

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

مستوى الوعي الأخلاقي بالذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي لدى
طلبة الجامعة: دراسة ميدانية على طلاب كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن

إعداد: عفرا نايف الجلود

الرقم الأكاديمي: 232001553

إشراف: "16"

د. توفيق عمري

"13" 2026

Bachelor of Digital Media

**The Level of Ethical Awareness Regarding Generative
Artificial Intelligence in Digital Media among University
Students: A Field Study on Students of the College of
Media at Midocean University**

Prepared by: Afra naif aljaloud

ID:232001553

Supervised by:

Dr. Tewfik amri

2026

1- الإشكالية

أولاً: تحديد المشكلة العلمية

يشهد حقل الإعلام الرقمي المعاصر قفزات تكنولوجية متسارعة، أبرزها الاعتماد المتنامي على أدوات ومحرركات الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) في هندسة وصناعة المحتوى الاتصالي. ولم يعد الأمر مقتصرًا على مجرد تجارب تقنية محدودة، بل تحولت هذه الأدوات إلى عصب رئيسي في إنتاج النصوص الإخبارية، وتوليد الصور التعبيرية، وتصميم المقاطع المرئية والمسموعة داخل غرف الأخبار والمؤسسات الإعلامية الرقمية. ورغم ما تحمله هذه الطفرة من تيسير لعمليات الإنتاج واختصار للوقت والجهد، إلا أنها أفرزت ظواهر سلوكية ومعرفية معقدة تتطلب الدراسة والتمحيص.

ومن خلال الملاحظة العينية المباشرة لواقع البيئة التعليمية الأكاديمية، يُلاحظ اندفاع واسع وشغف متزايد من قبل طلبة كليات الإعلام نحو دمج هذه التطبيقات في أنشطتهم الدراسية ومشاريعهم التخرجية. إذ يعتمد الكثير منهم عليها لتوليد الأفكار، أو صياغة المواد، أو تعديل الوسائط الرقمية. بيد أن هذه الملاحظة الميدانية كشفت في الوقت ذاته عن ملمح إشكالي يتمثل في وجود فجوة واضحة بين "الكثافة الاستخدامية اليومية" لهذه التقنيات، وبين "الوعي بالتبعات والمسؤوليات الأخلاقية" المصاحبة لها. فالعديد من الطلبة يتعاملون مع المخرجات الاصطناعية بوصفها أدوات جاهزة دون إدراك حقيقي لإشكاليات التزييف، أو الانحياز الخوارزمي، أو الملكية الفكرية، وهو ما يؤشر على إمكانية نشوء جيل إعلامي يفتقر إلى الركائز الأخلاقية والمهنية الصارمة التي تحكم العمل الإعلامي الرصين.

ثانياً: توضيح سبب دراسة المشكلة

تكتسب دراسة هذه المشكلة أهمية بالغة بالنظر إلى التوقيت الراهن، حيث يمر قطاع الإعلام بمرحلة إعادة تشكيل هويته المهنية تحت وطأة الأتمتة. إن التركيز على فئة "طلبة الإعلام" ينبع من كونهم يمثلون رأس المال البشري المستقبلي وصناع القرار القادمين في المشهد الاتصالي. فإذا لم يتم ضبط وتوجيه مستويات وعيهم الأخلاقي خلال مرحلة التكوين الجامعي، فإن الانتهاكات المهنية الرقمية ستتضاعف مستقبلاً في السوق العملي.

وتتجلى الفائدة العلمية والتطبيقية من دراسة هذا الموضوع في عدة جوانب إلى:

1. توفير مؤشرات كمية ونوعية: تمنح القائمين على الشأن الأكاديمي رؤية واضحة حول مدى نضج الوعي الأخلاقي لدى الطلاب، مما يساعد في تقييم كفاءة الخطط الدراسية الحالية.
2. تطوير البنية التعليمية: تسهم النتائج في لفت الأنظار إلى ضرورة تحديث المساقات التحريرية والإعلامية لتتضمن وحدات تعليمية متخصصة في "أخلاقيات الأتمتة والذكاء الاصطناعي".
3. ترشيد الممارسة المهنية: تزويد الطلاب بآليات التقييم الذاتي والمسؤولية الأخلاقية، مما يضمن مستقبلاً صيانة مصداقية الرسالة الإعلامية وحماية الجمهور من المحتويات المفبركة أو المضللة الناتجة عن سوء استخدام التقنية.

