لدى الطلاب في الجامعات البرتغالية، أما دراسة (Nur 2020)⁹¹ أكدت على أن طلاب الجامعات الماليزية ليس لديهم مهارات الإدارة والقيادة ويرجع ذلك إلى عدم الممارسة الفعلية لمهارات ريادة الأعمال أثناء دراستهم الجامعية مما يؤثر بالسلب على مواكبتهم لسوق العمل بعد التخرج، وفي هذا السياق أكدت دراسة (عبد الله بن محمد 2023)⁹² على ضعف مستوى تأهيل طلاب الإعلام بالجامعات العربية والمصرية لريادة العمل الإعلامي ويرجع ذلك إلى نقص

الخبرات والمهارات اللازمة في مجال إنتاج المحتوى الإعلامي وتسويقه عبر القنوات والمنصات الإلكترونية لدى أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم مما يحول دون إعداد وتأهيل طلابهم لريادة سوق العمل الإعلامي الرقمي.

3. مدى ارتباط مشروع التخرج بمتطلبات سوق العمل الإعلامي من وجهة نظر الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.

كشفت استجابات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بعينة الدراسة أن مشروع التخرج لا يرتبط بمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي القائم على استخدام التكنولوجيا، ودمج الوسائط المتعددة، والاستعانة بالتطبيقات الرقمية المتخصصة في إنتاج المواد الإعلامية، مما يشير إلى صعوبة قبول الحتمية التكنولوجية على مستوى إنتاج مشاريع تخرج ريادة بأقسام الإعلام التربوي، وتحقيق الريادة الإعلامية الرقمية في ضوء التمسك بالطرق التقليدية والنمطية في إنتاج مشاريع التخرج وهذا ما أشارت إليه دراسة (محرز غالي 2019)⁹³، كما أشارت دراسة (أريج 2021)⁹⁴، ودراسة (إيمان 2023)⁹⁵ إلى ضعف مستوى المهارات الإعلامية والرقمية لدى طلاب الإعلام بجامعة القاهرة وسوهاج والأهرام الكندية مما أدى إلى صعوبة اندماجهم في سوق العمل الإعلامي الرقمي بعد التخرج، وتعكس هذه النتيجة ما أشارت إليه الدراسات السابقة حول ضعف مستوى التعليم والتدريب بكليات الإعلام وأقسام الإعلام التربوي، وعدم وجود رؤية واضحة لدمج الوسائل التكنولوجية والأجهزة والمعدات اللازمة لتدريب طلاب الإعلام والإعلام التربوي على مهارات إنتاج النشر الإلكتروني، ومهارات إنتاج البرامج والأفلام الرقمية، ومهارات إنتاج الحملات الإعلانية الرقمية، يضاف إلى ذلك عدم دراسة ومتابعة متغيرات سوق العمل الإعلامي الديناميكية.

ومن خلال سؤال طلاب المشروع عن مدى معرفتهم بالهدف من المشروع جاءت إجاباتهم غير محددة وسطحية ومن أمثلة ذلك (لتنمية الوعي، وتقديم رسالة للمجتمع، التوعية بالتكنولوجيا، العمل على نشر الوعي بين الجمهور، وغيرها من الاجابات غير الواضحة، وبناءً على ذلك فإن طلاب المشروع بأقسام الإعلام التربوي يحتاجون إلى توضيح طبيعة مشروع التخرج وخطواته ومراحله، ومدى ارتباطه بمستقبلهم المهني، وكيف يمكن أن يكون مشروع التخرج البدايه العملية بعد التخرج، ومن هذا المنطلق أكدت دراسة (دعاء وسكره 2023)⁹⁶ على أن مشروع التخرج في أقسام الإعلام التربوي يحتاج إلى التنظيم وأن يكون المشرف على المشروع له دور فعال في عملية الشرح والتوضيح لمراحل المشروع، وكيفية ارتباطه بسوق العمل واحتياجات الجمهور المستهدف، كما أكدت الدراسة على أهمية تنمية الدافع للإنجاز لدى طلاب المشروع مما له تأثير إيجابي على أدائهم والمنتج النهائي هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى ليسهم في تكوين الصورة الإيجابية لمستقبلهم المهني بعد التخرج، وعدم الاعتماد على الوظيفة الروتينية، ودفعهم نحو الإبداع والابتكار الإعلامي، وكل هذا يتطلب إجراء التطوير

اللازم لمشروع التخرج بما يواكب متطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، وتوفير البيئة الداعمة للتعليم والتدريب وتشمل تطوير مهارات وقدرات أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة، وتوفير قاعات التدريس والتدريب المجهزة والمناسبة لأعداد الطلاب واحتياجاتهم الدراسية.

4. التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية من وجهة نظر الطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم.

احتلت التحديات المرتبطة بالكلية/القسم الترتيب الأول ثم جاءت التحديات المرتبطة بأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة في الترتيب الثاني وأخيرا جاءت التحديات المرتبطة بالطلاب في الترتيب الثالث، حيث اتفقت استجابات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس بعينة الدراسة على إنعدام الرؤية والسياسة الواضحة لتطبيق ريادة الأعمال الإعلامية بأقسام الإعلام التربوي، واستخدام الأساليب التقليدية في الإشراف على مشاريع التخرج وإنتاجها بأقسام الإعلام التربوي، مما يعني عدم وجود إبداع أو ابتكار من قبل المشرفين وبالتالي أفكار المشاريع وطرق معالجتها تتسم بالمنطوية، وعدم وجود كوادر تدريسية مؤهلة لتدريب الطلاب على مهارات ريادة الأعمال الإعلامية، وإتباع المشرف الأسلوب النمطي في توجيه الطلاب، وهذا الأسلوب لا يتماشى مع متطلبات الحتمية التكنولوجية والتحول الرقمي ومتطلبات السوق الإعلامي الرقمي، وتتفق مع هذه النتيجة الدراسات السابقة مثل دراسة (Lebene2022)⁹⁷ ودراسة (بوسنان2022)⁹⁸، ودراسة (دعاء2023)⁹⁹، ودراسة (عبد الله2023)¹⁰⁰ حيث اتفقت هذه الدراسات على ضعف مستوى مقررات المواد الإعلامية بأقسام الإعلام والإعلام التربوي، كما انها لا تواكب متطلبات التأهيل الطلاب لسوق العمل الإعلامي، وبالتالي هناك صعوبة في تحقيق الريادة في مجال الإعلام، ومن ثم فإن قبول الحتمية التكنولوجية والتحول الرقمي أصبح أمر ضروري لإنتاج مشاريع تخرج ريادية في الصحافة والإذاعة والتلفزيون بأقسام الإعلام، ثم جاءت التحديات المرتبطة بالطلاب أنفسهم ومن أهمها عدم وجود الدافعية للإنجاز لدى طلاب المشروع وأن الدافع الوحيد للإنجاز يتمثل في التقييم والحصول على الدرجات، إضافة إلى ضبابية الرؤية لمستقبلهم المهني بعد التخرج، وضعف مستوى المهارات الريادية والإعلامية لديهم وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (ايمان سيد2022)¹⁰¹ حيث أشارت إلى ضعف مستوى المهارات لدى طلاب الإعلام التربوي من وجهة نظر الطلاب وأعضاء هيئة التدريس نتيجة لإغفال التدريب وعدم التركيز على الجانب التطبيقي للمواد الدراسية.

5. لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب المشروع واستجاباتهم على مقاييس الدراسة من حيث متغير النوع، ومجال المشروع، وثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب المشروع من استجاباتهم على مقاييس الدراسة من حيث متغير الجامعة لصالح جامعتي القاهرة المنصورة.

6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم ومدى تلبية مشروع التخرج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي والتحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية وذلك من حيث متغيرات النوع والجامعة ومجال التخصص، والدرجة الوظيفية".

سادساً: رؤية استشرافية لتطوير مشروع التخرج بما يسمح بالتركيز على مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية من خلال نتائج الدراسة ومقترحات طلاب المشروع وأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بعينة الدراسة.

وتتعلق الرؤية الإستشرافية من خلال منطلقات أساسية تتمثل في: اتجاه الجامعات العالمية نحو تطبيق ريادة الأعمال الرقمية في كافة التخصصات العلمية ولاسيما في مجال الإعلام، وتوفير مسرعات الأعمال، والحاضنات الجامعية، ورقمنة الجامعات من أجل مواكبة سوق العمل الريادي ومواجهة البطالة بين خريجي الجامعات وتحقيق النمو الاقتصادي.

