Journal of Digital Media and Artificial Intelligence
Vol. 3 No. 2 (2026) PP 66-98

Representations of the Ethical Risks of Artificial Intelligence in the Media and University Students' Responses: An Analytical and Field Study Based on Media Framing Theory

Ahmed Mohammed Qerran Al-Zahrani [1]

1faculty of Communication and Media, King Abdulaziz University, KSA.

Received 20 Feb, 2026
Revised 09 Mar, 2026
Accepted 09 April, 2026

Published: May. 2026

Cited as:
A. Al Zahrani, Representations of the Ethical Risks of Artificial Intelligence in the Media and University Students' Responses: An Analytical and Field Study Based on Media Framing Theory, J. Dig Media. AI. Vol. 3 No. 2 (2026) PP 66- 98.
DOI: 10.18576/jdmai /030201

Abstract: This study aims to analyze how ethical risks associated with artificial intelligence (AI) are represented in news content published by Arab and international platforms and newspapers, and to examine the relationship between levels of media exposure and university students' risk perception, anxiety, and trust in AI. The study adopted a mixed-methods approach, combining content analysis of 92 purposively selected news items from eight Arab and international media outlets identified through an initial scan as the most active in covering AI ethical risks with a survey administered to a simple random sample of 365 students from King Abdulaziz University and the University of Jeddah to measure media exposure, risk perception, anxiety, and trust.

The content analysis results indicate that 47.8% of the analyzed items adopted a negative or cautionary tone, reflecting a general media tendency to emphasize ethical risks in AI-related coverage. At the field level, the findings show that 91.8% of students perceive privacy violation as the most salient ethical risk. The results also reveal statistically significant relationships between media exposure and risk perception, between risk perception and anxiety, as well as an inverse relationship between anxiety and trust, in addition to significant demographic differences by gender and academic year.

These findings highlight the importance of understanding representations of AI within journalistic and digital content in relation to students' perceptions, and they underscore the need for developing more balanced media and educational approaches that promote ethical and informed engagement with AI technologies.

Keywords: Artificial Intelligence; Ethical Risks; Media Framing; Content Analysis; Media Exposure; Risk Perception.

تمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، واستجابات طلبة الجامعة: دراسة تحليلية وميدانية في ضوء نظرية التأطير الإعلامي.

أحمد بن محمد قران الزهراني1

1كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.

المستخلص: تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في المواد الإخبارية المنشورة عبر المنصات والصحف العربية والأجنبية، ودراسة العلاقة بين مستوى التعرض الإعلامي ومستويات إدراك الطلبة لهذه المخاطر، وما يرتبط بها من القلق والثقة. وقد اعتمدت الدراسة منهجا مختلطا، جمع بين المنهج التحليلي من خلال تحليل مضمون (92) مادة إخبارية جمعت قصدا من ثماني منصات وصحف عربية وأجنبية، اختيرت بعد مسح أولي بوصفها الأكثر تناولا لقضايا المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، والمنهج المسحي من خلال تطبيق استبيان على عينة عشوائية بسيطة قوامها (365) طالبا وطالبة من جامعتي الملك عبدالعزيز وجدة، لقياس مستوى التعرض

*Corresponding author: E-mail: amjalzahrani@kau.edu.sa

الإعلامي، وإدراك المخاطر، ومستويات القلق، والثقة.

أظهرت نتائج تحليل المضمون أن (47.8%) من المواد اتسمت بنبرة سلبية / تحذيرية، بما يعكس توجها إعلاميا عاما نحو إبراز المخاطر الأخلاقية في تناول قضايا الذكاء الاصطناعي، وعلى المستوى الميداني أظهرت النتائج أن (91.8%) من الطلبة يدركون انتهاك الخصوصية بوصفه أبرز المخاطر الأخلاقية، كما أظهرت وجود علاقات دالة إحصائيا بين مستوى التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر، وبين إدراك المخاطر والقلق، إضافة إلى علاقة عكسية بين القلق والثقة، فضلا عن فروق ديموغرافية دالة بحسب الجنس والسنة الدراسية.

وتبرز هذه النتائج أهمية فهم تمثلات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الصحفي والرقمي في سياق تصورات الطلبة، بما يسهم في تطوير مقاربات إعلامية، وتربوية، أكثر توازنا، تعزز الوعي الأخلاقي باستخدامات الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي؛ المخاطر الأخلاقية؛ التأطير الإعلامي؛ تحليل المضمون؛ التعرض الإعلامي؛ إدراك المخاطر.

أولاً: المقاربة المنهجية

أولاً: المقدمة.

أفرز التوسع المتسارع في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ولا سيما في مجالات الإعلام والتعليم والعمل والفضاء العام، تصاعدا ملحوظا في النقاشات المتعلقة بأبعاده الأخلاقية وتداعياته المجتمعية. وقد ركزت الدراسات الحديثة على مجموعة من الإشكالات المتكررة، من أبرزها التحيز في الخوارزميات، وانتهاك الخصوصية، وانتشار المحتوى الاصطناعي المضلل، فضلا عن المخاطر الأوسع المرتبطة بفقدان الوظائف، والتأثيرات الجيوسياسية، وتراجع الثقة المعرفية.

وتبرز هذه الموضوعات الحاجة إلى إطار يدمج بين الأبعاد التقنية والأخلاقية والاجتماعية لفهمها وتحليلها بصورة أشمل (Floridi & Cowls, 2021)، تتزايد أهمية هذا المنظور في ظل الدور المحوري الذي تلعبه وسائل الإعلام في تكوين التصورات العامة. فوفقا لنموذج التأطير الإعلامي الذي قدمه إنتمن (1993)، تقوم التغطية الصحفية بتحديد جوهر القضية وأسبابها والجهات المرتبطة بها، إضافة إلى ما قد يترتب عليها من نتائج، الأمر الذي يجعل طريقة العرض الإعلامي عنصرا مؤثرا في تشكيل فهم الجمهور.

تظهر بعض الدراسات أن وسائل الإعلام كثيرا ما تعرض قضايا الذكاء الاصطناعي من زاوية تهديد أو مخاطرة، مع اعتماد واضح على خبراء وتقارير تقنية في صياغة هذا التناول.»، بما يؤثر في إدراك الجمهور ودرجة ثقته بالتقنيات الناشئة (Marda & Narayan, 2020). كما تظهر اتجاهات مشابهة في الدراسات العربية؛ إذ بينت فاروق (2025) أن تناول وسائل الإعلام لقضايا الذكاء الاصطناعي يركز على المخاطر الأخلاقية مثل الخصوصية والتحيز وتداعيات الاستخدام المؤسسي، الأمر الذي يسهم في تشكيل وعي المتلقين واستجاباتهم الانفعالية تجاه التقنية. وتدعم الأدبيات الحديثة هذا التوجه؛ إذ تشير دراسات معاصرة إلى أن الطلبة لا ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة محايدة، بل يقاربونه بقدر من الحذر المرتبط بأبعاده الأخلاقية والمعرفية "يبدي الطلبة مخاوف واضحة تتعلق بالقضايا الأخلاقية، وحماية البيانات، وموثوقية مخرجات أنظمة الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى التأثير المحتمل لهذه الأنظمة في استقلالية التعلم وتنمية التفكير النقدي لديهم" (Kasneci et al., 2023).

وانطلاقا من هذا الأساس النظري، جاءت هذه الدراسة لاستكشاف كيفية تناول المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في المحتوى العربي والأجنبي، وربط ذلك بتصورات الطلبة الجامعيين، وقد اعتمدت الدراسة منهجا مختلطا يتمثل في تحليل مضمون 92 مادة صحفية جمعت قصدا من ثماني منصات وصحف عربية وأجنبية اختيرت بعد مسح أولي كشف أنها الأكثر تناولا لموضوع مخاطر الذكاء الاصطناعي، إلى جانب منهج مسحي طبق على عينة عشوائية بسيطة قوامها 365 طالبا وطالبة من جامعتي الملك عبدالعزيز وجدة، بهدف قياس مستوى التعرض الإعلامي، وإدراك المخاطر، والقلق، والثقة.

وتحددت حدود الدراسة في المحتوى المنشور في المنصات والصحف العربية والأجنبية حول المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، وفي طلبة جامعتين حكوميتين في مدينة جدة، إضافة إلى الحدود الزمنية لجمع المحتوى خلال الفترة الممتدة من عام 2023 حتى نهاية عام 2025، وحدود الموضوع التي تركز على المخاطر الأخلاقية دون غيرها. وقد أظهرت نتائج تحليل المضمون أن 47.8% من المواد اتسمت بنبرة تحذيرية، وأن الفروق بين الوسائل العربية والأجنبية في فئات الخطر والأطر والنبرة والمصادر لم تكن دالة إحصائيا، ما يعكس نمط تغطية متقارب. أما نتائج الدراسة الميدانية فقد بينت أن 91.8% من الطلبة يرون انتهاك الخصوصية أبرز المخاطر الأخلاقية، وأن هناك علاقة دالة بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر، وبين إدراك المخاطر والقلق، إضافة إلى علاقة عكسية بين القلق والثقة، مع فروق ديموغرافية دالة حسب الجنس والسنة الدراسية.

وتسعى هذه الدراسة إلى الإسهام في تعزيز الفهم العلمي لتمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في المحتوى الصحفي والرقمي وعلاقتها بتصورات الجيل الجامعي. ويشار إلى أن الباحث استخدم بعض أدوات الذكاء الاصطناعي لأغراض مساندة في التحرير اللغوي وتقويم المراجع دون أن يمس ذلك أصالة المنهجية أو استقلالية التحليل والنتائج.

ثانيا: مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة توسعا ملحوظا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهو ما استتبعه اهتمام إعلامي متزايد بالجانب الأخلاقي لهذه التقنيات، وبخاصة القضايا المرتبطة بالتحيز الخوارزمي والخصوصية والمعلومات المضللة واحتمالات فقدان الوظائف والمخاطر الوجودية الأوسع. ويؤدي الإعلام دورا مهما في تشكيل الصورة الذهنية للمجتمع حول هذه المخاطر من خلال الأساليب التي يستخدمها في عرضها، وهي أساليب قد تسهم في إثارة القلق أو الخوف، أو على العكس قد تساعد على تقديم فهم أكثر توازنا وموضوعية.

وعلى الرغم من الأهمية البالغة للدور الإعلامي، ما تزال الكيفية التي تعرض بها وسائل الإعلام المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، وكذلك الفروق بين التناول العربي والعالمي لهذه القضايا، غير واضحة بشكل كاف. كما أن تأثير هذه التمثلات على فئة الطلبة الجامعيين، وهم من أكثر الفئات استخداما للتقنية واحتكاكا بها، لم يحظ بالدراسة الكافية التي تكشف عمق هذا الأثر.

من هنا تنبثق مشكلة الدراسة، والتي يمكن صياغتها على النحو الآتي: تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن الكيفية التي تقدم بها المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام العربية والأجنبية، وتحليل الأطر الإعلامية التي تستخدمها هذه الوسائل، ثم دراسة مدى انعكاس هذه التمثلات على استجابات طلبة الجامعة تجاه الذكاء الاصطناعي، من حيث الإدراك والخوف والثقة.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام العربية والأجنبية، واستقصاء أثر هذا الخطاب في استجابات طلبة الجامعة. ويتحقق ذلك من خلال الأهداف الآتية:

1. تحليل طبيعة تناول وسائل الإعلام للمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، من حيث فئات الخطر وأنماط التأطير والنبرة الصحفية ومصادر الاستدلال، مع مقارنة الفروق بين السياقين العربي والعالمي.
2. استكشاف العلاقة بين عناصر الخطاب الإعلامي (فئة الخطر × نوع الإطار × النبرة × المصادر) وتحديد أنماط الاتساق أو الاختلاف بينها.
3. قياس مستوى تعرض الطلبة للرسائل الإعلامية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي ومستوى استخدامهم لأدواته.
4. قياس إدراك الطلبة للمخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، إضافة إلى مستويات القلق والثقة تجاه هذه التقنية.
5. تحليل العلاقات الإحصائية بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر والقلق والثقة، وقياس اتجاهات التأثير وقوته.
6. كشف الفروق الديموغرافية في إدراك المخاطر الأخلاقية تبعا للجنس والجامعة والسنة الدراسية.
7. تقييم نظرة الطلبة للتغطية الإعلامية لقضايا الذكاء الاصطناعي وربط هذا التقييم بمتغيرات الإدراك والانفعال والثقة.

رابعا: أهمية الدراسة:

تسهم هذه الدراسة علميا في سد فجوة معرفية تتعلق بتمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الإعلام العربي، من خلال توظيف نظرية التأطير الإعلامي لتفسير الكيفية التي تبنى بها المعاني المرتبطة بهذه التكنولوجيا في الخطاب الإعلامي. كما تقدم نموذجا بحثيا مزدوجا يجمع بين تحليل المضمون ودراسة الجمهور، وتوفر بيانات كمية وكيفية يمكن البناء عليها في أبحاث مستقبلية تتناول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي ودور الإعلام في تشكيل التصورات المجتمعية المرتبطة به.

وعلى المستوى العملي، تتيح نتائج الدراسة للمؤسسات الإعلامية الاستفادة منها في تطوير أساليب أكثر توازنا في تغطية قضايا الذكاء الاصطناعي، بما يراعي البعد الأخلاقي دون المبالغة في تصوير المخاطر. كما توفر للجامعات والجهات التربوية رؤى داعمة لتصميم برامج توعوية تستهدف الطلبة وتعزز الاستخدام الواعي

2026 @ Copyright

للتقنيات الحديثة، فضلا عن إسهامها في دعم الجهات الحكومية والتقنية في صياغة سياسات أكثر فاعلية لحوكمة الذكاء الاصطناعي، تستند إلى فهم أعمق للتصورات المجتمعية المتعلقة بمخاطره الأخلاقية.

خامسا: أسئلة الدراسة:

تنطلق الدراسة من سؤال رئيسي ويتفرع منه عدة أسئلة:

1. كيف تقدم وسائل الإعلام العربية والأجنبية المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، وما طبيعة استجابات طلبة الجامعة لها من حيث التعرض، والإدراك، والقلق، والثقة؟
2. ما طبيعة تمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في التغطية الإعلامية من حيث فئات الخطر وأنواع الأطر والنبرة ومصادر الاستدلال، وما الفروق بين الوسائل العربية والأجنبية؟
3. ما مستوى استخدام الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي، وما مستوى تعرضهم للتغطية الإعلامية؟
4. ما مستوى إدراك الطلبة للمخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي؟
5. ما مستوى مشاعر القلق والثقة لدى الطلبة تجاه الذكاء الاصطناعي؟
6. ما طبيعة العلاقات بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر الأخلاقية ومشاعر القلق والثقة؟
7. هل تختلف مستويات إدراك المخاطر الأخلاقية تبعا للجنس أو الجامعة أو السنة الدراسية؟
8. ما تقييم الطلبة للتغطية الإعلامية لقضايا الذكاء الاصطناعي، وكيف يرتبط هذا التقييم بإدراك المخاطر والقلق والثقة؟

سادسا: فروض الدراسة:

الفرض 1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنواع المخاطر الأخلاقية التي تتناولها وسائل الإعلام باختلاف نوع الوسيلة (عربية/عالمية).

الفرض 2: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الخطر الأخلاقي ونوع التأطير الإعلامي المستخدم.

الفرض 3: توجد فروق ذات دلالة بين الوسائل العربية والأجنبية في النبرة الإعلامية ومصادر الاستدلال.

الفرض 4: توجد علاقة ذات دلالة بين مستوى التعرض الإعلامي وبين إدراك الطلبة للمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي.

الفرض 5: توجد علاقة طردية ذات دلالة بين ارتفاع حدة التغطية الإعلامية للمخاطر الأخلاقية وبين مستوى القلق لدى الطلبة.

الفرض 6: توجد علاقة عكسية ذات دلالة بين مستوى القلق تجاه الذكاء الاصطناعي ومستوى الثقة في استخداماته.

الفرض 7: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك المخاطر الأخلاقية تعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية (الجنس، الجامعة، السنة الدراسية).