ثالثاً: تحديد العلاقة بين المتغيرات

تنهض هذه الدراسة على بنية تحليلية تربط بين متغيرين أساسيين يمثلان جوهر الظاهرة المدروسة:

- المتغير المستقل (السبب/العامل المؤثر): وهو "الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي"، ويتم قياسه من خلال معدلات الاستخدام، طبيعة التطبيقات الموظفة، ونوعية المحتوى الإعلامي المنتج بواسطته من قبل الطلاب.
- المتغير التابع (النتيجة/العامل المتأثر): وهو "مستوى الوعي الأخلاقي"، ويتمثل في مدى إدراك الطلاب وتطبيقهم لمبادئ المصادقية، والشفافية، وحقوق الملكية الفكرية، والمسؤولية الاجتماعية أثناء توظيفهم لتلك التقنيات.

وتسعى الإشكالية إلى سبر أغوار هذه العلاقة بحيث يُفترض علمياً أن نمو وتكثيف استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (المتغير المستقل) دون أن يواكبه تأصيل معرفي وأكاديمي مواز، قد يؤدي إلى تراجع أو خلل في مستويات الضبط والوعي الأخلاقي (المتغير التابع). وبالمثل، تبحث الدراسة في طبيعة العلاقة والروابط التفاعلية بين المتغيرات الديمغرافية (كالمستوى الدراسي للباحث ومعدل الاستخدام اليومي) ومدى تأثيرها في رفع أو خفض هذا الوعي السلوكي، لمعرفة ما إذا كان التقدم في سنوات الدراسة الجامعية يسهم إيجاباً في نضج الرادع الأخلاقي والمهني لدى الطالب أم لا.

رابعاً: طرح السؤال الرئيسي للبحث

تأسيساً على ما تقدم من وصف للظاهرة وتحديد لأبعادها وعلاقاتها المتشابكة، وتطبيقاً للمحددات المنهجية الواردة في الدليل، تنتهي هذه الإشكالية ببلورة التساؤل المحوري والرئيسي للدراسة على النحو الآتي:

"ما مستوى الوعي الأخلاقي بالذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن؟"

2- تساؤلات الدراسة

بناءً على السؤال الرئيسي، تتفرع الأسئلة الجزئية التالية لتفكيك أبعاد الظاهرة المدروسة :

1. ما مدى استخدام طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في أنشطتهم الإعلامية والأكاديمية؟
2. ما مستوى المعرفة والوعي لدى أفراد العينة بالضوابط والاتفاقات الأخلاقية (كالمصادقية، الشفافية، وحقوق الملكية) المرتبطة بالذكاء الاصطناعي التوليدي؟
3. كيف يقيم طلبة الإعلام المخاطر الأخلاقية الناتجة عن سوء استخدام تقنيات التوليد الاصطناعي في الإعلام الرقمي؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الأخلاقي تجاه الذكاء الاصطناعي التوليدي تعزى للمتغيرات الديمغرافية (مثل: المستوى الدراسي، أو معدل الاستخدام اليومي)؟
5. ما السبل والآليات المقترحة من وجهة نظر الطلبة لتطوير وتعزيز المبادئ الأخلاقية الناضجة للذكاء الاصطناعي في البيئة التعليمية والمهنية؟

3- أسباب اختيار الموضوع

يتأسس اختيار هذا الموضوع على مجموعة من الدوافع الذاتية والموضوعية والعلمية والمهنية :