والتحول التكنولوجي الذي أصبح المهيمن على مجال الإعلام ومن ثم ارتبط به الجمهور والمعلنين واتجهت نحوه المؤسسات الإعلامية بإنشاء منصات الكترونية تتفاعل وتتواصل من خلالها مع الجمهور، مما يفرض تطوير مشروع التخرج في أقسام الإعلام التربوي بما يناسب ويواكب التطور التكنولوجي القائم.

اتجاه الدراسات السابقة والباحثين نحو ضرورة تطوير البرامج الأكاديمية بكليات وأقسام الإعلام والإعلام التربوي، وتبني رؤية تطويرية للامكانيات المادية والبشرية اللازمة لتدريب طلاب الإعلام ولاسيما طلاب المشروع، وأهمية وضع رؤية جديدة لمهام المشرف على مشروع التخرج من حيث كيفية التعامل مع أفكار الطلاب بفرضية محتملة انها أفكار ريادية تستدعي الرعاية والاهتمام من قبل القسم/الكلية، والجامعة، وكيفية توجيه الطلاب وارشادهم خلال مراحل إعداد وتنفيذ مشروع التخرج، ودور المشرف في تنمية المهارات الريادية والإعلامية لدى طلاب المشروع، وكيفية توجيه الطلاب لمعالجة أفكار مشاريع التخرج من الناحية الإبداعية.

وتهدف الرؤية الإستشرافية إلى تطوير مشروع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية وذلك من خلال تنمية مستوى مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية لدى طلاب المشروع، وربط مشروع التخرج بمتطلبات سوق العمل الإعلامي الرقمي، ومواجهة التحديات التي تحول دون إنتاج مشاريع تخرج ريادية.

آليات تنفيذ الرؤية الاستشرافية المقترحة لتطوير مشروع التخرج في ضوء المهارات الإعلامية الريادية الرقمية:

1. إعداد خطة من قبل قسم الإعلام التربوي وإدارة الكلية لكيفية تطبيق ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية، بحيث تشمل جميع الفرق الدراسية بالقسم، ويتم تدريسها والتدريب

- عليها بشكل تدريجي وتطبيقها في الإنتاج الإعلامي لمشاريع التخرج، وتحديد أساليب تدريب الطلاب على المهارات، وأماكن التدريس المجهزة والمدعمة بالانترنت.
2. أن ترتبط موضوعات مشروع التخرج بقضايا المجتمع واحتياجات الجمهور، مع توضيح الهدف والرسالة الإعلامية المطلوب توصيلها للجمهور المستهدف وهنا يبرز دور المشرف على المشروع من حيث تحديد الموضوعات وتوزيع مجموعات المشروع في وقت مبكر، وتوضيح الهدف والرسالة المستهدفة من الفكرة وكيفية معالجتها بطريقة متميزة.
3. التنفيذ والمتابعة لمدى تنفيذ الخطة الموضوعية لإنتاج مشاريع تخرج ريادية بالقسم، وكيفية توظيف المهارات الريادية الإعلامية الرقمية التي اكتسبها الطلاب من خلال دراستهم، وهنا يبرز دور المشرف على المشروع من حيث التوجيه والمرونة والتعلم والتدريب واستكشاف القدرات والمواهب الإعلامية لدى الطلاب والعمل على تنميتها.
4. العمل على تنمية المهارات الريادية الإعلامية الرقمية لدى الهيئة التدريسية وتوفير البرامج التدريبية وورش العمل بأقسام الإعلام التربوي، وأن يحرص قسم الإعلام التربوي على استضافة الإعلاميين والممارسين للعمل الإعلامي الرقمي لتدريب أعضاء هيئة التدريس ومعاونتهم على مهارات العمل الإعلامي، وأيضاً استضافة رواد الأعمال الإعلاميين والخبراء للمشاركة في تطوير توصيف مقرر مشروع التخرج، ووضع آليات جديدة لتقييم مشاريع التخرج بناءً على معايير الإبداع والابتكار، ومدى قدرة طلاب المشروع على إثبات وجودهم في سوق العمل الإعلامي الريادي.
5. إعداد الأنشطة الطلابية الريادية لنشر الوعي بأهمية ريادة الأعمال واحتياجات سوق العمل الإعلامي للأعمال الريادية في ظل الانتشار الواسع للمضامين الإعلامية والمنصات الالكترونية غير الهادفة، مما يسهم في تعزيز الفكر الريادي القائم على المهنية والإبداع الإعلامي والتحفيز لدى طلاب المشروع، وأن تبرز الأنشطة دور التكنولوجيا في صناعة الإعلام الريادي وتطويره.
6. أن يكون هناك شراكات حقيقية وفعالة بين أقسام الإعلام التربوي والمؤسسات الإعلامية صاحبة المنصات الرقمية بحيث يتم تدريب طلاب المشروع على العمل الإعلامي الرقمي ومهاراته في هذه المؤسسات، وأن يتدرب طالب المشروع على أن يكون رائد في الإعلام الرقمي الريادي، وأن يتدرب على مهارات التسويق والتفاعلية للترويج لمشروعاته وأفكاره لدى المستهلكين والمعلنين.

