

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 ومحركات 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 بالتبعية 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 يؤثر على إمكانية نشوء جيل إعلامي يفكر 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:

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 المصداقية، والشفافية، وحقوق الملكية الفكرية، والمسؤولية الاجتماعية أثناء توظيفهم لتلك التقنيات.

وتسعى الإشكالية إلى سبر أغوار هذه العلاقة، حيث 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 (كالمصداقية، 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 وتنفيذ 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 والتطبيقية 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

تهدف دراسة العطيوي (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 تسهم في توعية الشباب بمخاطر الذكاء الاصطناعي، كما أظهرت النتائج أن الصحف الإلكترونية جاءت في المرتبة الأولى كأكثر وسيلة استخداماً بنسبة (30%)، يليها اليوتيوب (24.5%)، ثم التيك توك (18.5%). وتفيد الدراسة في إبراز دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الأخلاقي بالذكاء الاصطناعي.

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. وكشفت النتائج عن تباين بين الدراسات العربية والأجنبية في معالجة التحولات العميقة في صناعة المحتوى الرقمي، مع وجود فجوة بحثية في مواكبة التطور التكنولوجي. وتفيد الدراسة في توضيح الفجوة بين الممارسة الإعلامية والتطور التقني.

وفي السياق نفسه، سعت دراسة العنزي (2025) إلى التعرف على دور الإعلام في توعية الجمهور بمخاطر الذكاء الاصطناعي، باستخدام المنهج الوصفي المسحي. وأشارت النتائج إلى أن دور الإعلام جاء بدرجة متوسطة، مع ارتفاع مستوى التأييد لتعزيزه عبر برامج تدريبية وتوعوية. وتفيد في دعم أهمية رفع مستوى التوعية الأخلاقية بالتقنيات الحديثة.

وبنحو متقارب، 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. وأظهرت النتائج وجود تأثيرات سلبية مرتبطة بالاستخدام الرقمي، مما يعزز أهمية الوعي الأخلاقي في البيئة الرقمية.

أما دراسة خلوف (2024) فركزت على انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على العمل المهني في المؤسسات الإعلامية، وأظهرت وجود حاجة ملحة لتدريب العاملين على هذه التقنيات، مع استمرار الجدل حول تأثيرها على العنصر البشري.

وفي الإطار نفسه، أكدت دراسة راشد (2024) أهمية وضع أطر أخلاقية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، بما يضمن التوازن بين التطور التقني والمسؤولية المهنية.

أما دراسة عبد الرزاق (2022) فسعت إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، وأظهرت أن الاستخدام يتركز بشكل أكبر في المجال الإعلامي والتسويقي، مما يعكس توسع الاعتماد على هذه التقنيات في صناعة المحتوى.

وفي الاتجاه نفسه، اهتمت دراسة كريكت (2022) بدور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في أخلاقية المحتوى الرقمي، وأكدت على دورها في الحد من المحتوى الضار وتعزيز الرقابة الرقمية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

تناولت دراسة (Vieriu & Petrea 2025) تأثير الذكاء الاصطناعي على التطور الأكاديمي للطلاب، وتوصلت إلى وجود فوائد تعليمية مقابل تحديات أخلاقية مثل ضعف التفكير النقدي ومخاطر الغش الأكاديمي، مما يدعم أهمية دراسة الوعي الأخلاقي لدى الطلبة.

وأظهرت دراسة (Gazulla et al. 2024) أن الشباب قادرون على التفكير في القضايا الأخلاقية المرتبطة بالتكنولوجيا حتى دون تعليم مباشر، مع تشكل تدريجي للوعي الأخلاقي عبر الاستخدام اليومي.

كما أكدت دراسة (Flew & Gillett 2024) أهمية وجود أطر تنظيمية وأخلاقية مرنة للذكاء الاصطناعي توازن بين الابتكار وحماية الحقوق الأساسية، مع دور محوري للتعليم في تعزيز الوعي الأخلاقي.

وتناولت دراسة (Porlezza & Ferri 2023) تأثير الخوارزميات على البنية التحريرية في الإعلام، وأكدت وجود فجوة في النقاشات الأخلاقية المتعلقة بالشفافية والمساءلة.

وكشفت دراسة (Komatsu et al. 2022) أن الذكاء الاصطناعي يمثل سلاحاً ذا حدين في الإعلام، حيث يعزز المصداقية عبر التحقق من المعلومات، لكنه قد يساهم في إنتاج محتوى مضلل أو متحيز.

ثالثاً: خلاصة تحليل الدراسات السابقة

أهم النتائج المتوصل إليها في مراجعة الدراسات السابقة:

- اتفاق معظم الدراسات على وجود تحديات أخلاقية مرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي.
- وجود فجوة بين الاستخدام التقني ومستوى الوعي الأخلاقي لدى المستخدمين، خاصة فئة الشباب والطلبة.