- **الحداثة والأهمية الراهنة:** يأتي الموضوع مواكباً للتطورات التكنولوجية المتسارعة لعام 2026، حيث أصبحت أدوات التوليد الاصطناعي جزءاً لا يتجزأ من البنية الإعلامية الرقمية .
- **ندرة البحوث الميدانية العربية:** قلة الدراسات العلمية (في حدود علم الباحثة) التي ركزت على قياس الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام تحديداً في البيئة الأكاديمية الرقمية، مما يمنح الدراسة قيمة مضافة .
- **الاهتمام البحثي والمهني:** رغبة الباحثة في التخصص في مجال الإعلام الرقمي وفهم الانعكاسات السلوكية والمهنية الناشئة عن تداخل التكنولوجيا الحديثة مع أخلاقيات المهنة .
- **الوقاية من المخاطر الإعلامية:** الإسهام في وضع مؤشرات علمية تساعد المؤسسات الأكاديمية على توجيه الطلاب نحو الاستخدام الآمن والمسؤول للتقنية للحد من انتشار الأخبار الزائفة وانتهاك الحقوق الفكرية.

4- أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية والفرعية :

- **الهدف الرئيسي:** قياس وتحليل مستوى الوعي الأخلاقي الحقيقي لطلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن عند التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي .
- **الأهداف الفرعية:**

1. رصد وتحديد أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي استخداماً من قبل الطلاب في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي .
2. الكشف عن مدى إلمام الطلبة بالمنظومة الأخلاقية الدولية والعربية المنظمة لاستخدامات الذكاء الاصطناعي .
3. استجلاء وتصنيف أبرز الممارسات والانتهاكات للأخلاقية التي يلاحظها أو يقع فيها الطلبة أثناء توظيف التقنية .
4. اختبار دلالة الفروق الإحصائية حول مستوى الوعي الأخلاقي بناءً على السمات الشخصية والأكاديمية لأفراد العينة.
5. تقديم تصور مقترح لبناء دليل إرشادي أو برامج تدريبية تساهم في رفع كفاءة الضبط الأخلاقي الذاتي لدى إعلاميي المستقبل بجامعة ميدأوشن.

5- الدراسات السابقة

تم استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، والتي تناولت الأبعاد الأخلاقية والقانونية للذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي، وذلك بهدف تحليل التطور المفاهيمي للموضوع، وتحديد موقع الدراسة الحالية ضمن الأدبيات العلمية، واستخلاص الفجوة البحثية.

وقد تم تصنيف الدراسات إلى دراسات عربية وأجنبية حديثة، وتحليلها وفق منهج نقدي يركز على طبيعة المتغيرات، وأدوات البحث، وأبرز النتائج ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية.

أولاً: الدراسات العربية الحديثة

تهدف دراسة العطيلاوي (2026) إلى الكشف عن دور الإعلام الرقمي في توعية الشباب السعودي بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، باستخدام المنهج الوصفي المسحي على عينة قوامها (400) مفردة. وتوصلت إلى أن وسائل الإعلام الرقمي تساهم في توعية الشباب بمخاطر الذكاء الاصطناعي، حيث حصلت عبارة "علمتني كيف أحمي نفسي من المخاطر" على أعلى متوسط وزني (4.00)، كما أظهرت النتائج أن الصحف الإلكترونية جاءت في المرتبة الأولى كأكثر وسيلة استخداماً بنسبة (30%)، يليها اليوتيوب (24.5%)، ثم التيك توك (18.5%). ويمكن الاستفادة منها في تحديد أهم وسائل الإعلام الرقمي المستخدمة في التوعية بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، والاستفادة من منهجيتها في تصميم الاستبيان، كما تدعم نتائجها فرضية وجود علاقة بين الإعلام الرقمي والوعي الأخلاقي.

واستكمالاً للاتجاه البحثي نفسه، تناولت دراسة العبلوي (2026) الاتجاهات البحثية الحديثة نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي الرقمي، باستخدام منهج تحليل المحتوى من المستوى الثاني على (201) دراسة. وكشفت النتائج عن تباين جوهري بين الاتجاهات البحثية الأجنبية والعربية، حيث ركزت الأولى على التحولات العميقة في بنية إنتاج المحتوى الرقمي، بينما اكتفت الثانية برصد المظاهر الشكلية لهذه التحولات، كما أظهرت وجود فجوة في قدرة غرف الأخبار العربية على مواكبة التغيرات التكنولوجية. وتفيد الدراسة الحالية من هذه النتائج في فهم الفجوة بين الممارسات الإعلامية العربية والعالمية، وتبرز أهمية تحديث المناهج الأكاديمية لمواكبة التطورات التكنولوجية.