سابعاً: الدراسات المستقبلية المقترحة:

1. فاعلية برنامج تجريبي لتنمية مهارات ريادة الأعمال الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي.

2. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المهارات الإعلامية الريادية لدى طلاب الإعلام التربوي.
3. دراسة تحليلية لمشاريع التخرج بأقسام الإعلام التربوي في ضوء مهارات ريادة الأعمال الإعلامية.

مراجع الدراسة:

- (1) مسح خريجي التعليم العالي في مصر 2021: نحو تحقيق أقصى استفادة من إمكانات الخريجين، صادر عن منظمة العفو الدولية، 2021، ص9-19.
- (2) حفيظة سليمان البراشدية، ريادة الأعمال الرقمية في ظل جائحة كورونا كوفيد19 الفرص والتحديات، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، وزارة التربية والتعليم -سلطنة عمان، عدد 1، 2021، ص ص2-17.
- (3) خميس فهيم، انعكاسات تفعيل الجامعة الريادية على طلاب الجامعات المصرية في ضوء بعض الصيغ العالمية المعاصرة، مجلة كلية التربية (جامعة الزقازيق، كلية التربية، مج37، ع116، مايو2022) ص ص390-391.
- (4) شيماء ذو الفقار وآخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العلامة التجارية الذاتية وثقافة ريادة الأعمال بين طلاب الجامعة، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع269، ج3، يناير2024) ص ص1982-2005.
- (5) بن زرارة أمينة، طريف عطا الله، المقاولاتية الإعلامية: نماذج للمشروعات المبتكرة وبرامج الدعم المقاولاتي في الوطن العربي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام (الجزائر، جامعة عمار ثلجي الأغواط، كلية العلوم الانسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، مج26، ع1، يوليو2023) ص ص168-179.
- (6) حنان محمد وآخرون، فاعلية برنامج إرشادي لتنمية وعي الشباب الجامعي بريادة الأعمال الرقمية، مجلة القراءة والمعرفة (جامعة عين شمس، كلية التربية، ع55، 2023) ص ص361-387.
- (7) عبد الله بن محمد الرفاعي، الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات إدارة الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية، رؤية تحليلية نقدية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جمعية كليات الإعلام العربية، ع11، ج3، يوليو-ديسمبر2023، ص ص43-50.
- (8) Salim A and others(2023), Impact of Social Media in the Growth and Development of Digital Entrepreneurship in Nigeria, Dutse Journal of Pure and Applied Sciences, Vol 9, No 3b sept, pp 224-231,[http:// dx.doi.org](http://dx.doi.org).
- (9) Lebene and others (2022), The Technological dilemma for Entrepreneurial Leaders: who drives Innovation? Edward Elgar Publishing, Cheltenham, pp2-22, <Http:// Centaure.Reading.ac.UK>.
- (10) Lutfiah A and Nur A(2022), Attitudes and Motivations graduates in Digital Entrepreneurship, online Journal for TVET Practitioners, Vol 7, No 2, pp76-85, [http// doi.org / 10.30880.2022.7.2](http://doi.org/10.30880.2022.7.2).
- (11) خميس فهيم عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ص385-464.
- (12) مها خليل شحادة، التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية، رماح للبحوث والدراسات(جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، ع62، 2022) ص ص37-52.
- (13) هناء محمد محدي، مقومات ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية وسبل تعزيزها في ظل جائحة كورونا دراسة استشرافية، مجلة كلية التربية(جامعة عين شمس، كلية التربية، ج1، 2022) ص ص423-479.
- (14) زينب علي محمد، واقع ثقافة ريادة الأعمال الرقمية بكليات التربية للطفولة المبكرة وسبل تفعيلها من وجهة نظر الهيئة التدريسية، مجلة كلية رياض الأطفال(جامعة بورسعيد، كلية رياض الأطفال، ع16، يوليو2020) ص ص445-558.