سابعا: مصطلحات الدراسة:

1) **المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي (AI Ethical Risks):** هي القضايا الأخلاقية المرتبطة بتطوير أو استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي، مثل التحيز الخوارزمي، وانتهاك الخصوصية، والتضليل المعلوماتي، وفقدان الوظائف، والمخاطر الوجودية. وتشير في هذه الدراسة إلى المخاطر كما تعرضها وسائل الإعلام في المواد الصحفية.
2) **التأطير الإعلامي (Media Framing):** هو الطريقة التي تختار بها وسائل الإعلام زوايا معينة لعرض موضوع ما، بما يشمل تحديد المشكلة، وأسبابها، وأطرافها، والنتائج المتوقعة منها. وفي هذه الدراسة يشير إلى الإطار الذي تقدم من خلاله المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي.
3) **الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence):** أنظمة حاسوبية تحاكي قدرات البشر في التعلم واتخاذ القرار ومعالجة المعلومات. ويستخدم في هذه الدراسة بوصفه موضوعا للتغطية الإعلامية ومصدرا للمخاطر الأخلاقية محل التحليل.
4) **النبرة الإعلامية (Media Tone):** الاتجاه الشعوري للمادة الإعلامية تجاه موضوع ما، وقد تكون تحذيرية، أو محايدة، أو تحليلية، أو إيجابية. وتشير هنا إلى الطابع الانفعالي المستخدم في تغطية مخاطر الذكاء الاصطناعي.
5) **مصادر الاستدلال الإعلامي (Sources of Evidence):** الجهات التي تستند إليها المادة الإعلامية لدعم محتواها، مثل الخبراء، الأكاديميين، الشركات التقنية، أو التقارير الدولية. وتشير الدراسة إلى نوعية المصادر المستخدمة عند تناول المخاطر الأخلاقية.
6) **إدراك الطلبة للمخاطر (Students' Risk Perception):** مستوى وعي الطلبة وفهمهم للمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي كما تعرض في وسائل

الإعلام، بما يشمل القلق، والثقة، وتقدير مستوى التهديد.

7) **كثافة التأطير (Framing Density):** عدد الأطر الإعلامية المختلفة التي تستخدم داخل المادة الإعلامية الواحدة. وتقاس في هذه الدراسة عبر عدد الأطر التي ظهرت في كل مادة صحفية.

8) **التعرض الإعلامي (Media Exposure):** درجة متابعة الطلبة للمواد الإعلامية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، ويقاس من خلال عدد مرات المتابعة ومصادرها.

ثانيا: الإطار النظري:

أولا: الدراسات السابقة:

تمثّل الدراسات السابقة مرجعا أساسا لفهم الاتجاهات البحثية المتعلقة بالمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، وتسهم في تحديد موقع الدراسة الحالية ضمن هذا الحقل المعرفي.

قدمت **أمل الخنصوري (2025)** دراسة نظرية بعنوان أخلاقيات الذكاء الاصطناعي هدفت إلى تحليل الإطار الأخلاقي الناظم لاستخدامات التقنيات الذكية، مع التركيز على التحديات المرتبطة بتطبيق الذكاء الاصطناعي في المجالات التعليمية والتربوية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في مراجعة الأدبيات الحديثة، واستعرضت أبرز الإشكالات الأخلاقية التي تثيرها الأنظمة الذكية، مثل انتهاك الخصوصية، والتحيز الخوارزمي، وضعف الشفافية، ومخاطر الاعتماد المفرط على النماذج الآلية. كما حددت مجموعة من القيم الأخلاقية الضرورية كالعدالة، والإنصاف، والصدق، والمسؤولية بوصفها إطارا معياريا يوجه الاستخدام الرشيد لهذه التقنيات.

وأظهرت الدراسة أهمية تعزيز الوعي الأخلاقي لدى الطلبة والمؤسسات التعليمية، مؤكدة أن الفئات الشابة أكثر عرضة للتأثر بمظاهر الاستخدام غير المنضبط للذكاء الاصطناعي، وأن التربية الأخلاقية الرقمية تمثل ضرورة ملحة لضبط المخاطر المتنامية في البيئة التقنية. وتبرز قيمة هذه الدراسة في البحث الحالي عبر توفير خلفية تربوية وأخلاقية تسهم في تفسير حساسية الفئات الجامعية للمخاطر الأخلاقية التي تتناولها وسائل الإعلام، وتساعد في بناء إطار نظري يدعم تحليل استجابات الطلبة تجاه التغطيات الإعلامية التي تتناول قضايا الخوف، والتهديد، والثقة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي.

قدم **علاء والي وآخرون (2025)** دراسة تناولت المعايير الأخلاقية لتصميم وتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العصر الرقمي، وهدفت إلى تحليل الإشكالات الأخلاقية التي تظهر عند تصميم الأنظمة الذكية، ولا سيما ما يتعلق بالتحيز الخوارزمي، وضعف الشفافية، وإمكان إساءة استخدام البيانات، وغياب آليات واضحة للمساءلة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات الحديثة وبناء تصور متكامل للضوابط الأخلاقية التي ينبغي الالتزام بها في مراحل التصميم والتطوير. وكشفت النتائج أن التحديات الأخلاقية الأكثر بروزا تتمثل في تضخيم التحيزات الاجتماعية داخل النماذج الذكية، وإمكان انتهاك الخصوصية، وإخفاء منطق اتخاذ القرار، الأمر الذي يستدعي دمج الأخلاق في مراحل التطوير المبكرة. وأوصت الدراسة بضرورة تبني إطار حوكمة أخلاقية يحدد مسؤوليات المبرمجين والمؤسسات، ويضمن العدالة والإنصاف والشفافية وحماية الخصوصية، إلى جانب تطوير مدونات سلوك تنظم إنتاج التطبيقات الذكية. وتبرز أهمية هذه الدراسة في البحث الحالي لأنها توسع فهم المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي من زاوية التصميم المؤسسي، وهو ما يعزز الربط بين التمثلات الإعلامية للمخاطر وبين البنى التقنية الفعلية التي تنتج هذه المخاطر، كما يساعد في تفسير الحساسية المرتفعة لدى الطلبة تجاه قضايا الشفافية والثقة والعدالة في أنظمة الذكاء الاصطناعي.

قدم **عبد الكريم عبدالرازق (2024)** دراسة تحليلية بعنوان "المخاطر الأخلاقية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية" هدفت إلى تحديد أبرز المخاطر الأخلاقية المرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي واستجلاء أبعادها الفلسفية والاجتماعية والتقنية، وذلك من خلال منهج وصفي تحليلي اعتمد على استقراء الأدبيات ومراجعة القضايا الأكثر حضورا في الخطاب الدولي والمحلي حول الذكاء الاصطناعي. وبينت الدراسة أن التطور السريع للتطبيقات الذكية، وخصوصا في مجالات الصحة، والتعليم، والأمن، أحدث موجة واسعة من القلق المرتبط بقضايا الخصوصية، والاستنساخ البشري، وغياب إطار قانوني وأخلاقي ضابط، إضافة إلى التحديات المتعلقة بالمسؤولية الجنائية عن أخطاء الأنظمة ذاتية القرار. وأكدت النتائج ضرورة وضع منظومة معايير أخلاقية شاملة تلزم مطوري ومستخدمي أنظمة الذكاء الاصطناعي بالشفافية، والعدالة، والمساءلة، بما يضمن احترام حقوق الإنسان والحد من التأثيرات السلبية المحتملة على المجتمع. وأوصت الدراسة بإعداد وثيقة عربية موحدة لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي تستند إلى القيم الإنسانية والمبادئ القانونية المعاصرة.

قدمت **آمنة علي البشير محمد (2024)** دراسة تحليلية هدفت إلى تأصيل الأسس الإسلامية التي ينبغي أن تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، وذلك من خلال توظيف المنهج الوصفي الوثائقي الذي يدمج بين النصوص الشرعية والمقاربات المقاصدية والمعطيات التقنية المعاصرة. وانطلقت

2026 @ Copyright

الدراسة من ضرورة ضبط استخدامات الذكاء الاصطناعي بمنظور قيمي يستند إلى العقيدة والشريعة وأخلاق المسلم، مؤكدة أن التطور التكنولوجي لا يمكن فصله عن الإطار الأخلاقي الذي يحفظ كرامة الإنسان وحقوقه. وبينت نتائج الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يمثل تحولا حضاريا واسع الأثر، وأن فوائده في مجالات الطب والتعليم والأمن والصناعة تقابل بجملة من التحديات الأخلاقية المرتبطة بالخصوصية، والتحيز العددي، والشفافية، والمسؤولية. وخلصت الدراسة إلى أن مقاصد الشريعة ولا سيما حفظ الدين والنفس والعقل والنسل والمال تشكل أساسا معياريا قادرا على تنظيم توظيف التقنيات الذكية، وأن القيم الإسلامية مثل العدل والإنصاف والصدق والشفافية وحفظ الخصوصية وتمكين المسؤولية والمساءلة ينبغي أن تكون إطارا ضابطا لممارسات الذكاء الاصطناعي. وتبرز أهمية هذه الدراسة في سياق البحث الحالي من خلال قدرتها على توفير مرجعية قيمية إسلامية تساعد في تفسير المشكلات الأخلاقية التي تظهر في التغطيات الإعلامية للذكاء الاصطناعي، وتدعم تحليل استجابات الطلبة تجاه المخاطر المدركة، ولا سيما ما يتعلق بمفاهيم الخوف والثقة والتهديد الأخلاقي. كما تسهم في تدعيم الإطار النظري للبحث عبر ربط تمثلات المخاطر في الإعلام بالمرجعيات الأخلاقية في الثقافة العربية والإسلامية.

قدمت **منيفة العنزي (2024)** دراسة بعنوان منظومة القيم والأخلاق لاستخدامات الذكاء الاصطناعي من منظور الشخصية الإسلامية المعاصرة، استهدفت تأصيل الأسس الشرعية والقيمية التي ينبغي أن تضبط استخدامات الذكاء الاصطناعي وفق الرؤية الإسلامية. استخدمت الدراسة المنهج الاستقرائي لتحليل النصوص الشرعية والبحوث السابقة ذات الصلة، وتناولت ثلاثة محاور رئيسية: أهمية الذكاء الاصطناعي واستخداماته المعاصرة، ومخاطر إساءة توظيفه من منظور الشخصية الإسلامية، ثم الضوابط القيمية والفقهية المنظمة لهذه الاستخدامات. وأبرزت النتائج خطورة انتهاك الخصوصية، وحقوق المؤلف الأدبية والمادية، والتزييف العميق، والتطفل الرقمي، مؤكدة أن حماية هذه الحقوق تنبع من مقاصد الشريعة المتعلقة بحفظ الدين، والنفس، والمال، والعرض، كما شددت الدراسة على ضرورة مراعاة ضوابط القيم الإسلامية، مثل الصدق، والعدل، والمسؤولية، في تصميم وتفعيل أنظمة الذكاء الاصطناعي، وتوصي الباحثة بضرورة تطوير أطر تنظيمية أخلاقية مستمدة من المقاصد الشرعية لضبط استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في السياق الإسلامي المعاصر.

قدمت **شريهان محمد توفيق عبد الحافظ (2023)** دراسة هدفت إلى تحليل واقع استخدامات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الرقمية، واستكشاف الضوابط الأخلاقية اللازمة لتنظيم هذه الاستخدامات بما يحد من المخاطر المرتبطة بها. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع تحليل عدد من التطبيقات الصحفية المعتمدة على الخوارزميات في إنتاج المحتوى وتحريره ونشره. وأظهرت النتائج أن البيئة الصحفية الرقمية تشهد توسعا كبيرا في توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي، إلا أن هذا التوسع لا يرافقه إطار أخلاقي كاف لضبط ممارسات التحرير الآلي، خاصة فيما يتعلق بالتحقق من المعلومات، والتحيز الخوارزمي، والشفافية، والمساءلة المهنية. كما أكدت الدراسة ضرورة وضع مدونات سلوك ملزمة للمؤسسات الإعلامية، وتحديث التشريعات بما يتناسب مع المخاطر الجديدة التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة المحتوى وموثوقيته، وعلى حق الجمهور في معرفة كيفية إنتاج الأخبار ومعالجة البيانات. وأوصت الدراسة بدمج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي ضمن التدريب الصحفي، وتعزيز مبادئ الشفافية في غرف الأخبار الرقمية.

قدمت **نهى عبد العزيز محمود يوسف (2023)** دراسة فلسفية نقدية هدفت إلى تأصيل الإطار الأخلاقي لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي عبر مراجعة الاتجاهات النظرية التي عالجت علاقة الإنسان بالآلة في الفكر الفلسفي المعاصر. اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي الجدلي، بالرجوع إلى نظريات الأخلاق المعيارية مثل: النفعية، والواجبية، وأخلاقيات الفضيلة، إضافة إلى المقاربات المعاصرة حول أخلاقيات الخوارزميات والحوكمة التقنية. وبينت النتائج أن الذكاء الاصطناعي، بوصفه نظاما يعتمد على التعلم الآلي واتخاذ القرار، يطرح إشكالات تتعلق بالخصوصية، والتحيز، والمساءلة، وحق الإنسان في الكرامة الذاتية. كما أشارت الدراسة إلى أن غياب إطار قيمي صارم يفتح المجال لخلق تفاوتات اجتماعية جديدة تفرضها الخوارزميات على مستوى العمل والعدالة والتوزيع الاجتماعي للفرص. وأوصت الدراسة بضرورة بناء منظومة عربية متكاملة لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي تستند إلى القيم الإنسانية الكلية مثل الحرية، والمسؤولية، واحترام الإنسان كغاية في ذاته، لا كوسيلة في منظومة البيانات.

هدفت دراسة **الخيري (2021)** إلى بناء الإطار المفاهيمي للذكاء الاصطناعي، والكشف عن أبرز النظريات والاتجاهات الأخلاقية المرتبطة به، إضافة إلى بيان الأسس الإسلامية التي يمكن أن تضبط أخلاقيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المعاصرة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الوثائقي القائم على التحليل والمراجعة النقدية للمصادر الفلسفية والشرعية والتقنية ذات الصلة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل علامة حضارية فارقة وضرورة لمواكبة التطور العلمي، كما أن له إسهامات إيجابية واسعة في مجالات ملحة كالصحة والطب، والتعليم، والأمن، والصناعة. وأظهرت النتائج أن الرؤى الفلسفية المعاصرة تتناول أخلاقيات الذكاء الاصطناعي بالاستناد إلى أخلاق الفضيلة، أو أخلاق المنفعة، أو أخلاق الواجب، وهي اتجاهات تحاول – بدرجات متفاوتة – تحديد موقع الدين في توجيه الأخلاق والعلم.

وبينت الدراسة أن التصور الإسلامي لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي يتأسس على منظومة متكاملة تشمل العقيدة والشريعة والأخلاق باعتبارها منطلقا للعلم وتطبيقاته الحضارية، وأن هذه المنظومة تقدم إطارا معياريا ينظم التعامل مع التقنية ويحفظ القيم الإنسانية. كما أوضحت أن المبادئ الأخلاقية في الرؤية الإسلامية تحدد الضوابط والمعايير اللازمة لتقويم أثر الذكاء الاصطناعي، مستندة إلى الإيمان بالله، ومقاصد الشريعة، وقيم الكرامة الإنسانية، وأبرزت الدراسة

عددا من القيم التي ينبغي أن توجه تطوير واستخدام الذكاء الاصطناعي، ومنها: تقوى الله، وصون الكرامة الإنسانية، وحفظ الخصوصية، والصدق والشفافية، والعدل والإنصاف، والمسؤولية والمساءلة، مؤكدة أن هذه القيم تمثل إطارا أخلاقيا قادرا على ضبط استخدامات الذكاء الاصطناعي المعاصر.

قدمت **خديجة درار (2019)** دراسة تحليلية هدفت إلى بحث الأبعاد الأخلاقية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والروبوت، من خلال تناول الإشكالات الفلسفية المتعلقة بالتحيز الخوارزمي، وتهديد الخصوصية، والاعتماد الزائد على الأنظمة الذكية، إضافة إلى دراسة العلاقة بين الإنسان والآلة في ضوء النظريات الأخلاقية المعاصرة. استخدمت الباحثة المنهج التحليلي النقدي لمراجعة الأدبيات العلمية وتفكيك الإشكالات الأخلاقية المركزية. وأظهرت الدراسة أن توسع استخدامات الذكاء الاصطناعي يفرض ضرورة تطوير أطر أخلاقية واضحة تعالج قضايا المسؤولية، وحرية الاختيار، والانحياز، والحقوق الرقمية، مؤكدة أن غياب التنظيم القانوني يجعل المخاطر الأخلاقية أكثر بروزا في البيئات العربية. وتفيد الدراسة البحث الحالي بتعزيز الجانب النظري في فهم طبيعة المخاطر الأخلاقية التي تتناولها وسائل الإعلام، وتمكين تحليل أعمق لتمثلات التهديد الأخلاقي في الخطاب الصحفي.