وفي السياق نفسه، سعت دراسة العنزي (2025) إلى التعرف على واقع دور الإعلام الأمني في توعية المواطنين بمخاطر الذكاء الاصطناعي، باستخدام المنهج الوصفي المسحي على عينة بلغت (869) مفردة. وأشارت النتائج إلى أن هذا الدور جاء متوسطاً من وجهة نظر العينة، بينما جاءت موافقتهم على السبل المقترحة لتعزيزه مرتفعة، مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي. وتفيد الدراسة الحالية من التوصيات التي دعت إلى عقد ندوات توعوية وبرامج تدريبية للعاملين في الإعلام، وتوفير الأدوات والبرمجيات اللازمة لتعزيز دور الإعلام في التوعية بمخاطر الذكاء الاصطناعي.

وبنحو مقارب، هدفت دراسة عمر وحو (2025) إلى الكشف عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم المجتمعية لدى الشباب، باستخدام المنهج الوصفي المسحي على عينة قوامها (174) مفردة. وأظهرت النتائج أن (45.7%) من أفراد العينة يظهر لهم محتويات غير لائقة، و(30%) تعرضوا لاختراق حساباتهم، مع وجود علاقة ارتباطية موجبة بين استخدام هذه المواقع وتأثيرها على القيم المجتمعية، حيث جاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الأولى (64.1%)، تليها القيم الدينية والأخلاقية (60.2%). وتفيد هذه النتائج في فهم تأثير الذكاء الاصطناعي على القيم المجتمعية، وتبرز أهمية التوعية الأخلاقية لحماية الشباب من المخاطر الرقمية.

أما دراسة خلوف (2024) فركزت على انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على العمل المهني في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، باستخدام المنهج الوصفي المسحي على عينة من (40) صحفياً. وأظهرت النتائج أن (40%) من الباحثين رأوا حاجة جميع العاملين في الصناعة الإعلامية إلى تدريبات عميقة بالذكاء الاصطناعي، بينما رأى (25%) فقط أن التقنيات قد تحل محل العنصر البشري، مما يشير إلى حالة من التردد في تبني هذه التقنيات. وتبرز هذه النتائج

الحاجة الملحة لتدريب الكوادر الإعلامية على تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتفيد في فهم التحديات التي تواجه تبني هذه التقنيات في المؤسسات الإعلامية.

وفي الإطار نفسه، أكدت دراسة راشد (2024) أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دوراً حاسماً في تطوير صناعة الإعلام، مع ضرورة بقاء الإنسان محركاً أساسياً لهذه التقنيات، ودعت إلى وضع مبادئ أخلاقية جديدة تضمن توازن الإنسان والآلة في عملية الإنتاج الإعلامي. وتدعم هذه التوصيات الداعية إلى وضع مبادئ أخلاقية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وتفيد في صياغة عبارات المحور الرابع من الاستبيان.

أما دراسة عبد الرزاق (2022) فسعت إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، باستخدام المنهج الوصفي المسحي على عينة قوامها (451) مفردة، وبتطبيق نظرية قبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات. وتوصلت إلى أن المجالات الأكثر استخداماً لهذه التقنيات هي: المجال التسويقي، ثم الإعلامي، وأخيراً الفني والإداري. وتفيد في فهم واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وتبرز المجالات الأكثر احتياجاً للتطوير.