- (15) Nur Thara and Kelvin yong (2020), Examine the digital Entrepreneurship Education Effectiveness on soft skills among under graduates. **WWW.Researchgate.net.**
- (16) Janet Fulton (2019), Media Entrepreneurship: preparing students for work in a creative profession, **Australian Journalism Review**, v (41), n1, pp67-83, www.Intellectbooks.com.
- (17) حمزة بعلي، واحمد بن خليفة، استراتيجيات الابتكار التكنولوجي كضرورة حتمية لترقية تنافسية المؤسسات في ظل الإقتصاد الغير مادي دراسة حالة pme في الجزائر، **مجلة الأفاق للدراسات الاقتصادية**، جامعة العربي التبسي بالجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ع7، سبتمبر 2019، صص 14-18.
- (18) إيمان عبد الرحيم، ادراك طلبة الإعلام في الجامعات المصرية لمعارف ومهارات تقنيات الذكاء الاصطناعي اللازمة للاندماج في سوق العمل، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع26، ج2، يوليو/ديسمبر 2023) صص 485-547.
- (19) دعاء فكري، وسكره على، فاعلية برنامج تعليمي مدمج لتنمية الجوانب المعرفية والمهارية والدافعية للإنجاز لدى طلاب الإعلام التربوي في إنتاج مشروعات التخرج، **مجلة البحوث الإعلامية** (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع65، ج1، ابريل 2023) صص 744.
- (20) هبه محمد شفيق، فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارات الإعلام الرقمي وتطوير التأهيل الأكاديمي لطلاب الصحافة، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية** (المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع25، سبتمبر 2023) صص 280-374.
- (21) رقيه بوسنان، استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير الحقل الإعلامي الأكاديمي وتناسق مخرجاته مع متطلبات سوق العمل، **مجلة الإعلام والمجتمع** (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بالجزائر، كلية الإعلام والاتصال، مج6، ع2، ديسمبر 2022) صص 21-35.
- (22) Todd A.Holmes and others (2022), bridging the Gap between education and practice: A qualitative study of Media Manager, **Journalism & mass communication Educator Journal**, v77 (3), pp278-291, <https://journals.sagepub.com>.
- (23) Maria del Carmen and others (2021), Innovation in Journalism Educational Programmes at University, A systematic Review of Experiences at Spanish Universities of Educational, Profesional de la informacion, V30, N3, PP1-16, Available at: <https://scholar.google.com>.
- (24) Masroor A and Others (2019), evaluating the Impact of final year project in Mass Communication on Professional Development of students: A study of Virtual University of Pakistan, V3, pp33-50, Available at: <https://www.researchgate.net/publication>, 20/3/ 2023, 10 pm.
- (25) هاله غزالي محمد، مشاركة طلبة الإعلام التربوي في الأنشطة اللامنهجية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو مستقبلهم المهني، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج17، ع1، مارس 2018) صص 415-453.
- (26) منال عبده محمد، اتجاهات طلاب الإعلام التربوي نحو مستقبلهم المهني وعلاقتها بمستوى الرضا التعليمي لديهم، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج14، ع4، ديسمبر 2015) صص 650-659.