- قصور واضح في إدماج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي ضمن المناهج الأكاديمية الإعلامية.
- ندرة الدراسات التي تناولت طلبة الإعلام بشكل مباشر داخل البيئة الجامعية.

وبناءً على ذلك، تتمثل الفجوة البحثية في قلة الدراسات التي تربط بين استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستوى الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام في البيئة الجامعية، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته من خلال القياس الميداني وتحليل العلاقة بين المتغيرات.

أوجه الاستفادة من الدراسات

تستفيد الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة جوانب علمية ومنهجية، حيث أسهمت في تعزيز الإطار النظري من خلال إبراز أهمية أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي، كما ساعدت في بناء محاور أداة الدراسة (الاستبانة) المتعلقة بالوعي الأخلاقي والمخاطر المرتبطة باستخدام هذه التقنيات. كما أسهمت في تحديد الفجوة البحثية المتمثلة في قلة الدراسات التي تناولت طلبة الإعلام داخل البيئة الجامعية بشكل مباشر. واستفادت الدراسة كذلك من المنهجيات البحثية المستخدمة في الدراسات السابقة في اختيار المنهج الوصفي المسحي وتحديد أساليب جمع البيانات المناسبة إضافة إلى ذلك، تدعم هذه الدراسات تفسير النتائج ومقارنتها بما توصلت إليه الدراسات العربية والأجنبية الحديثة.

6- المقاربة النظرية للدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام (Social Responsibility Theory) بوصفها الإطار النظري الأنسب لتفسير موضوع الدراسة، وذلك لارتباطها المباشر بمفهوم الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام في سياق استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلام الرقمي. وتُعرّف نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام بأنها أحد الاتجاهات النظرية في الدراسات الإعلامية التي تؤكد أن حرية وسائل الإعلام لا تكون مطلقة، بل يجب أن تُمارس ضمن إطار من الالتزام الأخلاقي والمجتمعي بما يحقق الصالح العام ويحمي الجمهور من التضليل. وقد نشأت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال أربعينيات القرن العشرين كردّ فعل على نظرية الحرية المطلقة للإعلام، ويُعد تقرير لجنة حرية الصحافة (Hutchins Commission) عام 1947 من أبرز الأسس المؤسسة لها، حيث وضع تصوراً لدور الإعلام بوصفه مسؤولاً اجتماعياً أمام المجتمع. ومن أبرز روادها ومؤسسيها الفكريين لجنة هنتشينز، إلى جانب عدد من الباحثين في دراسات الإعلام الغربي الذين أكدوا على ضرورة ربط حرية الإعلام بالمسؤولية الأخلاقية. وتستخدم هذه النظرية في الدراسات الإعلامية في تفسير سلوك القائمين بالاتصال وقياس الالتزام المهني والأخلاقي في إنتاج المحتوى الإعلامي، إضافة إلى تحليل تأثير التطورات التقنية الحديثة على الممارسة الإعلامية، خاصة في بيئات الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي. وتقوم هذه النظرية على مجموعة من المبادئ الأساسية، أهمها الالتزام بالدقة والموضوعية في إنتاج

المحتوى الإعلامي، واحترام القيم والمعايير الأخلاقية والاجتماعية، وتحمل المسؤولية الاجتماعية عن المحتوى الإعلامي، وحماية الجمهور من المعلومات المضللة أو غير الموثوقة، وتحقيق التوازن بين حرية الإعلام والمسؤولية المهنية.

إسقاط النظرية على الدراسة: تُسهم نظرية المسؤولية الاجتماعية في تفسير موضوع الدراسة من خلال ربطها بسلوك طلبة الإعلام عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث إن استخدام هذه التقنيات في إنتاج المحتوى الإعلامي يتطلب التزاماً أخلاقياً ومهنيّاً يضمن الدقة والمصداقية واحترام حقوق الملكية الفكرية وتجنب التزييف أو الانحياز. وبناءً على ذلك فإن مستوى الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام يعكس مدى إدراكهم لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في البيئة الرقمية الحديثة، خاصة مع انتشار أدوات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى.

أوجه الاستفادة من النظرية: تستفيد الدراسة من هذه النظرية في تفسير مستوى الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام، وتحليل سلوكهم أثناء استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي، وبناء محاور الاستبانة المتعلقة بالمصداقية والشفافية والمسؤولية، ودعم تفسير النتائج وربطها بالإطار الأخلاقي للممارسة الإعلامية.