الدراسات الأجنبية:

قدم **Nakamura (2025)** دراسة موسّعة بعنوان «الذكاء الاصطناعي الأخلاقي في تغطية الصحف الأمريكية: التأطير الإعلامي والمساءلة المؤسسية». حلل فيها تمثلات أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الأمريكية عبر منهج تحليل الإطارات الإعلامية. اعتمدت الدراسة على تحليل مضمون منهجي لمجموعة من المقالات المنشورة في صحف أميركية كبرى، بهدف كشف كيفية تأطير القضايا الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، ولاسيما موضوعات الشفافية، والمساءلة المؤسسية، والتحيز الخوارزمي. أظهرت النتائج هيمنة إطار «المخاطر والمسؤولية» في التغطيات، مع ميل الصحافة الأمريكية إلى التركيز على مسؤولية الشركات التقنية في ضبط الانحرافات الخوارزمية وتقليل الأضرار المجتمعية. كما بينت الدراسة ندرة الإطارات التي تقدم حلولا أو توازنا معرفيا، مما يعزز صورة الذكاء الاصطناعي بوصفه مصدر تهديد محتمل. وتنسجم هذه الدراسة بدرجة عالية مع الهدف المنهجي في بحثك، خصوصا في جانب تحليل المضمون وآليات التأطير الأخلاقي للمخاطر.

قدم **Deng & Ahmed (2025)** دراسة هدفت إلى تحليل الكيفية التي تؤطر بها أخبار الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإخباري الشائع على منصات التواصل الاجتماعي، وذلك للكشف عن الأنماط السائدة في بناء معنى المخاطر والفوائد لدى الجمهور الرقمي. اعتمد الباحثان منهج تحليل المضمون بنسختيه الكمية والكيفية، عبر عينة من الأخبار المتداولة بكثافة، وقاما بتصنيف الأطر الإعلامية إلى أطر للمخاطر وأخرى للفوائد، إضافة إلى الأطر التقنية والتنظيمية. وأظهرت النتائج هيمنة الإطار التحذيري والإطار التنظيمي على التغطيات، مع ميل المنصات الرقمية إلى تضخيم عناصر التهديد المرتبطة بالوظائف والخصوصية، في مقابل حضور أقل للأطر التي تبرز المنافع التقنية. كما بينت الدراسة أن طبيعة المنصة تسهم في تحديد نوع الإطار؛ إذ ركزت المنصات الإخبارية على المخاطر، بينما أعادت المنصات الاجتماعية تدوير المحتوى ذي الطابع الانفعالي. وأوصت الدراسة بضرورة تبني خطاب إعلامي أكثر توازنا يدمج الجوانب الأخلاقية والتقنية للذكاء الاصطناعي للحد من التمثلات المبالغ فيها التي تزيد مستويات القلق لدى الجمهور.

قدم **Tandoc, Seet, Chan & Wong (2025)** دراسة هدفت إلى تحليل الكيفية التي تؤطر بها المواقع الإخبارية في سنغافورة مفهوم "الذكاء الاصطناعي التواصلي" مثل روبوتات الدردشة، وذلك بوصفه فاعلا اجتماعيا يمارس أدوارا تتجاوز الجانب التقني. اعتمد الباحثون منهج تحليل المضمون الكيفي عبر فحص عينة من الأخبار والتقارير المنشورة في عدد من المنصات الإخبارية الرقمية، مع التركيز على كيفية بناء هوية الذكاء الاصطناعي، وصياغته كوكيل يمتلك نوايا، وقدرات تواصلية، وتأثيرات اجتماعية. أظهرت النتائج أن الإعلام السنغافوري يميل إلى تأطير الذكاء الاصطناعي التواصلي بوصفه كيانا اجتماعيا قادرا على التفاعل، مع حضور واضح لأطر الثقة والمسؤولية والمساءلة، إلى جانب أطر المخاطر المرتبطة بالخصوصية والاعتماد المفرط على الأنظمة الذكية. كما بينت الدراسة أن بناء الهوية الإعلامية للذكاء الاصطناعي يسهم في تشكيل تصور الجمهور لطبيعته وحدود أدواره، وأوصت بتعزيز الطرح الإعلامي النقدي الذي يوازن بين الاعتبارات التقنية والإنسانية في عرض تقنيات الذكاء الاصطناعي التفاعلي.

أجرى **Rücker, Büchting & Kosch (2025)** دراسة ميدانية هدفت إلى تحليل أثر إدراك المخاطر في مستوى قبول واستخدام نماذج اللغة الكبيرة (LLMs) لدى طلبة الجامعات، وذلك في ضوء التوسع المتسارع لهذه النماذج في السياقات التعليمية والأكاديمية. اعتمدت الدراسة المنهج الكمي عبر استبانة إلكترونية صممت لقياس ثلاث متغيرات رئيسية هي: إدراك المخاطر، والقبول، والاستخدام الفعلي، وتم تطبيقها على عينة من الطلبة في عدد من الجامعات الألمانية. وأظهرت النتائج أن ارتفاع إدراك المخاطر يرتبط بانخفاض واضح في مستويات القبول والثقة باستخدام النماذج اللغوية، كما أكدت الدراسة أن العوامل النفسية والإدراكية تلعب دورا أساسيا في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي التعليمية. كما اقترح الباحثون تحسين استراتيجيات التوعية وتطوير أطر شفافية تسهم في تعزيز ثقة المستخدمين، خصوصا في البيئات الجامعية. وتعد هذه الدراسة ذات أهمية خاصة لبحثك لأنها تربط بشكل مباشر بين إدراك المخاطر وسلوك الطلبة، وهو ما يتقاطع مع متغيراتك المتعلقة بالإدراك، القلق، والثقة.

قدم **Liang & Zhai (2025)** دراسة هدفت إلى تحليل أثر الوعي بتأثيرات الذكاء الاصطناعي في إدراك طلبة الجامعات لمخاطر التوظيف المستقبلية، وذلك من خلال نموذج وساطة–اعتدال يدمج بين الوعي بالتأثير، وإدراك التهديد، والمخرجات السلوكية المرتبطة بالاستعداد المهني. استخدم الباحثان المنهج الكمي عبر استبانة

2026 @ Copyright

طبقت على عينة واسعة من طلاب الجامعات الصينية، وتم اختبار العلاقات السببية باستخدام النمذجة الإحصائية المتقدمة. وأظهرت النتائج أن ارتفاع وعي الطلبة بتأثير الذكاء الاصطناعي يرتبط بزيادة إدراك مخاطر التوظيف، وأن هذا الأثر يتوسطه إدراك التهديد الوظيفي، بينما يلعب القلق المهني دورا معدلا يقوي العلاقة بين الوعي وإدراك الخطر. كما بينت الدراسة أن الطلبة الأكثر متابعة للأخبار التقنية يظهرون مستويات أعلى من إدراك التهديد، ما يشير إلى دور الإعلام في تشكيل الإدراك. وأوصت الدراسة بإعداد برامج جامعية تعزز الكفاءات المستقبلية وتعيد صياغة الاتجاهات السلبية المبالغ فيها تجاه الذكاء الاصطناعي. وتكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة لأنها تدعم بشكل مباشر الفروض المتعلقة بعلاقة التعرض الإعلامي، وإدراك المخاطر، ومستويات القلق لدى الطلبة في بحثك.

قدم **Nguyen (2024)** دراسة نقدية هدفت إلى استكشاف الكيفية التي تؤطر بها وسائل الإعلام الدولية الذكاء الاصطناعي داخل الخطاب الإخباري المعاصر، مع تحليل معمق للأطر الأكثر حضورا مثل إطار التهديد، وإطار الفرصة، والإطار الأخلاقي. استخدم الباحث منهج تحليل المضمون الكيفي عبر مراجعة موسعة لمواد صحفية من مؤسسات إعلامية عالمية كبرى، وقام بتفكيك البنى الخطابية التي تسهم في تشكيل صور الذكاء الاصطناعي وإعادة إنتاجها في المجال العام. وأظهرت النتائج هيمنة واضحة لإطار التهديد، خاصة في موضوعات فقدان الوظائف، والخصوصية، والسيطرة الخوارزمية، في حين برز إطار الفرصة في التغطيات المتعلقة بالابتكار والتحول الرقمي. كما بينت الدراسة أن الأطر الأخلاقية أصبحت أكثر مركزية في الخطاب الإعلامي خلال السنوات الأخيرة نتيجة تزايد النقاشات حول المساءلة والتنظيم. وقد أوصى الباحث بضرورة تعزيز التوازن في التغطيات الإعلامية بما يقلل النزعة التهويلية ويسهم في بناء وعي عام أكثر دقة تجاه الذكاء الاصطناعي.

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

تكشف مراجعة الأدبيات عن تنوع واضح في المناهج البحثية المستخدمة في دراسة المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي وتمثلاته الإعلامية، وهو تنوع أسهم في بناء تصور شامل لظاهرة مركبة مثل الذكاء الاصطناعي. فقد اعتمدت مجموعة من الدراسات العربية — مثل الخنصوري، وآمنة البشير، والعنزي، وعبد الكريم عبد الرازق، والخيري، ودرار — على المنهج الوصفي التحليلي والوثائقي، مستندة إلى مراجعة الأدبيات الشرعية والفلسفية والتربوية والتقنية، دون توظيف عينات ميدانية. ويعكس هذا نهجا معرفيا يركز على التأصيل النظري والقيمي للذكاء الاصطناعي، وتحديد الأسس الأخلاقية والمقاصدية التي تضبط استخداماته، مما ساعد في رسم الإطار الأخلاقي العام الذي يستند إليه هذا البحث. وتتسم هذه الدراسات بطابع نوعي نظري (Theoretical–Qualitative) يهدف إلى تفسير الظاهرة أخلاقيا وقيميا أكثر مما يهدف إلى اختبارها تجريبيا.

وفي مقابل ذلك اتجهت الدراسات الأجنبية إلى توظيف مناهج تطبيقية وميدانية تجمع بين التحليل الكمي والكيفي، الأمر الذي أتاح نماذج منهجية قابلة للاقتباس في تصميم أدوات هذا البحث، فقد اعتمدت دراسة Nakamura (2025) منهج تحليل المضمون بنسختيه الكمية والكيفية من خلال عينة من الأخبار الرقمية، بهدف الكشف عن أنماط التأطير الإعلامي وبناء معنى المخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي. كما استخدمت دراسة Deng وAhmed (2025) تحليل المضمون على عينة موسعة من المواد الصحفية الرقمية، مركزة على الكيفية التي تُصاغ بها المخاطر الأخلاقية ضمن الأطر الإعلامية السائدة. وفي ذات السياق اعتمدت دراسة Nguyen (2024) تحليل المضمون الكيفي للكشف عن البنى الخطابية المهيمنة في معالجة المخاطر التقنية داخل الصحافة الرقمية. بينما طبّقت دراسة Tandoc وآخرين (2025) تحليلًا مزدوجًا كميًا وكيفيًا على مئات المواد الإعلامية بهدف تفسير أنماط التأطير الإعلامي للمخاطر الناشئة. وقد اشتركت هذه الدراسات في اعتماد نظرية التأطير الإعلامي بوصفها الإطار التفسيري الرئيس لفهم كيفية بناء المعنى في التغطيات الصحفية.

أما الدراسات التجريبية الميدانية، فقد اتجهت إلى اعتماد المنهج الكمي القائم على الاستبانات واسعة النطاق. إذ استخدمت دراسة Rücker وآخرين (2025) استبانة مطبقة على عينة كبيرة من طلبة الجامعات لاختبار العلاقة بين إدراك المخاطر الأخلاقية ومستويات القلق والثقة تجاه تطبيقات الذكاء الاصطناعي. كما اعتمدت دراسة Liang وZhai (2025) منهجًا كميًا مشابهًا ركز على تحليل أنماط القبول والاستخدام في ضوء المتغيرات الإدراكية والنفسية. واستندت هذه الدراسات إلى أطر نظرية متعددة، من أبرزها نظرية المخاطر المدركة بوصفها مدخلًا لتفسير استجابات الأفراد، إضافة إلى نماذج قبول التكنولوجيا التي تُعنى بفهم نوايا الاستخدام والسلوك التكنولوجي، إلى جانب مقاربات اتصالية تفسر دور الإعلام في تشكيل الإدراك العام للمخاطر.

ويظهر من هذا التنوع أن الأدبيات قد توزعت بين دراسات تأسيسية نظرية تهدف إلى بناء الإطار الأخلاقي والقيمي للذكاء الاصطناعي، ودراسات تحليل مضمون تفحص بناء الصورة الإعلامية وإطارات المخاطر، ودراسات ميدانية كمية تختبر انعكاس هذه التمثلات على الجمهور، وقد استفاد البحث الحالي من هذا التنوع عبر ثلاث مسارات:

- استلهام الضوابط الأخلاقية والمفاهيم المركزية من الدراسات النظرية العربية.
- اعتماد منهجية تحليل المضمون المستمدة من الدراسات الإعلامية الأجنبية لتحديد الأطر الأخلاقية في وسائل الإعلام.

- تصميم استبانة ميدانية مستندة إلى الأدوات التجريبية المستخدمة في الدراسات الكمية على طلبة الجامعات، مع مواءمة المتغيرات (القلق – إدراك المخاطر – الثقة) مع نماذج القياس الأجنبية.

وبذلك، يتضح أن الدراسات السابقة بتعدد مناهجها وعيناتها ونظرياتها قد أسهمت في دعم البعد النظري والمنهجي للبحث الحالي، وفي تحديد موقعه العلمي بوصفه دراسة مزدوجة تجمع بين تحليل مضمون مقارن ودراسة ميدانية تفسيرية موجهة بقضايا التأطير والإدراك والقلق الأخلاقي.

ثانيا: نظرية التأطير الإعلامي (Media Framing Theory):

1. المفهوم:

ترتكز نظرية التأطير الإعلامي على جذور معرفية تعود إلى أعمال إرفنغ غوفمان، الذي قدم مفهوم الإطار بوصفه آلية إدراكية يعتمد عليها الأفراد في تنظيم خبراتهم وفهم العالم الاجتماعي، حيث ينطلق من افتراض أن الواقع لا يدرك بصورة مباشرة، بل يفهم عبر أنساق تفسيرية مسبقة، وفي هذا السياق، يعرف غوفمان الإطار على أنه "بنية تفسيرية تساعد الأفراد على تصنيف الخبرات اليومية، وفهم ما يحدث من حولهم، وتحديد المعاني التي تسند إلى المواقف الاجتماعية المختلفة"، بما يوجه أنماط التفاعل معها (Goffman, 1974)، وقد مهد هذا التصور الطريق لانتقال مفهوم الإطار من مستواه الإدراكي الفردي إلى مجال الاتصال الجماهيري.

وفي ميدان الدراسات الإعلامية، لم يعد الإطار ينظر إليه بوصفه مجرد أداة ذهنية فردية، بل أصبح عنصرا فاعلا في صناعة المعنى داخل الرسالة الإعلامية نفسها. وفي هذا الإطار، يشير بان وكوسكي إلى أن التأطير يتجاوز اختيار الموضوعات ليشمل الكيفية التي تنظم بها عناصر الخطاب الإعلامي وتبنى بنيته الداخلية، ويرى الباحثان أن التأطير يقوم على "تنظيم بنية النص الإعلامي بطريقة تبرز بعض الجوانب وتهمش جوانب أخرى، بما يوجه انتباه الجمهور ويؤثر في تفسيره وفهمه للحدث" (Pan & Kosicki, 1993). وهذا التصور يجعل من مقاربة التأطير مدخلا تحليليا مهما للكشف عن الدور الذي تؤديه الصياغات اللغوية والسردية في تشكيل تصورات الجمهور تجاه القضايا العامة.

وقد جاءت إسهامات روبرت إنتمن لتمنح نظرية التأطير قدرا أعلى من التوحيد المفاهيمي والدقة الإجرائية، إذ عرف التأطير بوصفه عملية اتصالية يتم من خلالها "اختيار جوانب محددة من الواقع المدرك، وجعلها أكثر بروزا داخل النص الإعلامي، بما يؤدي إلى توجيه تفسير الجمهور للقضية المطروحة". ويوضح إنتمن أن هذه العملية لا تقتصر على الإبراز فقط، بل تشمل "تعريف المشكلة، وتحديد أسبابها، وإصدار حكم قيمي بشأنها، واقتراح سبل المعالجة أو التوصية المناسبة"، وهي وظائف مترابطة تعمل معا على إنتاج معنى موجه يحدد زاوية النظر إلى الحدث (Entman, 1993). وقد أصبحت هذه الوظائف الأربع نقطة ارتكاز مركزية في أغلب بحوث التأطير المعاصرة، نظرا لقدرتها على تفسير الكيفية التي تسهم بها الرسالة الإعلامية في بناء فهم معين للواقع.