- (27) سعاد محمد محمد، دراسة لمتطلبات سوق العمل للخريجين وفقاً لبرنامج الإعلام التربوي في ضوء معايير الجودة الشاملة في التعليم الجامعي، دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ع71، 2014)** صص 175-256.
- (28) عبد الباسط محمد، قضايا مشروعات التخرج لطلبة الإعلام في جامعة صنعاء باليمن، **مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع38، أكتوبر 2012)** صص 441.
- (29) إيمان صلاح الدين، اتجاهات حديثة في إدارة مشروعات التخرج كأحد ضمان تطوير الأداء بمؤسسات التعليم العالي، **المؤتمر العلمي السنوي العربي الخامس-المؤتمر الدولي الثاني (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، مج1، إبريل 2010)** صص 138-165.
- (30) Lebene and others (2022), The Technological dilemma for Entrepreneurial Leaders: who drives Innovation? , **Edward Elgar Publishing, Http://Centaure.Reading.ac.UK.**
- (31) Todd A.Holmes and others (2022), bridging the Gap between education and practice: A qualitative study of Media Manager, Journalism & mass communication Educator Journal, **Previous Reference.**
- (32) Maria del Carmen and others (2021), Innovation in Journalism Educational Programmes at University, **Previous Reference.**
- (33) دعاء فكري، وسكره على، **مرجع سابق**، صص 783-784.
- (34) عبد الباسط محمد، **مرجع سابق**، صص 478-480.
- (35) باسنت فتحي محمود، واقع نشر ثقافة ريادة الأعمال بجامعة السويس ومقترحات تفعيلها من وجهة نظر الطلبة، دراسة ميدانية، **مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ع22، ج1، 2022**، صص 99.
- (36) غادة سيف ثابت، الحتمية التكنولوجية وسيمولوجيا الواقع المعزز والواقع الافتراضي في العلاقات العامة التسويقية (**المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع84، يوليو/سبتمبر 2023**) صص 193-243.
- (37) إيمان صلاح الدين، **مرجع سابق**، صص 144-146.
- (38) دعاء فكري، وسكره على، **مرجع سابق**، صص 748-750.
- (39) Stephanie E(2014), Teaching Social Media Journalism: Challenges and Opportunities for future Curriculum Design, **Journalism and Mass Communication Educator**, Sep V69,N3,PP243-255. <http://eric.ed.gov>.
- (40) سليمان بن سالم الحسيني، رفع مستوى الجودة في برامج التعليم العالي عن طريق تحقيق تكامل مخرجات التعليم العالي مع متطلبات سوق العمل دراسة ميدانية تحلل مشاريع التخرج وتستطلع آراء الأكاديميين والطلبة، **بحوث المؤتمر العربي الدولي السادس لضمان جودة التعليم العالي بدولة الخرطوم 2016 (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة الزرقاء الأردنية، 2016)** صص 27-38.
- (41) عبد الله بن محمد الرفاعي، **مرجع سابق**، صص 48.
- (42) Erum Hafeez and sarwat Nauman(2020), The relevance of Media Studies Education to industry; Insights from the leading Media School of Pakistan, **Journalism & Mass Communication Educator Journal**, v75(3), pp291-307, <https://journals.sagepub.com>
- (43) شيماء ذو الفقار وآخرون، **مرجع سابق**، صص 1981-1983.

- (44) أسماء شعبان حمادة ورائيا حسن محروس، آليات مقترحة لتفعيل ريادة الأعمال الرقمية بالجامعات المصرية، **مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس**، ع47، ج1، 2023، صص 436-438.
- (45) Christopher Buschow and Rabea Lauge (2020), what makes a media Entrepreneur? Factors Influencing Entrepreneurial Intention of Mass Communication students, **Journalism & mass communication Educator Journal**, v75(3), pp321-334, <https://journals.sagepub.com>
- (46) Manuel Jose and Joana Bicacro (2017), Entrepreneurship Education for film and media arts; How can we teach Entrepreneurship to students in the creative disciplines? **Industry and High Education Journal**, v31(4), pp253-266, <https://journals.sagepub.com>.
- (47) G.Siva Vineela (2018), Digital Entrepreneurship, vol6, Issue4, pp441-446, [www: Ijirms.org](http://www.Ijirms.org).
- (48) Ngoasong, M.Z(2018), Digital Entrepreneurship in a Resource-scare context; A focus on Entrepreneurial Digital Competencies, **Journal of small Business and Enterprise Development**, 25 (3), pp483-500.
- (49) Asiedu, E and others(2019), Supporting Ghanaian Micro-Entrepreneurships; The role of Mobile Technology, **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, vol 32, n2, pp362-380.
- (50) حمليل أمين، نظرية مارشال ماكلوهان للاتصال "نظرية الحتمية التكنولوجية"، مركز البصيرة للبحوث للاستشارات والخدمات التعليمية بالجزائر، **مجلة دراسات اجتماعية**، مج12، ع1، 2022، صص 53-65.
- (51) Simon Joyce and others (2023), New Social Relations of Digital Technology and the future of work; Beyond Technological Determinism, Wileyonlinelibrary.com, pp145-153.
- (52) بعلي حمزة، واحمد بن خليفة، استراتيجيات الابتكار التكنولوجي كضرورة حتمية لترقية تنافسية المؤسسات في ظل الإقتصاد الغير مادي دراسة حالة pme في الجزائر، **مجلة الأفاق للدراسات الاقتصادية**، جامعة العربي التبسي بالجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ع7، سبتمبر 2019، صص 11-25.
- (53) محمد شيروك وآخرون، دور رواد مواقع التواصل الاجتماعي في تطور سوق وسائل الإعلام العراقي، دراسة تحليلية، **مجلة الثقافة وسلوك الانسان**، جامعة بيروت العربية، لبنان، ع3، مجلد 2، المقال السادس، 2022، ص 3. Journals@bau.edu.lb
- (54) Lebene and others (2022), The Technological dilemma for Entrepreneurial Leaders: who drives Innovation? **Previous Reference**.
- (55) James W and Robert G (2008), How Technological Determinism Shapes International Marketing, **International Business & Economic Research**, v7, n1, pp19-28, <https://journals.sagepub.com>
- (56) حنان محمد وآخرون، مرجع سابق، صص 371-373.
- (57) شيماء ذو الفقار زغيب، **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص89.
- (58) حنان محمد وآخرون، مرجع سابق، صص 370-375.
- (59) دعاء فكري، وسكره على، مرجع سابق، صص 774-784.