7- منهج ونوع الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، وهو أحد أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الإعلامية، ويهدف إلى وصف الظاهرة كما هي في الواقع وتحليل بياناتها ومعطياتها وتفسيرها بشكل علمي. ويُعد هذا المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة الحالية باعتبار أنه يساعد على قياس مستوى الوعي الأخلاقي لدى طلبة الإعلام تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتحليل النسب والمعطيات التي تحصلنا عليها ومن ثم تفسيرها وفق أسس علمية منظمة.

8- عينة الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على العينة القصدية (Purposive Sampling) هي أحد أنواع العينات غير الاحتمالية التي يتم فيها اختيار أفراد العينة بشكل مقصود بناءً على خصائص محددة تتناسب مع أهداف الدراسة، وليس بطريقة عشوائية، حيث يعتمد الباحث على اختيار أفراد يمتلكون صفات أو خبرات مرتبطة مباشرة بموضوع البحث.

وتقوم العينة القصدية على اختيار أفراد الدراسة وفق معايير يحددها الباحث مسبقاً، بحيث يتم الوصول إلى الفئة الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة والقادرة على تقديم بيانات دقيقة تخدم أهداف البحث، بدلاً من الاعتماد على أسلوب الاختيار العشوائي.

وفي هذه الدراسة تم اختيار طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن باعتبارهم مجتمع الدراسة المستهدف، وذلك لكونهم الفئة الأكثر استخداماً لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في المجالات الإعلامية والأكاديمية، مما يجعلهم الأكثر قدرة على الإجابة عن تساؤلات الدراسة بدقة وموضوعية.

ويُبرر اختيار العينة القصدية في هذه الدراسة بعدة أسباب، من أهمها:

- أنها تضمن اختيار الفئة الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة.
- أنها مناسبة للدراسات التي تستهدف مجتمعاً متخصصاً داخل إطار محدد.
- أنها تساعد في الحصول على بيانات أكثر دقة وعمقاً حول الظاهرة المدروسة.
- أنها تتوافق مع طبيعة الدراسة الميدانية في البيئة الجامعية.

وسيتم تطبيق أداة الاستبانة على طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن ممن تنطبق عليهم شروط الدراسة، دون استخدام أسلوب الاختيار العشوائي.

وقد بلغ حجم العينة () مبحوثاً من طلبة كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن حيث تم توزيع () استبانة، وتم استرجاع () .

9- أدوات جمع البيانات

تعتمد الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، نظراً لملاءمتها للدراسات الوصفية وقدرتها على جمع بيانات كمية منظمة من عدد كبير من الأفراد خلال فترة زمنية محددة.

وتم الاستعانة في جمع بيانات الدراسة بما يتوافق مع أهداف الدراسة وتسألاتها كما يلي:

- استمارة الاستبيان تم تطبيقها بصيغة إلكترونية، وبلغ عدد الاستبانات الموزعة على المبحوثين () استبانة، وتم استرجاع () استبانة، بينما لم يتم استرجاع بعض الاستبانات أو لم تستكمل من قبل بعض المبحوثين، نظراً لعدم التزام المبحوثين بالإجابة عنها وهو ما يعد من التحديات الشائعة في الدراسات الميدانية.
- 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.

وقد تم توظيف الملاحظة في متابعة سلوك طلبة كلية الإعلام أثناء استخدامهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنجاز المهام الأكاديمية والإعلامية، بما يساعد على تكوين تصور أولي حول طبيعة الاستخدام الفعلي لهذه التقنيات وعلاقته بمستوى الوعي الأخلاقي، وكذلك دعم تفسير النتائج التي سيتم التوصل إليها من خلال الاستبانة، خاصة فيما يتعلق بالفجوة بين كثافة الاستخدام التقني ومستوى الإدراك الأخلاقي لدى بعض أفراد العينة.

10- مجالات الدراسة

أ/ المجال المكاني: أجريت الدراسة الميدانية الحالية على عدد من المبحوثين في كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن ونظرا لطبيعة دراستها التي تعتمد على نمط (التعليم عن بعد) فإنها لا تعتمد على نطاق جغرافي محدد مما أتاح لنا التفاعل مع المبحوثين عبر البيئة الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي.

ب/ المجال الزمني: أجريت الدراسة في الفترة مابين: 2026/6/14 إلى غاية 2026/8/14 وكانت مقسمة بين العمل النظري في إعداد السند النظري ومن ثم العمل الميداني في توزيع الاستمارة على الطلبة وجمعها وتفسيرها وفق أسس علمية.

ج/ المجال البشري: أجريت الدراسة على () طالب في كلية الإعلام بجامعة ميدأوشن عبر منصات التواصل الاجتماعي.