وفي الاتجاه نفسه، اهتمت دراسة كريكت (2022) بالكشف عن الدور الممكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي في أخلاق محتوى مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت إلى أن هذه الخوارزميات يمكن أن تقوم بدور فعال في حماية المستخدمين من المحتويات المسيئة والضارة، من خلال خدمات مثل تعليق الحسابات، والحذف التلقائي للمنشورات المسيئة، وتحليل البيانات الوصفية للصور والفيديوهات. وتفيد في فهم الدور الرقابي للخوارزميات في حماية المستخدمين من المحتويات غير الأخلاقية، وتبرز أهمية الوعي بآليات عمل هذه الخوارزميات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية الحديثة

في السياق الأكاديمي، تناولت دراسة Vieriu & Petrea (2025) تأثير الذكاء الاصطناعي على التطور الأكاديمي للطلاب، باستخدام المنهج المسحي على عينة من طلبة جامعة بوليتيخيا بوخارست (ن=58). ورغم الفوائد الكبيرة للذكاء الاصطناعي في تحسين النتائج الأكاديمية، حددت الدراسة تحديات جوهرية تمثلت في: الإفراط في الاعتماد، تراجع مهارات التفكير النقدي، مخاطر خصوصية البيانات، والغش الأكاديمي. وتدعم هذه النتائج الفرضية الأساسية للبحث حول الفجوة بين الاستخدام المكثف والوعي الأخلاقي، وتفيد في تصميم عبارات تقيس المخاطر الأكاديمية في البيئة الجامعية.

وبنحو مقارب، حللت دراسة Gazulla وآخرون (2024) وجهات نظر الشباب حول أخلاقيات التكنولوجيا، من خلال دراسة تجريبية شملت شباباً في أنشطة تعلم تكنولوجي. وأظهرت النتائج أن الشباب قادرون على التفكير في أخلاقيات الذكاء الاصطناعي حتى دون تدريس مخصص، مع قدرتهم على مراعاة أبعاد مختلفة وربطها بالاستخدامات اليومية. وتفيد في فهم كيفية تشكل الوعي الأخلاقي لدى الشباب بشكل طبيعي، وتبرز أهمية تعزيز هذا الوعي عبر التعليم المنظم.

أما دراسة Howley (2019) فاستكشفت التأثيرات المحتملة للذكاء الاصطناعي على الشباب، من خلال البحث في أنواع الذكاء الاصطناعي لفهم قوي للتكنولوجيا. وتوصلت إلى أن أجهزة وتقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت شائعة بين فئة الشباب، مما يستوجب وعياً متقدماً بمخاطرها. وتساعد في صياغة عبارات "المخاطر الأخلاقية" في الاستبيان.

وفي الإعلام المهني، توصلت دراسة Komatsu وآخرون (2022) إلى أن الذكاء الاصطناعي سلاح ذو حدين؛ فهو يدعم قيم المصداقية عبر التحقق من البيانات، لكنه يقوضها عبر توليد محتوى متحيز أو مضلل، وقد يضعف الإبداع البشري. وتفيد في صياغة عبارات "المخاطر والمزايا الأخلاقية" في الاستبيان، وتحديد أثر التكنولوجيا على البعد الإبداعي والمهني للطلاب.

وكشفت دراسة Porlezza & Ferri (2023) من خلال مقابلات معمقة مع (25) خبيراً صحفياً وأكاديمياً من خمس دول أوروبية، أن التقنيات الخوارزمية تؤثر بعمق على الهياكل التحريرية، لكن النقاشات حول المخاوف الأخلاقية المباشرة غالباً ما تُهمش، مما يستوجب تكثيف البحوث حول الشفافية والمساءلة. وتدعم مبررات البحث في ضرورة تسليط الضوء على "الوعي الأخلاقي" كقضية ملحة، وتبرز أهمية دراسة وعي الطلبة كخطوة استباقية.

وفي السياق نفسه، أظهرت دراسة Howe وآخرون (2023) إدراكاً واسعاً لدى الإعلاميين لأهمية أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الكفاءة، مع تأكيد شديد على ضرورة دمج القيم المهنية والأخلاقية في تصميمها لخدمة الصالح العام. وتساعد في فهم أبعاد "الممارسات الفعلية" وربط الجانب التقني بالمسؤولية الأخلاقية.