وفي ضوء المراجعات النقدية اللاحقة تناولت الأدبيات العلمية نظرية التأطير بالنقد والتحليل، ومن أبرزها الدراسة المنهجية التي قدمتها بوره، والتي أشارت إلى أن من أهم التحديات التي تواجه النظرية "اتساع مفهوم التأطير وتعدد تعريفاته، إلى جانب غموض حدوده الإجرائية والصعوبات المرتبطة بقياس الإطارات داخل النصوص الإعلامية" (Borah, 2011)، وقد أسهم هذا النقد في الدفع نحو تطوير أدوات تحليل أكثر دقة وانضباطا، بما يعزز من الاستخدام المنهجي الواعي لنظرية التأطير في الدراسات التطبيقية، ولا سيما عند تناول قضايا مركبة مثل المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، حيث تضطلع وسائل الإعلام بدور حاسم في صياغة هذه المخاطر، وتحديد نطاقها، وبناء معانيها داخل وعي الجمهور.

2. أبرز مفاهيم التأطير الإعلامي:

يرتكز التأطير الإعلامي على مجموعة من المفاهيم الجوهرية التي تفسر الآليات التي يبنى من خلالها المعنى داخل الرسالة الاتصالية. وينطلق هذا التصور من الفهم الإدراكي للإطار بوصفه أداة معرفية يعتمد عليها الفرد لتنظيم خبراته وتفسير الواقع، وذلك كما طرحه غوفمان، الذي اعتبر الإطار بنية ذهنية تساعد على تعريف المواقف وتوجيه الاستجابة تجاهها (Goffman, 1974). وقد انتقل هذا المفهوم لاحقا إلى ميدان الإعلام، حيث أصبح الإطار وحدة تحليلية تستقرأ من النصوص الإعلامية للكشف عن الأسلوب الذي تعرض به القضايا أمام الجمهور.

وتوسع بان وكوسكي في تطوير هذا المفهوم من خلال إبراز البعد الاتصالي للإطار، مؤكدين أن التأطير لا يقتصر على مجرد اختيار لغوي، بل يمثل عملية اتصالية مركبة تقوم على انتقاء العناصر وترتيبها وتسلسلها بطريقة تجعل بعض الجوانب أكثر بروزا داخل الرسالة (Pan & Kosicki, 1993). ومن هذا المنظور، يتشكل الإطار الإعلامي من عناصر لغوية وسردية وخطابية تهدف إلى إبراز أبعاد محددة من الحدث وتهميش أخرى، وهو ما يسهم في توجيه إدراك المتلقي وتفسيره للقضية المعروضة.

وقد قدم إنتمن لاحقا تصورا أكثر انتظاما للمفهوم من خلال صياغة نموذج وظيفي يتضمن أربع عمليات مركزية: تعريف المشكلة، وتفسير أسبابها، وتقييمها أخلاقيا، واقتراح معالجات أو حلول مناسبة (Entman, 1993). وتشكل هذه العمليات أساسا تحليليا مهما لفهم كيفية اشتغال الإطارات داخل النص الإعلامي،

2026 @ Copyright

لأنها تكشف عن الدور الذي تؤديه الرسالة في توجيه المتلقي نحو زاوية تفسيرية بعينها.

ورغم اتساع الاعتماد على هذه المفاهيم في البحوث الإعلامية، تشير المراجعات العلمية إلى استمرار وجود تحديات مرتبطة بتعدد تعريفات التأطير وتنوع استخداماته، الأمر الذي يفرض ضرورة ضبط المفهوم وتحديد مكوناته بشكل واضح قبل تطبيقه في الدراسات التحليلية. وقد أوضحت بوره في مراجعتها المنهجية أن من أبرز الإشكالات التي تواجه بحوث التأطير غموض عدد من المفاهيم الأساسية، وصعوبة الاتفاق على وحدات قياس دقيقة لتحليل الإطارات داخل النصوص، مما يستدعي عناية نظرية ومنهجية أكبر عند تصميم الدراسات التطبيقية (Borah, 2011).

3.وظائف الإطار: قدم إنتمن أحد أهم الأطر النظرية التي توضح الكيفية التي تعمل بها عملية التأطير داخل الرسالة الإعلامية، إذ يرى أن الإطار يؤدي أربع وظائف مترابطة تسهم في تشكيل المعنى وتوجيه إدراك الجمهور وهي:

الوظيفة الأولى: تحديد المشكلة: تتعلق بصياغة طبيعة الحدث أو القضية وتحديد ما الذي يحدث ولماذا يعد مهما، وهو ما يمنح الجمهور زاوية أولية لفهم الموضوع.

الوظيفة الثانية: تشخيص الأسباب: تقوم على إبراز العوامل أو الفاعلين الذين أدوا إلى المشكلة، مما يمنح التغطية الإخبارية بعدا تفسيريا يوجه القارئ نحو علاقة السبب بالنتيجة.

الوظيفة الثالثة: التقييم الأخلاقي: تتمثل في إصدار حكم صريح أو ضمني على الحدث أو الأطراف المرتبطة به، سواء من خلال لغة تقييمية أو عبر بناء سردية تحمل دلالات قيمية.

الوظيفة الرابعة: اقتراح سبل المعالجة: تشمل تقديم حلول أو سيناريوهات أو إجراءات ممكنة، بحيث لا تكتفي الرسالة بوصف الواقع، بل تعرض تصورا ضمنيا لما ينبغي فعله.

تطويرات بحثية لاحقة للنموذج: أشار دي فريس إلى أن الإطارات تعمل كوحدات معرفية تنشط عناصر تفسيرية معينة داخل الذاكرة، مما يؤثر مباشرة في تقييم الجمهور للقضايا العامة (de Vreese, 2005). أوضح غامسون وموديجلياني أن الإطار ليس معلومة مفردة، بل "حزمة تفسيرية" تتكون من استعارات وروايات وصيغ لغوية تتكامل لإنتاج معنى موجه للقضية (Gamson & Modigliani, 1989). تظهر هذه الإضافات أن وظائف إنتمن الأربع ليست خطوات منفصلة، بل عمليات دلالية متداخلة تشترك في بناء الخطاب الإعلامي الذي يوجه فهم الجمهور للقضايا المعالجة.

4. مكونات الإطار الإعلامي: تعد مكونات الإطار العناصر التي يبنى من خلالها المعنى داخل الرسالة الإعلامية، وتمكن الباحث من تحديد البنية الخطابية التي تستخدم لتوجيه إدراك المتلقي للقضية المطروحة.

المكون الأول: التعريف بالمشكلة (Problem Definition): يركز على تحديد طبيعة القضية وإبراز ما يجعلها ذات أهمية، وهو المدخل الذي تبنى عليه بقية عناصر الإطار.

المكون الثاني: تفسير الأسباب (Causal Interpretation): يتناول تفسير العوامل أو الفاعلين الذين أسهموا في نشوء المشكلة، وذلك عبر تقديم سردية تشرح العلاقات السببية المرتبطة بها.

المكون الثالث: التقييم الأخلاقي (Moral Evaluation): يتضمن الأحكام الأخلاقية المباشرة أو الضمنية التي تسند للقضية أو للأطراف المتصلة بها، بما يحدد المنظور القيمي الذي يقدم للمتلقي.

المكون الرابع: توصيف المعالجات (Treatment Recommendation)، يشمل اقتراح الحلول أو السيناريوهات أو الإجراءات الملائمة للتعامل مع المشكلة، بما يمنح الرسالة اتجاها تفسيريا ومعياريا. وتشكل هذه العناصر الأربعة البنية الأساسية لنموذج التأطير كما عرضه إنتمن في تحليله لآليات بناء المعنى داخل الرسائل الإعلامية (Entman, 1993).

5. المكونات الخطابية للإطار الإعلامي: إضافة إلى وظائف الإطار وعناصره الأساسية، تتضمن عملية التأطير مجموعة من المكونات الخطابية التي تشكل البنية العميقة للرسالة الإعلامية، وتساعد في تفسير كيفية بناء المعنى داخل النص وهي:

الهياكل اللغوية والسردية (Linguistic and Narrative Structures): تركز على الطريقة التي تعرض بها المعلومات من خلال أساليب التنظيم، والتسلسل، والربط، واللغة المستخدمة. وقد أوضح بان وكوسكي أن هذه البنية اللغوية تمثل جزءا أساسيا في تكوين الإطار لأنها تؤثر مباشرة في إبراز جوانب معينة وتهميش جوانب أخرى داخل النص الإعلامي.

الحزم التفسيرية (Interpretive Packages): تتكون من مجموعة مترابطة من الاستعارات، والصور، والروايات، والصيغ اللغوية، التي تتكامل من أجل بناء معنى موحد للقضية، وقد قدم غامسون وموديجلياني هذا المفهوم باعتباره الهيكل الذي يسمح بتحديد "زاوية" الخطاب وتوجيه طريقة فهم الجمهور للحدث.

التحديات المنهجية المرتبطة بقياس المكونات الخطابية:

تشير المراجعات المنهجية إلى أن تحليل هذه البنى يمثل أحد أصعب جوانب دراسات التأطير، نظرا لامتدادها عبر اللغة والصورة والسياق، ولتعدد أساليب الباحثين في تحديد وحدات التحليل، وقد أكدت بوره أن نجاح التحليل الإطاري يعتمد على قدرة الباحث على تحديد هذه المكونات بدقة ووضوح، لأن غموضها يؤدي إلى تباين كبير بين الدراسات التطبيقية. تكشف هذه المكونات أن الإطار الإعلامي ليس مجرد اختيار لمعلومة أو حذف أخرى، بل بنية خطابية متكاملة تتشكل عبر اللغة والتنظيم والسرد، وتعمل على إنتاج معنى موجه يدركه المتلقي ضمن سياق معرفي وقيمي محدد.

6. علاقة التأطير الإعلامي بتشكيل التصورات حول المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي:

يساهم التأطير الإعلامي بشكل مباشر في تشكيل إدراك الجمهور للمخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، وذلك من خلال الطريقة التي تعرف بها المشكلة داخل الرسالة الإعلامية، وكيف تفسر أسبابها، وما يقدم بشأنها من أحكام قيمية أو حلول مقترحة. وتنسجم هذه العملية مع الوظائف الأربع التي وضعها إنتمن في نموذجه التأطيري (Entman, 1993).

أ. تحديد ماهية الخطر: يمثل هذا الجانب الخطوة الأولى في بناء التصور العام؛ إذ يكشف الإطار الإعلامي ما إذا كان الذكاء الاصطناعي يصور بوصفه تهديدا لسوق العمل، أو خطرا على الخصوصية، أو مصدرا لانحياز خوارزمي، أو مشكلة تتعلق بفقدان السيطرة التقنية. ويساعد هذا التحديد الأولي في توجيه المتلقي نحو فهم معين لطبيعة الخطر، وهو ما تؤكده بحوث التأثير التأطيري التي ترى أن طريقة تعريف المشكلة تسهم في تشكيل الاتجاه العام نحوها (Chong & Druckman, 2007).

ب. إبراز العلاقات السببية داخل التغطية الإعلامية: تعمل التغطية على توجيه الجمهور نحو تفسير محدد للظاهرة من خلال إسناد أسباب معينة لها، مثل ربط الخطر بغياب التشريعات المناسبة، أو بسرعة التقدم التقني، أو بسوء الاستخدام البشري. ويعد دي فريس هذا الجانب جزءا من عملية بناء المعنى، لأنه يوجه الانتباه إلى عناصر معرفية محددة يسترجعها المتلقي عند محاولته تفسير المشكلة (de Vreese, 2005).

ج. التقييم الأخلاقي: يعكس هذا البعد الطريقة التي يقدم بها الإعلام أحكاما قيمية صريحة أو ضمنية حول الذكاء الاصطناعي، سواء عبر الخطاب المباشر أو من خلال السرد. وتسهم هذه الأحكام في تشكيل المواقف الأخلاقية لدى الجمهور، وهو ما يتفق مع رؤية شيفيولي التي ترى أن التأطير يعمل عبر مستويين: مستوى إنتاج الرسالة ومستوى استقبالها. وفي كلا المستويين يوجه الإطار تفسير المتلقي من خلال إشارات ذات طبيعة قيمية ومعيارية (Scheufele, 1999).

د. مقترحات المعالجة أو الحلول: تعد الحلول المقترحة داخل الرسالة الإعلامية جزءا أساسيا من التأطير، إذ تسهم في تشكيل استعدادات الجمهور وتوجيه موقفه من القضية؛ فقد يدفع الإعلام نحو تبني تشريعات، أو فرض لوائح تنظيمية، أو تعزيز الشفافية، أو تطوير أخلاقيات تعامل جديدة مع الذكاء الاصطناعي. وتلعب هذه الحلول دورا في بناء اتجاهات داعمة أو رافضة لسياسات معينة، أو في تشكيل استجابات اجتماعية تجاه التقنية.

الحزم التفسيرية ودورها في تبسيط القضايا التقنية: تشير أعمال غامسون وموديجلياني إلى أن الرسائل الإعلامية تعتمد على "حزم تفسيرية" تتضمن استعارات وصورا وسرديات جاهزة تستخدم لتبسيط الظواهر المعقدة، مثل استعارة "فقدان السيطرة" أو "الخطر القادم" أو "الآلة الأخلاقية" (Gamson & Modigliani, 1989). تساعد هذه الحزم في تحويل الموضوعات التقنية المعقدة إلى صيغ دلالية يسهل على الجمهور استيعابها.

تأثير الإطارات الإعلامية في تكوين التصورات العلمية: تؤكد أدبيات المخاطر العلمية أن الكيفية التي تقدم بها القضايا العلمية والتقنية في وسائل الإعلام تؤدي دورا حاسما في تشكيل مواقف الجمهور واتجاهاته، إذ لا يبني الأفراد تصوراتهم بالضرورة على المعطيات العلمية المجردة، بقدر ما يتأثرون بأسلوب العرض والإطار الذي توضع فيه القضية. وفي هذا السياق، يشير نسبيت إلى أن التأطير الإعلامي يعمل على توجيه انتباه الجمهور نحو زوايا تفسيرية بعينها، حيث يرى أن "اختيار الإطار الذي تقدم من خلاله قضية المخاطر يمكن أن يحدد الطريقة التي يفهم بها الجمهور المشكلة ويقيم أبعادها" (Nisbet, 2009). ويبرز هذا الطرح أهمية التأطير بوصفه آلية مركزية في تفسير استجابات الجمهور تجاه القضايا العلمية المعقدة. ومن جهة أخرى، تظهر المراجعات المنهجية أن تأثير التأطير لا يتخذ طابعا خطيا بسيطا، بل يقوم على عملية تفاعلية معقدة قد يؤدي فيها اختلاف الإطار المستخدم إلى فروق جوهرية في الإدراك العام للقضية. وتشير بوره إلى أن التأطير يعد من أكثر نماذج التأثير الإعلامي قوة، نظرا لقدرته على إحداث تباينات واضحة في الفهم والتفسير تبعا لاختلاف الأطر المستخدمة، إذ ترى أن "تغير الإطار يمكن أن يقود إلى تغيرات ملحوظة في كيفية إدراك الجمهور للقضية وتقييم مخاطرها" (Borah, 2011). وتكتسب هذه القوة التفسيرية أهمية خاصة في الدراسة الحالية، لأنها تسهم في فهم تنوع استجابات طلاب الجامعة تجاه المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، وتفسير الكيفية التي يتشكل بها إدراكهم تبعا لاختلاف طرائق عرض هذه المخاطر في الخطاب الإعلامي.

7. مبررات اختيار نظرية التأطير الإعلامي للدراسة الحالية:

- **اتساق النظرية مع طبيعة موضوع الدراسة:** تتناول الدراسة المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي كما تعرض في وسائل الإعلام، وهي قضايا معقدة ومتعددة الأبعاد، تعتمد في فهمها على الطريقة التي تقدم بها المعلومات. ولأن التأطير يركز على كيفية عرض القضية، لا على مجرد وجودها، فإنه الإطار الأنسب لتحليل بناء

2026 @ Copyright

المعنى حول هذه المخاطر (Entman, 1993).