- (60) Armanurah Mohamad (2023), Developing Entrepreneurial Skills among University Students: A case of student Entrepreneurial Attachment Project, **International Journal of Professional Business Review**, Miami V8, N1, pp1-18.
- (61) Akeke M.N.G and others(2022), Entrepreneurial Skills fo Business Education Graduates Employability in cross River State, Nigeria, **Educational Research and Reviews**, V17(4), pp138-144.
- (62) Nur Thara and Kelvin yong (2020), Examine the digital Entrepreneurship Education Effectiveness on soft skills among under graduates, **Previous Reference**.
- (63) محمد خميس حرب، دور كليات التربية في نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها وسبل تعزيزه، **المجلة التربوية** (جامعة سوهاج، كلية التربية، ج71، مارس 2020) صص 915-1002.
- (64) هشام سعد أحمد زغلول، البرامج الأكاديمية للإعلام التربوي في بعض الجامعات العربية والأجنبية رؤية مقترحة لتطوير مخرجات التعليم النوعي في مصر، المؤتمر السنوي العربي الرابع عشر والدولي الحادي عشر بعنوان "التعليم النوعي وتطوير القدرة التنافسية والمعلوماتية للبحث العلمي في مصر والوطن العربي" رؤى مستقبلية" (جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، مج2، ابريل 2019) صص 1063-1069.
- (65) Ratna Lindawati (2019), Digital Entrepreneurship in academic environment; Are we there yet? **Journal of teaching and education**, V9(1), PP 167-194.
- (66) Janet Fulton (2019), Media Entrepreneurship: preparing students for work in a creative profession, **Previous Reference**.
- (67) Maria Jose Sousa (2018), Entrepreneurship Skills Development in Higher Education Courses For Teams Leaders, Administrative sciences, V8(2) p18, DOI:10.3390/admsci8020018.
- (68) سعاد محمد محمد، مرجع سابق، صص 194-217.
- (69) ليلي كامل عبد الله، الموائمة بين مخرجات التعليم الجامعي وسوق العمل: دراسة على عينة من الخريجين بالحضر، **مجلة كلية الآداب**(جامعة القاهرة، كلية الآداب، مج78، ج1، يناير 2018) صص 35-97.
- (70) أحمد السيد وسويلم جودة، دور البرامج الأكاديمية للإعلام التربوي في مصر لتحقيق اقتصاديات الإعلام الجديد، **مجلة كلية التربية**، جامعة بنها، كلية التربية، ع111، ج2، يوليو 2017، صص 54-63.
- (71) عبد الباسط محمد، مرجع سابق، صص 463-477.
- (72) نادر أبو خلف، المشكلات التي يواجهها الطلبة في مقرر مشروع التخرج في برنامج التربية، **المجلة الفلسطينية للتربية المفتوحة عن بعد**(جامعة القدس المفتوحة، مج2، ع2، 2009) صص 11-23.
- (73) 1. أ.د/ ثروت فتحي كامل أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية-جامعة القاهرة.
2. أ.د/ حنان إسماعيل أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية التربية النوعية لشئون التعليم والطلاب- جامعة القاهرة.
3. أ.د/ أماني موسى أستاذ الإحصاء والعميد الأسبق لمعهد الدراسات الإحصائية بجامعة القاهرة.
- (74) Salim A and others (2023), [http:// dx.doi.org](http://dx.doi.org).
- (75) أحمد علي علام، مدى استجابة الطلاب لثقافة ريادة الأعمال، **المجلة العلمية لكلية التربية**، كلية التربية، جامعة بنها، ع136، ج1، أكتوبر 2023، صص 102.