أخيراً، أكدت دراسة Flew & Gillett (2024) على ضرورة وجود أطر تنظيمية مرنة تتوازن بين تشجيع الابتكار وحماية الحقوق الأساسية (الخصوصية، الملكية الفكرية، عدم التمييز)، مع دور محوري للتعليم الأكاديمي في تشكيل الوعي الأخلاقي للكفاءات الإعلامية المستقبلية. وتعزز البعد القانوني والتنظيمي في الدراسة، وتوفر إطاراً مرجعياً لتوصيات البحث حول السياسات الأكاديمية والمهنية المقترحة.

ثالثاً: خلاصة تحليل الدراسات السابقة

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة وتحليلها النقدي ما يلي:

1. الاتفاق على التحديات الأخلاقية: أجمعت معظم الدراسات (العربية والأجنبية) على أن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام يطرح تحديات أخلاقية عميقة مرتبطة بالمصداقية، والشفافية، والملكية الفكرية، والتحيز الخوارزمي، والتزييف العميق.
2. ضعف الوعي الأخلاقي: أشارت الدراسات الميدانية (العطاوي، 2026؛ عمر وحواء، 2025؛ Vieriu & Petrea، 2025؛ Gazulla & Others، 2024) إلى وجود وعي متوسط إلى منخفض لدى الشباب والطلبة تجاه الأخلاقيات الرقمية، مع فجوة واضحة بين المعرفة النظرية والسلوك التطبيقي.
3. قصور المناهج الأكاديمية: أكدت دراسات (العلاوي، 2026؛ العنزي، 2025؛ Vieriu & Petrea، 2025) أن المناهج الأكاديمية الحالية لا تولي اهتماماً كافياً لتدريس أخلاقيات الإعلام الرقمي وتقنياته الحديثة، مما يضعف إعداد الطالب إعداداً أخلاقياً وقانونياً متكاملًا.
4. إغفال الفئة الأكاديمية: ركزت معظم الدراسات على الممارسين المهنيين (الصحفيين والإعلاميين) كما في دراسات (خلف، 2024؛ عبد الرزاق، 2022؛ Komatsu & Others، 2022؛ Howe & Others، 2023) أو على فئة الشباب بشكل عام كما في دراسة (العطاوي، 2026؛ ، 2019؛ Howley، 2023) أو على الجانب النظري والسياسات العامة كما في دراسات (راشد، 2024؛ Flew & Gillett، 2024).

5. الفجوة البحثية: بناءً على ما تقدم، تتمثل الفجوة البحثية في قلة الدراسات الميدانية التي تربط بين كثافة استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستوى الوعي الأخلاقي والقانوني لدى طلبة الإعلام في سياق جامعي محدد. وتأتي الدراسة الحالية لتسد هذه الفجوة من خلال قياس مستوى الوعي الأخلاقي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن، وتحديد العوامل المؤثرة فيه، والخروج بتوصيات عملية لتطوير البيئة الأكاديمية.

1- نظرية الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام (Social Responsibility Theory) بوصفها الإطار النظري الرئيس، وذلك لملاءمتها المباشرة لطبيعة موضوع الدراسة الذي يتمحور حول قياس مستوى الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام في سياق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي. وتنطلق هذه النظرية من افتراض أساسي مفاده أن وسائل الإعلام ليست مجرد أدوات تقنية لإنتاج وتوزيع المحتوى، بل هي مؤسسات اجتماعية تؤثر في تشكيل الوعي العام والسلوك الجمعي، وبالتالي فهي مطالبة بالالتزام بمجموعة من الضوابط الأخلاقية والمهنية التي تضمن خدمة المجتمع وحماية الصالح العام. وتؤكد النظرية أن حرية الإعلام يجب أن تُمارس ضمن إطار من المسؤولية المهنية والأخلاقية، بما يمنع إساءة الاستخدام أو نشر المعلومات المضللة أو انتهاك الحقوق الفكرية أو الإضرار بالقيم المجتمعية. وتقوم هذه النظرية على مجموعة من المبادئ الأساسية، أهمها:

- الالتزام بالدقة والموضوعية في تقديم المحتوى الإعلامي.
- احترام القيم والمعايير الأخلاقية والاجتماعية.
- تعزيز الشفافية وتحمل المسؤولية عن المحتوى الإعلامي.
- حماية الجمهور من المحتوى غير الموثوق أو المضلل.