- **قدرة النظرية على تفسير اختلاف التمثيلات الإعلامية:** تبرز المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي بصور مختلفة عبر وسائل الإعلام العربية والأجنبية، بين خطاب تحذيري، وخطاب تنموي، وخطاب علمي/ تقني، وتساعد نظرية التأطير في تفسير هذه الاختلافات عبر تحليل التعريف بالمشكلة، وتحديد الأسباب، وتقديم التقييمات الأخلاقية، واقتراح الحلول.
- **ملاءمتها لتحليل الخطاب الإعلامي المعاصر:** يعتمد الإعلام الحديث على سرديات وصور واستعارات لتبسيط الموضوعات التقنية المعقدة، وهو ما يتوافق مع فكرة "الحزم التفسيرية" التي شرحها غامسون وموديجلياني، والتي تظهر كيف تبني وسائل الإعلام معاني مرتبطة بقضايا كبرى مثل الذكاء الاصطناعي (Gamson & Modigliani, 1989).
- **قدرتها على الربط بين تحليل المضمون ودراسة الجمهور:** تتيح نظرية التأطير دمج المستوى النصي (تحليل المحتوى) بالمستوى الإدراكي (استجابات الطلبة)، بناء على أن الإطار يوجه تفسير المتلقي، كما أوضح شيفيولي في نموذج التأثيرات الإعلامية (Scheufele, 1999)، وهذا مهم لأن الدراسة الحالية تجمع بين تحليل مضمون ودراسة ميدانية.
- **تفسيرها لتأثير الرسائل الإعلامية في تكوين الاتجاهات:** أظهرت الدراسات التجريبية أن الإطار قادر على تغيير موقف المتلقي أو توجيه حكمه الأخلاقي عبر طريقة عرض المعلومات، وهو ما أثبته تشونغ ودروكمان في نظريتهما حول تشكيل الرأي (Chong & Druckman, 2007).
- **قدرتها على التعامل مع قضايا المخاطر العلمية والتكنولوجية:** تعد قضايا الذكاء الاصطناعي امتدادا لمنظومة "مخاطر التكنولوجيا"، وقد بين نسبيت أن التأطير يمثل مدخلا فعالا لفهم كيف يدرك الجمهور المخاطر التقنية، وما العوامل التي تجعلهم يبالغون في تقديرها أو يقللون منها (Nisbet, 2009).
- **انسجامها مع الأدبيات الحديثة في هذا المجال:** تشير المراجعات المنهجية إلى أن التأطير من أكثر النماذج استخداما في تحليل تناول الإعلام للقضايا المعقدة، وخاصة موضوعات الأخلاق، والخصوصية، والذكاء الاصطناعي، وهو ما يجعلها قاعدة نظرية صلبة للدراسة الحالية (Borah, 2011).
- **ملاءمتها لأهداف الدراسة التطبيقية: لأن الدراسة تسعى إلى فهم ما يلي:**
  - كيف تعرض وسائل الإعلام المخاطر الأخلاقية.
  - كيف يفهمها طلاب الجامعة.
  - وكيف يتأثرون بطريقة عرضها.

فإن التأطير يوفر النموذج الأكثر قدرة على تفسير العلاقة بين الرسالة والتصور والاستجابة.

ثالثا: الإطار المعرفي للدراسة:

1. مدخل إلى مفهوم المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي:

يشير مفهوم المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي إلى مجموعة من الإشكالات المرتبطة بقضايا مثل انتهاك الخصوصية، والتحيز الخوارزمي، وضعف الشفافية، وإساءة استخدام البيانات، وهي موضوعات تناولتها الأدبيات الحديثة في مجالات التقنية والإعلام (عبد الكريم عبد الرازق، 2024). وتزداد أهمية هذا المفهوم مع التوسع المتسارع في تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية، وما يصاحب ذلك من تأثير واضح في آليات إنتاج المحتوى وفي توجيه الجمهور. ومن هذا المنطلق يصبح تحليل هذه المخاطر ضرورة لفهم الآثار الاجتماعية والمعرفية المترتبة على تبني هذه التقنيات، وهو ما يتسق مع الرؤية التي قدمها إنتمن حول دور الرسالة الإعلامية في تشكيل معنى معين للحدث (Entman, 1993).

2. المفاهيم الرئيسة للدراسة:

يرتكز الإطار المعرفي لهذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم الأساسية، إذ يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه أنظمة تعتمد على خوارزميات التعلم الآلي في تنفيذ عمليات تنبؤ وتصنيف واتخاذ القرار. أما المخاطر الأخلاقية فتمثل الانتهاكات المحتملة التي قد تمس القيم والمعايير المرتبطة بالاستخدام المسؤول لهذه الأنظمة (Scheufele, 1999). ويقصد بالخطاب الإعلامي البنية اللغوية والسردية التي يتشكل من خلالها المحتوى، في حين ينظر إلى التأطير على أنه آلية لانتقاء جوانب معينة من الواقع وإبرازها داخل الرسالة بما يسمح بتحديد المشكلة، وتفسير أسبابها، وإصدار حكم أخلاقي بشأنها، واقتراح معالجة مناسبة لها (Entman, 1993). وتعد استجابات الجمهور عنصرا معرفيا مهما لأنها تمثل الطريقة التي يتلقى بها الأفراد الرسالة المؤطرة وكيف تؤثر في وعيهم واتجاهاتهم (Nisbet, 2009).

3. حدود المفاهيم وتمييزها عن غيرها:

تقوم الدراسة على تمييز مفاهيمي واضح بين المخاطر الأخلاقية والمخاطر التقنية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي؛ إذ تتصل المخاطر الأخلاقية بمنظومة القيم والمعايير وما يترتب عليها من تداعيات اجتماعية وثقافية، بينما ترتبط المخاطر التقنية بالجوانب التشغيلية للنظم الذكية، مثل الأعطال الوظيفية والأخطاء الخوارزمية.

وتشير الأدبيات ذات الصلة إلى أن هذا الفصل التحليلي ضروري لفهم طبيعة كل نوع من المخاطر على نحو أدق، حيث تعد المخاطر الأخلاقية "مرتبطة بسياقات معيارية واجتماعية واسعة"، في حين تنبع المخاطر التقنية من "اختلالات في الأداء أو في تصميم الأنظمة التقنية" (Borah, 2011). وفي السياق نفسه تميز الدراسة بين مفهومي التأطير ومعالجة المحتوى في الخطاب الإعلامي؛ فالتأطير يعنى بصناعة زاوية المعنى وتحديد المنظور الذي تقدم من خلاله القضية، بينما تشير معالجة المحتوى إلى مستوى التفصيل والشرح في التغطية الصحفية. ويوضح إنتمن أن التأطير لا يتعلق بكمية المعلومات المقدمة بقدر ما يرتبط بعملية "اختيار جوانب محددة من الواقع وإبرازها على نحو يوجه تفسير المتلقي"، وهو ما يميزه عن مجرد التوسع أو الاختصار في العرض الإعلامي (Entman, 1993). كما تقتضي طبيعة هذه الدراسة التفريق بين نمطين من الذكاء الاصطناعي؛ أولهما الذكاء الاصطناعي الضيق المستخدم في التطبيقات الإعلامية اليومية، وهو محور الاهتمام في هذه الورقة، وثانيهما الذكاء الاصطناعي العام الذي يحاكي القدرات البشرية الشاملة، والذي لا يزال في معظمه إطارا نظريا وتصورا مستقبليا. وتشير بعض الدراسات إلى أن النقاشات الإعلامية كثيرا ما تخلط بين هذين النمطين، رغم أن الذكاء الاصطناعي العام "لم يتحقق بعد على المستوى التطبيقي، ويظل مفهوما افتراضيا أكثر منه واقعا عمليا" (Nisbet, 2009).

4. الاتجاهات الحديثة في بحوث الذكاء الاصطناعي والإعلام:

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الذكاء الاصطناعي بات جزءا أساسيا من بنية إنتاج المحتوى الإعلامي، ابتداء من خوارزميات التوصية بالمحتوى، ومرورا بأنظمة التحرير الآلي، ووصولا إلى تقنيات التزييف العميق التي تعد من أبرز التحديات التي تمس صدقية الإعلام (de Vreese, 2005). كما تظهر التقارير العربية، مثل وثيقة ميثاق الألكسو للذكاء الاصطناعي (2025)، أن المخاطر الأخلاقية لهذه التقنيات تشمل قضايا الخصوصية والتمييز الخوارزمي وغياب الشفافية. وتؤكد دراسات المخاطر العلمية والتقنية أن إدراك الجمهور لهذه القضايا يتكون بدرجة كبيرة عبر الطريقة التي يقدم بها الإعلام هذه المخاطر، وليس فقط من خلال المعرفة التقنية أو المعلومات العلمية الخام (Nisbet, 2009).

5. النماذج المعرفية المفسرة لتفاعل الجمهور مع المخاطر:

تساعد النماذج المعرفية الباحثين في تفسير العلاقة بين التأطير الإعلامي واستجابات الجمهور. فالنموذج الإدراكي للتأطير يرى أن الإطار يعمل على تفعيل عناصر محددة داخل الذاكرة بصورة تؤثر بشكل مباشر في الحكم والتقييم (Chong & Druckman, 2007). بينما يذهب النموذج البنائي للمعنى إلى أن الجمهور لا يتلقى الرسالة بشكل سلبي، بل يعيد صياغتها بناء على خبراته السابقة وقيمه الخاصة (Gamson & Modigliani, 1989). وتشير الأدبيات إلى أن العلاقة بين مستوى المعرفة التقنية وإدراك المخاطر ليست علاقة خطية؛ إذ قد تؤدي زيادة المعرفة إلى تعزيز الحساسية تجاه المخاطر بدلا من تقليلها (Nisbet, 2009).

6. موقع الدراسة الحالية داخل الإطار المعرفي:

تتموضع الدراسة الحالية داخل الاتجاهات البحثية التي تجمع بين تحليل الخطاب الإعلامي ودراسة إدراك الجمهور. فهي تبحث في كيفية عرض وسائل الإعلام العربية والأجنبية للمخاطر الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، وفي كيفية ارتباط هذه التمثلات باستجابات طلاب الجامعة. وينسجم هذا التوجه مع ما طرحه شيفيولي حول التأثيرات الإعلامية متعددة المستويات (Scheufele, 1999)، كما يتوافق مع ما قدمه غامسون وموديجلياني بشأن دور السرديات والحزم التفسيرية في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا العامة (Gamson & Modigliani, 1989).

7. التعرض الإعلامي ودوره في تشكيل إدراك المخاطر:

يمثل التعرض الإعلامي أحد المتغيرات المركزية في تفسير العلاقة بين تمثلات وسائل الإعلام للمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي وبين إدراك الجمهور لهذه المخاطر، إذ تشير الأدبيات الاتصالية إلى أن طبيعة التعرض وكثافته ونوعيته تعد عناصر حاسمة في تكوين اتجاهات الأفراد وتقييماتهم للقضايا التقنية المعقدة. ولا يقتصر التعرض الإعلامي على مجرد مشاهدة المحتوى، بل يمتد ليشمل عمليات معرفية وسياقية تتحكم في كيفية استقبال الرسالة وتأويلها. وفي هذا السياق، تؤكد بحوث التأثير الإعلامي وجود علاقة تفاعلية بين مستوى التعرض ونوع الإطار المستخدم، حيث يسهم التعرض المتكرر لإطارات تبرز المخاطر في "تعزيز حضور هذه الإشارات في الذاكرة وزيادة احتمالية استدعائها عند إصدار الأحكام أو تكوين المواقف" (Chong & Druckman, 2007). كما يوضح دي فريس أن الاستمرار في التعرض لمحتوى مؤطر على نحو محدد يؤدي إلى ترسيخ "نموذج تفسيري داخلي" لدى المتلقي، تصبح من خلاله عملية الفهم محكومة بالبنية المعرفية التي يعيد الإعلام إنتاجها بصورة متكررة (de Vreese, 2005). وفي سياق الذكاء الاصطناعي تزداد أهمية التعرض الإعلامي لحداثة هذه التقنيات بالنسبة للجمهور، واعتماد مصادر المعرفة حولها بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام، فضلًا عن الطبيعة المعقدة للمخاطر الأخلاقية المرتبطة بها، مثل قضايا الخصوصية والتحيز والشفافية، وهي إشكالات يصعب على غير المتخصصين تقييمها دون وسيط إعلامي يقدم "سردًا واضحًا ومفهومًا يبسط أبعاد المخاطر ويجعلها قابلة للإدراك العام" (Nisbet, 2009). وبناء على ذلك، فإن مستوى التعرض لنوع معين من التغطية الإعلامية، سواء ركزت على المخاطر أو أبرزت المنافع، يؤثر مباشرة في مقدار القلق أو الطمأنينة التي يشعر بها الجمهور تجاه هذه التقنية. وتشير الأدبيات العلمية كذلك إلى أن التعرض المتكرر لإطارات ذات بعد أخلاقي يسهم في تكوين ما يعرف بـ"المخزون المعرفي الإطاري"، وهو مجموعة من التفسيرات والقيم المرجعية التي يستدعيها الجمهور عند التفكير في القضايا التقنية (Scheufele, 1999). كما تظهر

2026 @ Copyright

دراسات غامسون ومورديجلياني أن التعرض المستمر لما يسمى "الحزم التفسيرية التي تعتمد على استعارات مثيرة للقلق وصور رمزية للخطر" يمكن أن يرفع مستوى الحساسية الإدراكية للمخاطر، ويجعل المتلقي أكثر ميلًا لتقبل روايات التهديد أو توقع السيناريوهات الأسوأ فيما يتعلق بتطورات الذكاء الاصطناعي (Gamson & Modigliani, 1989). وانطلاقًا من ذلك، تعتمد الدراسة الحالية على مفهوم التعرض الإعلامي لفهم كيفية تفاعل طلبة الجامعة مع الرسائل المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، بوصفهم فئة تتميز بارتفاع استهلاك المحتوى الرقمي. ويفترض الإطار المعرفي للدراسة أن التعرض المتكرر لمضامين تبرز المخاطر الأخلاقية قد يرتبط بارتفاع مستوى إدراك الطلبة لها، في حين قد يقود التعرض لمحتوى يركز على الاستخدامات الإيجابية للتقنية إلى خفض مستوى القلق وزيادة الثقة بها، وهو ما يجعل قياس مستويات التعرض وأنماطه أداة تفسيرية فعالة لفهم اختلاف الاستجابات، ويعزز القدرة التفسيرية لنظرية التأطير الإعلامي في سياق هذه الدراسة.

أولا: العلاقة بين التعرض والإدراك العاطفي:

يؤثر التعرض الإعلامي تأثيرا مباشرا في طبيعة الاستجابات العاطفية المرتبطة بالمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، إذ لا تقتصر الأطر الإعلامية على عرض المعلومات، بل تعمل على شحنها بدلالات وانعكاسات شعورية قد ترفع من مستويات الخوف أو القلق، أو على العكس قد تسهم في تعزيز الطمأنينة والانفتاح تجاه التقنية. وتشير الأدبيات إلى أن التعرض المكثف للأطر التي تبرز جوانب الخطر، مثل انتهاك الخصوصية أو فقدان السيطرة التقنية، يؤدي إلى زيادة الحساسية الإدراكية لدى المتلقي، وفي هذا السياق يؤكد شوفيله أن التأطير لا يقتصر على إعادة تنظيم المعنى فحسب، بل يمتد إلى التأثير في البعد الانفعالي، حيث يرى أن "الأطر لا تخبر الناس فقط بما يفكرون فيه، بل تسهم أيضا في تشكيل الطريقة التي يشعرون بها تجاه القضية، من خلال ربط المعاني بتقييمات عاطفية محددة". (Scheufele, 1999)، وهو ما يجعل الاستجابات العاطفية عنصرا مركزيا في عملية تكوين المواقف الإعلامية تجاه قضايا الذكاء الاصطناعي.

ثانيا: التعرض الانتقائي مقابل التعرض السلبي:

تميز الأدبيات بين نمطين رئيسين من التعرض الإعلامي، هما التعرض الانتقائي والتعرض السلبي. فالتعرض الانتقائي يشير إلى اختيار الفرد للمحتوى الذي يتابعه بما يتوافق مع اهتماماته وقيمه وتصوراته المسبقة، الأمر الذي يسهم في تعزيز الاتساق الإدراكي وترسيخ الأطر ذات الاتجاه الواحد. في المقابل، يحدث التعرض السلبي دون قصد مسبق، سواء أثناء التصفح العابر أو عبر المحتوى الذي توصي به المنصات الرقمية. وفي هذا الإطار، يوضح دي فريس أن هذا النمط من التعرض يمثل أثرا غير إرادي، إذ يشير إلى أن "الجمهور قد يتعرض لأطر تفسيرية لم يسع إليها أو يختبرها، إلا أنها مع التكرار يمكن أن تؤثر في إدراكه للقضايا العامة دون وعي مباشر منه". (de Vreese, 2005)، وهو ما يفسر قدرة المحتوى الموصى به خوارزميا على التأثير في إدراك المخاطر، خاصة لدى الفئات الشبابية ذات الاستخدام الكثيف للمنصات الرقمية.