- (76) ايمن عادل عبد الفتاح، اتجاهات الطلاب والعوامل المؤثرة عليها نحو ريادة الأعمال: دراسة تطبيقية على بعض الجامعات العربية، *المجلة العلمية للبحوث التجارية*، جامعة المنوفية، كلية التجارة، ص2، ع1، 2015، ابريل، صص187-241.
- (77) Nur Thara and Kelvin yong (2020), **Previous Reference**.
- (78) دعاء فكري، وسكره على، **مرجع سابق**، صص775-782.
- (79) سليمان بن سالم الحسيني، **مرجع سابق**، ص30.
- (80) عبد الباسط محمد، **مرجع سابق**، ص463.
- (81) Erum Hafeez and sarwat Nauman(2020), The relevance of Media Studies Education to industry; Insights from the leading Media School of Pakistan, **Journalism& Mass Communication Educator Journal**, v75(3), pp291-307, <https://journals.sagepub.com>
- (82)Shujun Jiang, Ali Rafeeq(2019), Connecting the Classroom with the Newsroom in the Digital Age: An Investigation of Journalism Education in the UAE, UK and USA, **Asia Pacific Media Education**, Vol29, Issue1, June, pp3-22.
- (83) أريج فخر الدين، التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي، **مرجع سابق**، صص247-251.
- (84)Regina Luttrell and others(2020), Addressing Artificial Intelligence in Communication Education, **Journalism& Mass communication Education**, vol75,Issue4,pp470-482.
- (85) علي سيد محمد، اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو تدريس الإعلام في الجامعات المصرية في ضوء معايير الجودة الشاملة دراسة ميدانية، *مجلة كلية الآداب*، جامعة المنصورة، كلية الآداب، ع73، أغسطس 2023) صص1058-1062.
- (86) ساره محمد يونس، توظيف طلاب أقسام الإعلام التربوي لتطبيقات المونتاج بالهواتف المحمولة في إنتاج المواد الإعلامية (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، يناير-يونيو 2022) صص261-307.
- (87) Christopher Buschow and Rabea Lauge (2020), what makes a media Entrepreneur? Factors Influencing Entrepreneurial Intention of Mass Communication students, **Previous Reference**.
- (88) حنان محمد وآخرون، **مرجع سابق**، صص364-366.
- (89) بن زرارمة أمينة، طريف عطا الله، **مرجع سابق**، صص168-179.
- (90) Maria Jose Sousa (2018), Entrepreneurship Skills Development in Higher Education Courses for Teams Leaders, Administrative sciences, **Previous Reference**.
- (91) Nur Thara and Kelvin yong (2020), Examine the digital Entrepreneurship, **Previous Reference**.
- (92) عبد الله بن محمد الرفاعي، **مرجع سابق**، صص41-43.
- (93) محرز حسين غالي، رؤية الخبراء لدور صناعة الإعلام في تعزيز نموذج اقتصاديات المعرفة في المجتمعات العربية واتجاهاتهم نحوها كأحد مصادر القوة الناعمة في هذه المجتمعات، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع66، يناير 2019، صص1-131.

- (94) أريج فخر الدين، مرجع سابق، ص250.
(95) إيمان عبد الرحيم، مرجع سابق، ص510.
(96) دعاء فكري، وسكره على، مرجع سابق، ص758.
(97) محرز حسين غالي، مرجع سابق، ص123.
(98) رقيه بوسنان، مرجع سابق، ص33.
(99) دعاء فكري، وسكره على، مرجع سابق، ص700.
(100) عبد الله بن محمد الرفاعي، مرجع سابق، ص55-51.
(101) ايمان سيد علي، مرجع سابق، ص362.