وترتبط هذه النظرية بموضوع الدراسة ارتباطاً مباشراً، إذ إن استخدام طلبة الإعلام لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنتاج المحتوى الرقمي يفرض عليهم التزاماً أخلاقياً ومهنياً مضاعفاً يتمثل في ضرورة التحقق من صحة المخرجات الرقمية وتجنب الانحياز أو التزييف أو انتهاك حقوق الملكية الفكرية، وهو ما يجعل هذه النظرية مناسبة لتفسير مستوى الوعي الأخلاقي لديهم.

2- منظور الدراسة

تعتمد الدراسة على المنظور الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة كما هي في الواقع لدى طلبة

كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن، من خلال رصد مستوى الوعي الأخلاقي لديهم تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي دون أي تدخل من الباحث في المتغيرات.

ولا يقتصر هذا المنظور على الوصف فقط، بل يتجاوزه إلى التحليل والتفسير من خلال دراسة العلاقات بين متغيرات الدراسة مثل مستوى الاستخدام ومستوى الوعي الأخلاقي، إضافة إلى دراسة تأثير المتغيرات الديموغرافية مثل المستوى الدراسي ومعدل الاستخدام اليومي، بهدف الوصول إلى فهم علمي دقيق للظاهرة وتفسير أبعادها بشكل منهجي.

3- منهج ونوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة الظواهر كما هي في الواقع وتحليلها بطريقة علمية منظمة، وتعتمد على المنهج الوصفي المسحي بوصفه الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة وأهدافها. ويُعرّف المنهج الوصفي المسحي بأنه منهج بحثي يعتمد على جمع بيانات منظمة من عينة تمثل مجتمع الدراسة باستخدام أدوات مثل الاستبانة، بهدف وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها كما هي دون أي تدخل من الباحث. وقد تم اختيار هذا المنهج لكونه الأقرب استخداماً وتوظيفاً لدراستنا لعدة اعتبارات، أبرزها:

1. ملاءمته لطبيعة الدراسة التي تسعى إلى قياس مستوى الوعي الأخلاقي.
2. قدرته على إنتاج بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي.
3. ملاءمته لمجتمع الدراسة المتمثل في طلبة كلية الإعلام.
4. سهولة تطبيقه في البيئة الجامعية.
5. إمكانية الاعتماد عليه في استخلاص نتائج دقيقة يمكن تفسيرها وربطها بتساؤلات الدراسة.

4- عينة الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على العينة القصدية بوصفها أحد أنواع العينات غير الاحتمالية التي يختار فيها الباحث أفراد عينة الدراسة بناء على معرفته الشخصية وبشكل مقصود لخدمة أهداف بحثه.

وقد تم اختيار هذا النوع من العينات لعدة أسباب، أهمها:

- ملاءمتها لطبيعة مجتمع الدراسة المتجانس نسبياً والمتمثل في طلبة الإعلام.
 - سهولة تطبيقها داخل البيئة الجامعية.
 - قدرتها على تمثيل المجتمع البحثي بشكل مناسب.
- وقد بلغ حجم العينة () مبحوثاً من طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن، حيث تم توزيع () استبانة، وتم استرجاع ()

5- أدوات جمع البيانات

إستعنا في جمع بيانات الدراسة ب:

- استمارة الاستبيان وكانت في شكلها الإلكتروني وبلغ عدد الاستمارات الموزعة على المبحوثين () وتم استرجاع () نظراً لعدم التزام المبحوثين بالإجابة عنها.
- بعدين هنا نعرف الاستبانة:

- الملاحظة (تُعد الملاحظة أداة مساندة في هذه الدراسة، وهي أسلوب بحثي يقوم على المشاهدة المنظمة لسلوك الظاهرة في بيئتها الطبيعية بهدف فهمها وتفسيرها بشكل أعمق)