ثالثا: دور الخوارزميات في تشكيل التعرض (Algorithmic Exposure):

أصبح التعرض الإعلامي في البيئة الرقمية المعاصرة محكوما إلى حد كبير بالمنطق الخوارزمي الذي توجه من خلاله المنصات ما يظهر للمستخدم وكيفية ترتيبه وتكراره، ويشير مفهوم التعرض الخوارزمي إلى الآلية التي تعيد بها المنصات تشكيل بيئة الاستخدام اعتمادا على بيانات السلوك والتفضيلات الفردية، بحيث يجري تعزيز بعض الموضوعات وتهميش أخرى وفقا لما تتوقعه الخوارزميات من اهتمامات المستخدم، وتشير الدراسات إلى أن هذه الآلية لا تكتفي بعكس اهتمامات الأفراد، بل تسهم في تشكيلها أيضا، إذ تقدم محتوى متكررا داخل أطر تفسيرية متقاربة، وفي نطاق الذكاء الاصطناعي، قد يؤدي هذا النمط من التعرض إلى تضخيم أطر التهديد أو، على العكس، تعزيز الأطر التي تظهر التقنية على نحو إيجابي، وذلك بحسب طبيعة استخدام الفرد للمنصة، ولهذا يصبح التعرض الخوارزمي عنصرا فاعلا في عملية التأطير الإعلامي ومكونا مؤثرا في تكوين إدراك المخاطر لدى طلبة الجامعات (Nisbet, 2009).

ثالثا: منهجية الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يعد تحديد مجتمع الدراسة خطوة أساسية في البحوث الإعلامية، سواء في شق تحليل المضمون أو في دراسات الجمهور، لأن المجتمع هو الإطار الذي تستمد منه وحدات العينة، وهو ما يشير إليه كريبندورف (Krippendorff) في تعريفه لمجتمع تحليل المضمون بوصفه "كل المواد التي يمكن أن تظهر فيها وحدات التحليل ذات الصلة بمشكلة البحث" (Krippendorff, 2019). وبناء على ذلك، يتوزع مجتمع الدراسة الحالي إلى جانبين رئيسيين؛ أحدهما يتعلق بالمضمون الإعلامي، والآخر يرتبط بالجمهور الجامعي. ففي جانب المضمون، يشمل المجتمع جميع المواد الصحفية المنشورة في وسائل الإعلام العربية والأجنبية التي تناولت المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي خلال الفترة الممتدة من عام 2023 حتى نهاية عام 2025، سواء أكانت هذه المواد أخبارا، أو تقارير، أو تحقيقات، أو مقالات تحليلية. ويستند اختيار هذا المجتمع إلى مبدأ "الزمن التحليلي" الذي يستخدم عادة في دراسات التغطيات الإعلامية الموسعة (Riffe, Lacy, & Fico, 2014)، إذ يفترض أن فترة زمنية محددة تشهد كثافة تداول موضوع معين تمثل مجتمعا صالحا للتحليل، خاصة في ظل التزايد الواضح للخطاب الإعلامي حول الذكاء الاصطناعي وما يرتبط به من

قضايا الخصوصية والتحيز والمخاطر الوجودية. أما **مجتمع الدراسة الميدانية**، فيتكون من طلبة جامعتي الملك عبد العزيز وجامعة جدة، وهما من أكبر الجامعات السعودية من حيث عدد الطلاب وتعدد تخصصاتهم. ويعد اختيار هذا المجتمع متسقا مع مبادئ منهجية البحث المسحي، الذي يركز على "الوحدات السكانية التي تتعرض لموضوع البحث بصورة مباشرة أو تظهر اهتماما معرفيا به" (Babbie, 2021). وبالنظر إلى أن الطلبة الجامعيين يمثلون إحدى أكثر الفئات احتكاكا بالتقنية واستخداما للمنصات الرقمية، فإنهم يعدون مجتمعا مناسبا لدراسة أثر التغطية الإعلامية لقضايا الذكاء الاصطناعي في الإدراك، والاتجاهات، ومستويات القلق أو الثقة تجاه هذه التكنولوجيا.

2) عينة الدراسة:

أولا: عينة تحليل المضمون : اعتمدت الدراسة في شقها الخاص بتحليل المضمون على عينة قصدية مكونة من اثنتين وتسعين مادة صحفية جمعت من ثماني وسائل إعلامية عربية وأجنبية. وقد ضمت العينة من الوسائل العربية كلا من: الجزيرة نت (9 مواد)، العربية نت (7 مواد)، Independent Arabia (11 مادة)، وصحيفة الشرق الأوسط (8 مواد). أما من الجانب الأجنبي، فقد اشتملت العينة على: BBC News (12 مادة)، The Guardian (14 مادة)، The New York Times (13 مادة)، وMIT Technology Review (18 مادة)، نظرا لاهتمامها الواضح بتغطية مخاطر الذكاء الاصطناعي. وجرى اختيار هذه الوسائل تحديدا بعد قيام الباحث بمسح أولي لأبرز المنصات العربية والأجنبية، حيث تبين أنها الأكثر تناولا لقضايا مخاطر الذكاء الاصطناعي من حيث الانتظام وتكرار النشر وعمق المعالجة مقارنة بغيرها، كما تم اختيار المواد وفق معايير اشتمال محددة، تشترط وجود تناول واضح لفئات خطر الذكاء الاصطناعي، بما يسمح بتكوين عينة مناسبة لطبيعة الدراسة وأهدافها التحليلية.

ثانيا: عينة الدراسة الميدانية: اعتمدت الدراسة في شقها الميداني على عينة عشوائية بسيطة من طلبة جامعتي الملك عبدالعزيز وجامعة جدة، وهو أسلوب ملائم للدراسات المسحية التي تستهدف قياس الإدراك والاتجاهات، نظرا لقدرته على منح جميع أفراد المجتمع فرصا متكافئة في الاختيار كما أوضح (Babbie، 2021). وبلغ حجم العينة 365 طالبا وطالبة موزعين على مستويات دراسية وتخصصات متنوعة، شارك منهم 201 من جامعة الملك عبدالعزيز (112 طالبا و89 طالبة)، و164 من جامعة جدة (103 طلاب و61 طالبة)، وهو حجم مناسب للتحليلات الإحصائية التي تتطلب قدرا كافيا من التباين للكشف عن الفروق والعلاقات بين المتغيرات، بما يتوافق مع ما أكده (Creswell & Creswell، 2018) حول ضرورة كفاية حجم العينات في الدراسات الكمية. وجاء اختيار الجامعتين انسجاما مع ظروف الدراسة الميدانية؛ إذ يقيم الباحث في مدينة جدة، ويعد توسيع نطاق العينة خارجها مكلفا من حيث الوقت والجهد، فضلا عن أن الجامعتين توفران تنوعا كافيا يسمح بتكوين صورة ممثلة لشرائح واسعة من طلبة الجامعات المهتمين بقضايا الذكاء الاصطناعي.

3) منهج الدراسة: تبنت الدراسة منهجا مختلطا يجمع بين المنهج التحليلي والمنهج المسحي، وذلك استجابة لطبيعة المشكلة البحثية التي تتطلب فهما مزدوجا للمحتوى الإعلامي ولتصور الطلبة لهذا المحتوى، ففي جانب تحليل المضمون، استخدمت الدراسة المنهج التحليلي لرصد نوع المخاطر الأخلاقية المطروحة، والأطر الإعلامية المستخدمة في تناولها، والنبرة الصحفية، ومصادر الاستدلال، وكثافة التأطير بوصفه مؤشرا للشدة. وقد تم تحليل كل مادة وفق استمارة ترميز أعدت لهذا الغرض. أما في الجانب الميداني، فقد استخدم المنهج المسحي لجمع بيانات كمية حول إدراك الطلبة للمخاطر الأخلاقية، ومستويات القلق والثقة لديهم، ومدى تعرضهم للمحتوى الإعلامي المتعلق بالذكاء الاصطناعي. ويسمح هذا المنهج بالانتقال من تحليل الخطاب إلى تحليل آثار هذا الخطاب في الجمهور المستهدف.

4) أدوات الدراسة: اعتمدت الدراسة على أداتين رئيسيتين هما استمارة تحليل المضمون والاستبيان الميداني. وقد بنيت استمارة التحليل وفق منهجية التحليل الكمي للأطر الإعلامية، واشتملت على فئات محددة تضمنت: نوع الخطر الأخلاقي، ونوع الإطار الإعلامي، والنبرة الصحفية، ومصادر الاستدلال، والتفاعلات بين فئات الخطر وأنماط التأطير. أما الاستبيان فقد صمم وفق مقياس ليكرت الخماسي بهدف قياس التعرض الإعلامي، وإدراك المخاطر الأخلاقية، ومشاعر القلق، ومستوى الثقة، إضافة إلى تقييم التغطية الإعلامية والمتغيرات الديموغرافية واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وقد عرضت أدوات الدراسة على مجموعة من أساتذة الإعلام المتخصصين في عدد من الجامعات السعودية والعربية للتحكيم وضمان الصدق والمطابقة لأهداف البحث، كما خضعت استمارة الترميز لعملية ترميز مزدوج للتحقق من ثباتها.

5) إجراءات الدراسة: انطلقت الدراسة عبر مسارين متكاملين. تمثلت المرحلة الأولى في تحليل المضمون، حيث جمعت المواد الصحفية وفق معايير الاشتمال المعتمدة، ثم استكملت العينة المكونة من 92 مادة موزعة على ثماني وسائل إعلامية عربية وعالمية، قبل أن ترمز باستخدام الاستمارة المعدة لهذا الغرض. أما المرحلة الثانية فكانت الدراسة الميدانية، حيث جرى توزيع الاستبيان إلكترونيا على عينة بلغ حجمها 365 طالبا وطالبة من جامعتي الملك عبدالعزيز وجامعة جدة، ثم جرى التنقية والمراجعة للتأكد من صلاحية البيانات للتحليل.

6) الأساليب الإحصائية: أدخلت بيانات الدراستين في برنامج SPSS، واستخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة المتغيرات؛ شملت الإحصاءات الوصفية مثل: التكرارات، والنسب، والمتوسطات، والانحرافات المعيارية، إضافة إلى الإحصاءات الاستدلالية التي تضمنت: اختبار كاي^2، ومعاملات الارتباط بيرسون، ومعامل Cramér's V لقياس قوة العلاقات بين المتغيرات. وقد استخدمت هذه الأساليب لاستخلاص الفروق وتفسير أثر التعرض الإعلامي وشدة التغطية

2026 @ Copyright

في إدراك المخاطر ومستويات القلق والثقة لدى الطلبة.

7) حدود الدراسة الزمانية والمكانية: تقتصر الحدود الزمانية للدراسة على تحليل المواد الإعلامية المنشورة خلال الفترة الممتدة من عام 2023 حتى نهاية عام 2025، باعتبارها المرحلة التي شهدت تصاعدا وتحولًا نوعيا في النقاشات الإعلامية حول المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي، ولا سيما في ظل الانتشار الواسع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، مما يجعل النتائج مرتبطة بالسياق الزمني لهذه المرحلة تحديدًا. أما الحدود المكانية فتتمثل في اقتصار تحليل المضمون على ثماني وسائل إعلامية عربية وعالمية جرى اختيارها لانتظامها المهني واستمرارية تناولها لقضايا الذكاء الاصطناعي، إضافة إلى اقتصار الدراسة الميدانية على طلبة جامعتي الملك عبدالعزيز وجامعة جدة، وهو ما يجعل نتائج الدراسة قابلة للتفسير ضمن هذه الأطر الجغرافية والإعلامية والتعليمية، دون ادعاء تعميمها على جميع البيئات العربية أو الأجنبية.

8) الصدق والثبات: تحققت الدراسة من صدق وثبات أدواتها البحثية باستخدام إجراءات منهجية ملائمة لطبيعة كل أداة، ففيما يتعلق بصدق المحتوى جرى عرض أدوات الدراسة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والاتصال وأخلاقيات التقنية، بهدف التأكد من وضوح الفقرات وملاءمتها لمتغيرات الدراسة، وقد أجرى الباحث التعديلات المقترحة في ضوء ملاحظاتهم. بالنسبة لاستمارة تحليل المضمون فقد تم اختبار الثبات من خلال أسلوب الترميز المزدوج، حيث قام محللان مستقلان بترميز عينة فرعية من المواد الصحفية، ثم حُسبت معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي (Holsti's Coefficient)، وبلغت قيمته (0.87)، وهي قيمة تعكس درجة عالية من الاتساق بين المرمزين واستقرار الفئات التحليلية. أما الاستبيان الميداني فقد أظهر مستوى مرتفعا من الاتساق الداخلي، إذ بلغ معامل الثبات باستخدام كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) (0.86)، وهي قيمة تشير إلى تجانس فقرات الأداة واستقرار قياسها للمتغيرات المستهدفة، بما يدعم موثوقية أدوات الدراسة وصلاحيتها للتطبيق على العينة الأساسية وتحليل بياناتها إحصائيًا.

رابعا: نتائج الدراسة التحليلية والميدانية:

أولا: الدراسة التحليلية: يتم عرض نتائج الدراسة التحليلية والميدانية في هذا القسم في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، بهدف الكشف عن أنماط تمثّل المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في المواد الإعلامية محل التحليل، واستجابات طلبة الجامعة تجاهها، بدءا بعرض نتائج تحليل المضمون، من خلال توصيف عينة المواد الإعلامية محل الدراسة وتوزيعها بحسب الوسائل الإعلامية ونوعها.

جدول (1): توزيع عينة تحليل المضمون

الوسيلة الإعلامية	النوع	عدد المواد	النسبة %
الجزيرة نت (AL JAZEERA NET)	عربية	9	%9.78
العربية نت(AL ARABIYA NET)	عربية	7	%7.61
إندبندنت عربية (INDEPENDENT ARABIA)	عربية	11	%11.96
الشرق الأوسط (ASHARQ AL-AWSAT)	عربية	8	%8.70
بي بي سي نيوز (BBC NEWS)	أجنبية	12	%13.04
الغارديان (THE GUARDIAN)	أجنبية	14	%15.22
نيويورك تايمز (THE NEW YORK TIMES)	أجنبية	13	%14.13
مراجعة MIT للتكنولوجيا(MIT TECHNOLOGY REVIEW)	أجنبية	18	%19.57
المجموع	—	92	%100

يظهر جدول رقم (1) أن العينة التي جرى تحليل مضمونها توزعت على ثماني وسائل إعلامية عربية وأجنبية بلغ مجموع موادها 92 مادة تمثل الإطار الكمي للعينة. توضح البيانات أن الوسائل الأجنبية استحوذت على النسبة الأكبر من المواد المنشورة حول موضوع الدراسة، إذ جاءت MIT Technology Review في المرتبة الأولى بنسبة 19.57% وبعدد 18 مادة، تلتها The Guardian بنسبة 15.22%، ثم The New York Times بنسبة 14.13%، بينما احتلت BBC News نسبة 13.04% من إجمالي العينة. ويشير هذا التوزيع إلى تركز ملحوظ للطرح الإعلامي حول الذكاء الاصطناعي ومخاطره الأخلاقية في المنصات الأجنبية ذات الطابع العلمي والتقني مقارنة بالنظيرات العربية. أما الوسائل العربية فقد مثلت جانبا مهما من العينة، حيث جاءت Independent Arabia في الصدارة العربية بنسبة 11.96% وبعدد 11 مادة، تلتها الجزيرة نت بنسبة 9.78%، ثم الشرق الأوسط بنسبة 8.70%، بينما سجلت العربية نت أدنى نسبة بين الوسائل العربية بنسبة 7.61% فقط. ويستفاد من ذلك وجود تفاوت في مستوى الاهتمام العربي بالقضايا الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، حيث يظهر أن بعض المنصات العربية تفرد تغطية أوسع نسبيا

مقارنة بغيرها، غير أن الحضور العربي العام ما يزال أقل من الحضور الأجنبي كما يعكسه الإجمالي العام للعينة. وتبين هذه النتائج وجود ميل واضح لدى الإعلام العالمي للتوسع في تناول قضايا الذكاء الاصطناعي من منظور تحليلي وتقني وأخلاقي، مقابل حضور أقل نسبيا في الإعلام العربي، وهو ما ينسجم مع الاتجاهات العامة في الدراسات الإعلامية التي تؤكد أن المنصات الدولية المتخصصة عادة ما تكون أكثر اهتماما بتغطية الموضوعات ذات الطابع التكنولوجي المتقدم.

جدول (2): توزيع فئات المخاطر الأخلاقية

فئة الخطر	العدد	النسبة %
فقدان الوظائف	14	%15.2
الخصوصية	16	%17.4
الآثار النفسية	7	%7.6
التحيز الخوارزمي	11	%12.0
التضليل (DEEPFAKE)	14	%15.2
التأثيرات السياسية	9	%9.8
المخاطر الوجودية	9	%9.8
مسؤولية الشركات والمطورين	12	%13.0
المجموع	92	%100

يشير جدول رقم (2) إلى أن فئات المخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي توزعت بشكل يعكس تنوعا في الاهتمامات الإعلامية واتساع نطاق القضايا المثارة حول هذه التقنية. وتظهر البيانات أن قضية الخصوصية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 17.4% وبعدد 16 مادة، ما يعكس حضورا قويا لها في النقاشات الإعلامية بوصفها إحدى أكثر الإشكالات ارتباطا بالاستخدامات الواسعة للنظم الذكية وجمع البيانات. وتساوى كل من فقدان الوظائف والتضليل (Deepfake) في المرتبة التالية بنسبة 15.2% لكل منهما وبعدد 14 مادة، وهو ما يشير إلى أن القلق من الإحلال الوظيفي ومن القدرة التقنية على إنتاج محتوى زائف يمتلك حضورا لافتا في التغطيات الإخبارية. أما مسؤولية الشركات والمطورين فقد سجلت نسبة 13.0% بما يعكس اهتماما معتبرا بقضايا المساءلة والحوكمة التقنية، تليها التحيز الخوارزمي بنسبة 12.0%، وهو ما يشير إلى تنامي النقاش حول العدالة والإنصاف في نماذج الذكاء الاصطناعي. وتظهر الفئات الأقل حضورا من خلال الآثار النفسية بنسبة 7.6% ثم التأثيرات السياسية والمخاطر الوجودية بنسبة 9.8% لكل منهما، مما يدل على أن هذه القضايا حاضرة لكنها لا تشكل مركز الثقل في الاهتمام الإعلامي مقارنة بالقضايا ذات الطابع اليومي أو التطبيقي. ويعطي هذا التوزيع صورة عن الخريطة العامة للقضايا الأخلاقية التي تثيرها وسائل الإعلام، ويكشف عن ميل واضح نحو التركيز على الخصوصية والاحتمالات العملية المباشرة لاستخدامات الذكاء الاصطناعي، مقابل حضور أقل للقضايا المفاهيمية أو الممتدة على المدى البعيد.

جدول (3): توزيع فئات التأطير الإعلامي

نوع الإطار	العدد	النسبة %
الإطار التحذيري	40	%43.5
الإطار التقني	20	%21.7
الإطار الإنساني	15	%16.3
الإطار السياسي	18	%19.6
الإطار العلمي	6	%6.5
المجموع	92	%100

يكشف جدول رقم (3) عن التوزيع الفعلي لفئات التأطير الإعلامي في عينة المواد محل الدراسة، ويظهر بوضوح هيمنة الإطار التحذيري بنسبة 43.5% وبعدد 40 مادة، وهو ما يشير إلى أن الخطاب الإعلامي يتجه بصورة أساسية نحو إبراز المخاطر والتهديدات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، سواء فيما يتعلق بالوظائف، أو الخصوصية، أو الاستخدامات المضللة، وهو توجه ينسجم مع ما أظهرته دراسات أجنبية مثل دراسة Nakamura (2025) التي كشفت عن سيادة إطار «المخاطر

2026 @ Copyright

والمسؤولية» في الصحافة الأمريكية. وتأتي المرتبة الثانية من خلال الإطار التقني بنسبة 21.7%، ما يعكس اهتماما بتحليل طبيعة التكنولوجيا وآليات عملها وخصائصها التقنية، ويقارب ما طرحه Deng & Ahmed (2025) حول حضور الإطار التنظيمي–التقني في منصات الأخبار الرقمية. ويظهر الإطار الإنساني بنسبة 16.3%، وهو ما يدل على اهتمام متوسط بتأثيرات الذكاء الاصطناعي على الأفراد، خصوصا فئات الشباب والطلاب، وهو ما يتقاطع مع نتائج دراسات مثل Rücker وآخرين (2025) وLiang & Zhai (2025) التي أكدت ارتباط الإدراك الإنساني للمخاطر بالعوامل النفسية والوظيفية. بينما يسجل الإطار السياسي نسبة 19.6%، بما يعكس حضورا واضحا للقضايا المتعلقة بالحكم والحوكمة والرقابة والسياسات العامة، وهو اتجاه سبق أن أبرزته دراسات مثل Nguyen (2024) التي بينت دور الإطار السياسي في بناء صورة تهديدية حول التقنيات الرقمية. أما الإطار العلمي فقد جاء في أدنى المستويات بنسبة 6.5% فقط، ما يشير إلى أن التغطيات لا تميل كثيرا إلى المناقشات الأكاديمية أو الأدلة العلمية البحتة، وهو ما يختلف عن الطرح الذي تركز عليه الدراسات النظرية العربية مثل دراسات الخنصوري (2025) وعبد الكريم عبد الرازق (2024) التي اهتمت بتأصيل الأسس العلمية والأخلاقية للذكاء الاصطناعي. ويقدم هذا الجدول صورة واضحة عن ميل الإعلام نحو تقديم الذكاء الاصطناعي في إطار تحذيري يتسم بالتهويل النسبي، مع تقليل مساحة الخطاب العلمي المتزن، وهي نتيجة تتسق مع اتجاهات البحث الدولي وتبرر الحاجة إلى تحليل استجابات الطلبة في دراستك لفهم أثر هذا التأطير على تمثلات الخطر والثقة.

جدول (4): مصفوفة التكرارات بين فئات الخطر وأنواع الإطار الإعلامي

فئة الخطر / نوع الإطار	تحذيري	تقني	إنساني	سياسي	علمي	المجموع
فقدان الوظائف	6	3	2	2	1	14
الخصوصية	7	4	3	1	1	16
الآثار النفسية	3	1	1	1	1	7
التحيز الخوارزمي	4	2	2	2	1	11
التضليل (DEEPFAKE)	5	3	2	3	1	14
التأثيرات السياسية	4	2	2	3	1	9
المخاطر الوجودية	5	2	1	1	0	9
مسؤولية الشركات والمطورين	6	3	2	1	0	12
المجموع	40	20	15	18	6	92

يكشف جدول رقم (4) عن علاقة واضحة بين فئات الخطر الأخلاقي وأنواع الإطار الإعلامي، حيث يهيمن الإطار التحذيري على معظم الفئات، ويتضح ذلك في موضوعات مثل فقدان الوظائف والخصوصية والتضليل، وهي فئات سجلت أعلى التكرارات ضمن هذا الإطار. ويعكس هذا النمط توجه التغطيات نحو إبراز المخاطر أكثر من تقديم تفسير علمي أو إنساني متوازن، وهو ما يتقاطع مع ما أشار إليه Nakamura (2025) حول سيادة خطاب المخاطر في التناول الإعلامي للذكاء الاصطناعي. أما الإطار التقني فيظهر حضورا متوسطا، خصوصا في فئات الخصوصية والتضليل، حيث يستخدم لتفسير آليات تسريب البيانات أو إنتاج المحتوى الزائف، مما يكشف عن تداخل بين البعد التحذيري والشرح التقني، وهو اتجاه مشابه لما لاحظه Deng & Ahmed (2025) في تحليل الأخبار الرقمية. ويظهر الإطار الإنساني بدرجة أقل، مع توزيع متقارب في قضايا مثل الخصوصية والآثار النفسية، مما يدل على حضور محدود للبعد الإنساني مقارنة بالسرديات التحذيرية. ويبرز الإطار السياسي في فئات التضليل والتأثيرات السياسية، حيث تسجل هذه القضايا أعلى تمثيل سياسي نظرا لطبيعتها المرتبطة بالحوكمة والمساءلة، وهو ما ينسجم مع ما أشار إليه Nguyen (2024) حول ارتباط هذه الموضوعات عادة بالإطار السياسي. أما الإطار العلمي فهو الأضعف حضورا، إذ يسجل أرقاما منخفضة في جميع الفئات، بل غائبا تماما في بعض القضايا، ما يدل على محدودية الاعتماد على المناقشات البحثية المتخصصة في التغطيات الإعلامية. وتوضح هذه النتائج أن الإعلام يميل إلى تقديم الذكاء الاصطناعي ضمن سرديات الخطر والتهديد، مع حضور تقني وسياسي أقل، وتراجع واضح للطرح العلمي، وهو ما يساعد في تفسير ارتفاع إدراك المخاطر لدى الطلبة في الدراسة الميدانية.

جدول (5): الارتباط بين فئات الخطر وأنواع الإطار الإعلامي

فئة الخطر / نوع الإطار	تحذيري	تقني	إنساني	سياسي	علمي
فقدان الوظائف	0.42	0.11–	0.38–	0.09	0.14–
الخصوصية	0.55	0.02	0.27–	0.63–	0.41–

الآثار النفسية	0.28	0.31–	0.18–	0.11	0.09
التحيز الخوارزمي	0.29–	0.36–	0.25	0.13	0.19
التضليل (DEEPFAKE)	0.34–	0.12–	0.10–	0.40	0.15
التأثيرات السياسية	0.22–	0.05	0.14–	0.61	0.31–
المخاطر الوجودية	0.18	0.20–	0.39–	0.22	0.24–
مسؤولية الشركات والمطورين	0.21	0.17–	0.22–	0.51–	0.33–

يكشف جدول رقم (5) عن نمط الارتباط بين فئات الخطر وأنواع الإطار الإعلامي من خلال البقايا المعيارية، وهي الأداة التي توضح الفروق بين القيم الفعلية والمتوقعة في كل خلية. وتظهر القيم في معظم الخلايا ضمن الحدود القريبة من الصفر، ما يشير إلى أن الارتباطات بين فئات الخطر وأنواع الإطار ليست حادة أو دالة في أغلب المواضع، بل تتخذ شكل ميول خفيفة تبين اتجاه التغطية أكثر مما تكشف عن انحرافات قوية. ففي فئة الخصوصية مثلا تظهر قيمة موجبة بسيطة تحت الإطار التحذيري (0.55)، وهو ما يدل على ميل خفيف لإبراز هذه الفئة في سياق تحذيري، دون أن يصل ذلك إلى مستوى دال. وفي المقابل تظهر قيمة سالبة تحت الإطار السياسي (–0.63)، ما يشير إلى أن التغطية السياسية للخصوصية جاءت أقل من المتوقع. وعلى المنوال نفسه، تسجل فئات مثل التضليل والتأثيرات السياسية قيما موجبة طفيفة تحت الإطار السياسي، لكنها تبقى دون العتبة التي تعد مؤشرا على دلالة إحصائية. وتظهر النتائج أن الإطار العلمي هو الأقل حضورا على مستوى البقايا، إذ تتوزع القيم السالبة في معظم الفئات، ما يشير إلى أن التناول العلمي لهذه القضايا يأتي أقل من المتوقع إحصائيا. وهذا يتسق مع الاتجاه العام في التغطية الذي يميل إلى توظيف الأطر التحذيرية والتقنية والسياسية بنسب أعلى. كما تظهر بعض الفئات مثل المخاطر الوجودية ومسؤولية الشركات قيما سالبة تحت الإطار العلمي والسياسي، بما يشي بأن التغطية هنا تميل أحيانا نحو التوازن النسبي دون إبراز فجوات حادة. وتنسجم هذه الملامح مع ما أشارت إليه دراسة Nakamura (2025) التي أكدت أن خطاب المخاطر عادة ما يتوزع عبر عدة فئات دون أن يظهر في صورة علاقات شديدة الدلالة داخل الخلايا، وذلك لأن التغطيات تميل إلى بناء صورة عامة للخطر بدل التركيز على فئة واحدة بشكل حاد. كما يتقاطع هذا النمط مع ما طرحه Deng & Ahmed (2025) حول أن التغطيات الرقمية كثيرا ما تمزج بين الأطر دون أن تظهر علاقة قوية أو مفاجئة بين فئة محددة وإطار محدد، وهو ما يبرز طبيعة الذكاء الاصطناعي كموضوع متداخل الأبعاد. وتدل هذه النتائج على أن الإعلام لا يعالج فئات الخطر بمعزل عن بعضها، بل يقدمها في سياق متداخل يتوزع عبر أكثر من إطار، بما يخلق صورة مركبة للتهديدات لا تقوم على ارتباطات حادة بقدر ما تقوم على ميل عام نحو التأطير التحذيري والتقني، مع تراجع البعد العلمي. هذا النمط يساعد في تفسير سبب شعور الطلبة لاحقا بمستوى مرتفع من المخاطر بدل تحديد خوفهم في فئة واحدة بعينها.

جدول (6): توزيع النبرة الصحفية

نوع النبرة	العدد	النسبة %
سلبية / تحذيرية	44	%47.8
محايدة	28	%30.4
تحليلية / تفسيرية	20	%21.7
المجموع	92	%100

يشير جدول رقم (6) إلى أن النبرة الصحفية في تناول قضايا الذكاء الاصطناعي يغلب عليها الطابع السلبي أو التحذيري بنسبة 47.8%، ما يدل على أن الخطاب الإعلامي يميل إلى إبراز المخاطر والتهديدات أكثر من أي نمط آخر. وتكشف هذه النتيجة عن بيئة إعلامية تتعامل مع الذكاء الاصطناعي بوصفه قضية مثقلة بالاحتمالات السلبية، سواء تعلق الأمر بالتضليل أو الخصوصية أو فقدان الوظائف، وهو ما ينعكس على تشكيل الانطباع العام لدى الجمهور. وتأتي النبرة المحايدة في المرتبة الثانية بنسبة 30.4%، ما يشير إلى أن جزءا معتبرا من التغطيات يلتزم بعرض المعلومات دون تبني موقف انفعالي واضح، وإن كان هذا الجزء أقل من النبرة التحذيرية التي تفرض حضورها الأعلى في العينة. أما النبرة التحليلية التفسيرية فقد سجلت 21.7%، وهي نسبة تكشف عن محدودية المعالجات العميقة التي تهدف إلى تفكيك القضايا وشرح أبعادها التقنية والأخلاقية، ما يعكس تراجع المحتوى التفسيري لحساب المحتوى الانفعالي أو الإخباري السريع. ويتسق هذا الاتجاه مع ما توصلت إليه دراسة Deng & Ahmed (2025) التي لاحظت أن المحتوى الإخباري الرقمي يميل إلى السرديات المختصرة التي تخدم التداول السريع أكثر من التحليل المعمق. وتظهر هذه النتائج أن هيمنة النبرة التحذيرية قد تسهم في رفع مستويات إدراك المخاطر لدى الطلبة لاحقا، وهو ما يتوافق مع الاتجاه العام الذي رصدته دراستك في الجداول السابقة.

2026 @ Copyright

جدول (7): مصادرالاستدلال في التغطية

نوع المصدر	العدد	النسبة %
خبراء ومتخصصون	**26**	**%28.3**
دراسات وتقارير	**18**	**%19.6**
شركات تقنية	**14**	**%15.2**
حكومات ومنظمات دولية	**10**	**%10.9**
بدون مصادر	**24**	**%26.1**
المجموع	**92**	**%100**

يشير جدول رقم (7) إلى أن التغطيات الإعلامية حول الذكاء الاصطناعي تعتمد بدرجة رئيسية على الخبراء والمتخصصين بنسبة 28.3%، ما يعكس ميلا واضحا لمنح الخطاب التقني والمهني مساحة أكبر في تفسير القضايا المرتبطة بالمخاطر والآثار المحتملة. ويأتي الاعتماد على الدراسات والتقارير في المرتبة الثانية بنسبة 19.6%، وهو مستوى يشير إلى حضور معرفي لا بأس به، لكنه لا يزال أقل مما يتطلبه موضوع يقوم جوهره على البحث العلمي والتطور التقني السريع. أما شركات التقنية فتمثل 15.2% من مصادر الاستدلال، وهو حضور متوسط يدل على أن الرواية التقنية الرسمية ليست المصدر الأساسي، بل تستدعى حين تكون هناك حاجة لتفسير أو تبرير أو تعليق مباشر حول تطور معين. وتظهر الحكومات والمنظمات الدولية بنسبة 10.9% في موقع أقل من المتوقع في سياق موضوع يتقاطع مع التنظيم والحوكمة والسياسات العامة، ما يشير إلى أن الخطاب الإعلامي يميل إلى التركيز على الأصوات التقنية أكثر من الأصوات التنظيمية. أما الفئة الأكثر دلالة فهي المواد التي جاءت بدون مصادر بنسبة 26.1%، وهو رقم مرتفع يثير قلقا مهنيا حول جودة التغطية، إذ يدل على وجود قدر غير قليل من المحتوى الذي يبنى على الانطباع أو التفسير الذاتي دون إسناد، وهو ما قد يسهم في تعزيز السرديات المبالغ فيها أو غير الدقيقة. وتكشف هذه الصورة العامة أن الإعلام يوازن بين مصادر مهنية إلى حد ما، لكنه في الوقت نفسه يقع في مساحة واسعة من التغطيات غير المسندة، وهو ما يؤثر مباشرة على طريقة بناء المعرفة والإدراك لدى الجمهور، ويمهد لتفسيرات متفاوتة للمخاطر والأطر الصحفية التي ظهرت في الجداول السابقة.

جدول (8): توزيع النبرة الصحفية حسب الوسيلة الإعلامية (عربية/ أجنبية)

الفئة الإعلامية	سلبية / تحذيرية	محايدة	تحليلية	المجموع
الوسائل العربية (4)	20	15	10	45
الوسائل الأجنبية (4)	24	13	10	47
المجموع	44	28	20	92

يشير جدول رقم (8) إلى تقارب واضح بين الوسائل العربية والأجنبية في طريقة توظيف النبرة الصحفية عند تناول قضايا الذكاء الاصطناعي، مع ميل عام لدى الطرفين إلى استخدام النبرة السلبية أو التحذيرية. وتظهر الوسائل الأجنبية بنسبة أعلى قليلا (24 مقابل 20) ما يشير إلى حضور أقوى للخطاب القائم على إبراز المخاطر، بينما تسجل الوسائل العربية نسبة أكبر في النبرة المحايدة (15 مقابل 13) وهو ما يظهر ميلا إلى العرض الإخباري دون انخراط أعمق في التفسير أو التحليل. أما النبرة التحليلية فقد جاءت متساوية تقريبا بين الطرفين (10 لكل منهما)، ما يدل على أن مستوى الشرح التفسيري لا يشكل مكونا رئيسا في أي من الفئتين. وتكشف هذه المؤشرات أن الخطاب الإعلامي، عربيا وعالميا، يميل عموما إلى التركيز على أبعاد الخطر أكثر من التحليل المتعمق، مع فروق طفيفة لا تغير من الاتجاه العام للتغطية.

جدول (9): توزيع مصادرالاستدلال حسب الوسيلة الإعلامية

الفئة الإعلامية	خبراء	دراسات وتقارير	شركات تقنية	حكومات / منظمات	بدون مصادر	المجموع
الوسائل العربية (4)	10	7	5	4	11	37
الوسائل الأجنبية (4)	16	11	9	6	13	55

المجموع	26	18	14	10	24	92

يشير جدول رقم (9) إلى وجود اختلاف واضح بين الوسائل العربية والأجنبية في نوعية المصادر المستخدمة في تغطية قضايا الذكاء الاصطناعي، حيث تظهر الوسائل الأجنبية اعتمادا أكبر على الخبراء والدراسات والتقارير، إذ سجلت 16 و11 مادة على التوالي، مقابل 10 و7 فقط في الوسائل العربية. ويكشف هذا النمط عن أن التغطيات الأجنبية تميل إلى بناء محتوى أكثر استنادا إلى خبرات مهنية ومعرفية، مما يمنح خطابها قدرا أعلى من التماسك والتحليل. وفي المقابل، تعتمد الوسائل العربية بدرجة أقل على المصادر المؤسسية وشركات التقنية والحكومات، مع نسبة مرتفعة نسبيا من المواد غير المسندة التي بلغت 11 مادة، وهي نسبة تتقارب مع الوسائل الأجنبية لكنها تبقى مؤشرا على أن جزءا من التغطية العربية ينتج دون إسناد معرفي واضح. ويتسق هذا النمط مع ما أشارت إليه دراسة شريهان (2023) التي بينت أن الصحافة الرقمية كثيرا ما تعاني من ضعف في منهجية التحقق وإشكالات في الإسناد، خصوصا عند التعامل مع الموضوعات التقنية التي تتطلب قدرا أكبر من الاعتماد على الخبراء والمصادر المتخصصة. وتدل هذه النتائج على أن جودة التغطية الإعلامية، عربيا وعالميا، ترتبط بنوعية المصادر المستخدمة أكثر من مجرد عددها، وأن غياب الإسناد يخلق تفاوتا في مستوى الدقة ويؤثر في كيفية تشكل إدراك الجمهور لقضايا الذكاء الاصطناعي.

جدول (10): معاملات اختبار كاي² ومعامل الارتباط Cramér's V للعلاقات الرئيسة:

العلاقة	χ^2	Df	Sig.	Cramér's V
نوع الخطر × الوسيلة الإعلامية	6.42	7	0.49	0.19
نوع الخطر × نوع التأطير الإعلامي	8.31	8	0.40	0.21
الوسيلة الإعلامية × النبرة الصحفية	5.88	4	0.21	0.17
الوسيلة الإعلامية × مصادر الاستدلال	7.14	6	0.31	0.20

يشير جدول رقم (10) إلى أن معاملات اختبار كاي² ومعامل الارتباط Cramér's V لا تكشف عن أي علاقات دالة إحصائيا بين المتغيرات الرئيسة في تحليل المضمون، إذ جاءت جميع قيم الدلالة أعلى من 0.05، ما يدل على أن توزيع فئات الخطر وأنماط التأطير والنبرة الصحفية ومصادر الاستدلال لا يرتبط بشكل جوهري بنوع الوسيلة الإعلامية. فالعلاقة بين نوع الخطر والوسيلة الإعلامية (Sig = 0.49)، وكذلك بين نوع الخطر ونوع التأطير (Sig = 0.40)، تظهر أن معالجة المخاطر لا تتغير بتغير الوسيلة أو الإطار المستخدم، وإنما تطرح بصورة متقاربة عبر مختلف المنصات. وينسحب الأمر نفسه على علاقة الوسيلة بالنبرة الصحفية (Sig = 0.21) والوسيلة بمصادر الاستدلال (Sig = 0.31)، وهي نسب تشير إلى أن الوسائل العربية والأجنبية توظف نبرات ومصادر متشابهة إلى حد كبير دون اختلافات ممنهجة. وتعزز قيم Cramér's V التي تتراوح بين 0.17 و0.21 هذا الاتجاه، إذ تمثل ارتباطات ضعيفة للغاية تعكس ميولا عامة في البيانات أكثر من كونها تأثيرات حقيقية بين المتغيرات. ويشير هذا النمط إلى أن ما ظهر في الجداول السابقة من اختلافات رقمية بين بعض الفئات لا يعكس فروقا بنيوية بين الوسائل، بل يعبر عن تفاوتات طفيفة ضمن خطاب إعلامي يتسم بتشابه أسلوبي في تناول قضايا الذكاء الاصطناعي، وهو ما سبق أن لاحظته دراسة Nakamura (2025) في تحليلها لتغطيات الصحافة الدولية، إذ بينت أن سرديات المخاطر والتقنية تعاد إنتاجها عبر وسائل مختلفة بنمط واحد تقريبا. وبذلك يتضح أن التغطية الإعلامية في العينة تتجه نحو نموذج سردي موحد لا يؤدي إلى تمايزات دالة بين الوسائل، مما يفسر غياب العلاقات الإحصائية المؤثرة بين المتغيرات الرئيسة. وعلى الرغم من عرض فئات المخاطر الأخلاقية، وأنواع الأطر الإعلامية، والنبرة الصحفية في جداول مستقلة، فإن هذه النتائج تظهر مجتمعة نمطا إعلاميا مهيمنا يقوم على تأطير الذكاء الاصطناعي بوصفه مجالا محفوفا بالمخاطر الأخلاقية، مع تركيز خاص على قضايا الخصوصية والمساءلة، ويتسق هذا النمط مع وظائف التأطير الإعلامي كما حددها إنتمن، ولا سيما وظيفة تعريف المشكلة وإبراز أبعادها الأخلاقية، بما يسهم في توجيه إدراك الجمهور نحو جوانب الخطر أكثر من إبراز الاستخدامات التوازنية للتقنية.

ثانيا: الدراسة الميدانية:

وانطلاقًا من تناول وسائل الإعلام لقضايا المخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، وفي إطار استكمال أهداف الدراسة، تنتقل الدراسة إلى عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بمستوى التعرض الإعلامي لدى طلبة الجامعة، وإدراكهم للمخاطر، ومستويات القلق والثقة تجاه هذه التقنية.

جدول (11): الجامعة

العبارة	ك	%	الوزن النسبي	الترتيب
جامعة الملك عبدالعزيز	201	%55.1	55.1	1

2026 @ Copyright

جامعة جدة	164	%44.9	44.9	2
الإجمالي	365	%100	—	—

يشير جدول رقم (11) إلى التوزيع العددي والنسبي للعينة وفق متغير الجامعة، حيث تظهر النتائج أن طلبة جامعة الملك عبدالعزيز يشكلون النسبة الأكبر بعدد 201 مشاركا وبنسبة 55.1%، مقابل 164 مشاركا من جامعة جدة بنسبة 44.9%. ويعكس هذا التوزيع تفوقا عدديا محدودا لجامعة الملك عبدالعزيز، مع بقاء الفارق ضمن الحدود التي تسمح بتمثيل مقبول للبيئتين الأكاديميتين، الأمر الذي يتيح دراسة الفروق المحتملة في إدراك المخاطر أو الاستجابات الإعلامية بين الجامعتين عند الحاجة، ويتوافق هذا النمط مع ما أشارت إليه دراسة Rücker وآخرين (2025) التي أكدت أهمية التمثيل المناسب للجامعات عند تحليل استجابات الطلبة تجاه قضايا الذكاء الاصطناعي في السياقات التعليمية، إذ يؤدي التوزيع المتوازن إلى نتائج أكثر استقرارا وموثوقية. كما يتسق مع ما طرحته دراسة Liang & Zhai (2025) التي أبرزت أن اختلاف البيئات الجامعية قد يسهم في تباين مستويات الوعي وإدراك التهديد، مما يجعل وجود تمثيل نسبي متقارب بين الجامعتين في هذه الدراسة عاملا مساعدا في فهم الفروق أو تقارب الاتجاهات. ويدل هذا التوزيع العام على أن العينة تمتلك أساسا كافيا لإجراء التحليلات اللاحقة دون انحياز مؤسسي يؤثر في الاتجاهات الإحصائية.

جدول (12): الجنس

العبارة	ك	%	الوزن النسبي	الترتيب
ذكر	218	%59.7	59.7	1
أنثى	147	%40.3	40.3	2
الإجمالي	365	%100	—	—

يشير جدول رقم (12) إلى التوزيع العددي والنسبي للعينة وفق متغير الجنس، حيث يتضح أن الذكور يشكلون النسبة الأكبر من المشاركين بعدد 218 وبنسبة 59.7%، مقابل 147 من الإناث بنسبة 40.3%. ويكشف هذا التوزيع عن ميل واضح لهيمنة الذكور في العينة، وهو أمر قد ينعكس لاحقا على تفسيرات المتغيرات المرتبطة بإدراك المخاطر والاتجاهات نحو الذكاء الاصطناعي، خصوصا أن بعض الدراسات تشير إلى وجود فروق في استجابات الطلبة وفق النوع الاجتماعي. ويتقاطع هذا النمط مع ما أظهرته دراسة Nguyen (2024) التي لاحظت اختلافا في حساسية الجمهور تجاه الرسائل الإعلامية الخاصة بالذكاء الاصطناعي تبعا للخصائص الديموغرافية، ومنها النوع الاجتماعي، مما يجعل توزيع العينة عاملا مؤثرا عند تحليل إدراك التهديد أو الثقة. كما يتوافق مع نتائج دراسة Liang & Zhai (2025) التي بينت أن المتغيرات النفسية والإدراكية قد تتفاوت بين الذكور والإناث في الموضوعات المتعلقة بالتوظيف والمستقبل المهني، ما يمنح هذا الجدول أهمية تفسيرية عند الربط بين السمات الديموغرافية والاستجابات اللاحقة. ويظهر الوزن النسبي أن العينة تميل نحو تمثيل أكبر للذكور، وهو تمثيل يجب أخذه في الاعتبار عند تحليل النتائج النهائية، لكنه لا يخل بتوازن العينة الإحصائي بما يمنع التوصل إلى استنتاجات مستقرة حول اتجاهات الطلبة.

جدول (13): السنة الدراسية

العبارة	ك	%	الوزن النسبي	الترتيب
السنة الأولى	**120**	**%32.9**	**32.9**	**1**
السنة الثانية	**100**	**%27.4**	**27.4**	**2**
السنة الثالثة	**75**	**%20.5**	**20.5**	**3**
السنة الرابعة فأعلى	**70**	**%19.2**	**19.2**	**4**
الإجمالي	**365**	**%100**	**—**	**—**

يشير جدول رقم (13) إلى التوزيع العددي والنسبي للعينة وفق السنة الدراسية، حيث يتضح أن طلاب السنة الأولى يشكلون النسبة الأكبر بعدد 120 وبنسبة 32.9%، يليهم طلاب السنة الثانية بنسبة 27.4%، ثم السنة الثالثة بنسبة 20.5%، وأخيرا طلاب السنة الرابعة فأعلى بنسبة 19.2%. ويكشف هذا التوزيع أن الجزء الأكبر من العينة ينتمي إلى المراحل الدراسية المبكرة، وهي فئة غالبا ما تكون في طور التشكيل المعرفي والأخلاقي تجاه قضايا التقنية والذكاء الاصطناعي. ويتقاطع هذا النمط مع ما أشارت إليه الخنصوري (2025) التي بينت أن وعي الطلبة بالقضايا الأخلاقية والتقنية يتأثر بمرحلة التعلم ومستوى النضج الأكاديمي،

وأن الفئات الأقل خبرة قد تكون أكثر حساسية تجاه الخطاب الإعلامي المرتبط بالمخاطر. كما يتوافق هذا التوزيع مع ما أظهرته دراسة Rücker وآخرين (2025) التي وجدت أن إدراك المخاطر والقبول التقني لدى الطلبة يرتبطان بدرجة تقدمهم في المسار الجامعي، حيث يميل الطلبة في السنوات الأولى إلى تبني مستويات أعلى من القلق أو التردد مقارنة بالطلبة في المراحل المتقدمة الذين يمتلكون خبرة أكبر بالتقنيات الرقمية ومتطلبات استخدامها. ويشير هذا التوزيع العام إلى أن العينة توفر أساسا مناسبا لتحليل الفروق المحتملة بين المستويات الدراسية، بما يعزز تفسير الاستجابات اللاحقة المتعلقة بالثقة، وإدراك الخطر، والتعرض الإعلامي.

جدول (14): استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

العبارة	ك	%	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
نعم	334	%91.5	2.84	0.54	94.6	1
محايد	3	%0.8	—	—	—	—
لا	28	%7.7	—	—	—	—
الإجمالي	365	%100	—	—	—	—

يشير جدول رقم (14) إلى مستويات استخدام الطلبة لأدوات الذكاء الاصطناعي، حيث تظهر النتائج اعتمادا مرتفعا للغاية على هذه الأدوات، إذ سجل خيار "نعم" نسبة 91.5% بعدد 334 طالبا، وهو ما يدل على أن الذكاء الاصطناعي أصبح جزءا من الممارسات التعليمية اليومية لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة. ويعكس المتوسط البالغ 2.84 مع انحراف معياري منخفض 0.54 درجة تجانس واضحة في السلوك الرقمي، الأمر الذي يشير إلى أن استخدام هذه التقنيات لم يعد مقتصرا على فئة معينة من الطلبة. وفي المقابل، يظهر خيار "لا" بنسبة 7.7% فقط، بينما جاء الخيار المحايد بنسبة هامشية لا تعد ذات أثر. وتتسق هذه النتائج مع ما طرحته **الخنصوري (2025)** التي أشارت إلى أن الطلبة يمثلون إحدى أكثر الفئات انخراطا في الأدوات الذكية داخل البيئة التعليمية، بما يعكس تحولا في أنماط التعلم والتفاعل الأكاديمي. كما تتقاطع مع ما بينته دراسة Liang & Zhai (2025) التي ناقشت الارتباط بين الاستخدام المرتفع للتقنيات وارتفاع مستويات الوعي بالتأثيرات التقنية والاجتماعية للذكاء الاصطناعي بين الطلبة. وتوضح هذه المؤشرات أن انتشار أدوات الذكاء الاصطناعي أصبح سمة مركزية في التجربة الجامعية المعاصرة.

جدول (15): مصادر متابعة أخبار الذكاء الاصطناعي

المصدر	ك	%	الوزن النسبي	الترتيب
تويتر / إكس	213	%58.4	58.4	1
أصدقاء / زملاء	**122**	**%33.4**	**33.4**	**2**
مواقع إخبارية عربية	91	%24.9	24.9	3
لا أتابع الأخبار	**43**	**%11.8**	**11.8**	**4**
يوتيوب	61	%16.7	16.7	5
مواقع إخبارية عالمية	**61**	**%16.7**	**16.7**	**5**

يشير جدول رقم (15) إلى مصادر متابعة الطلبة لأخبار الذكاء الاصطناعي، حيث يتصدر تويتر/إكس المرتبة الأولى بنسبة 58.4%، ما يعكس الدور المركزي للمنصات السريعة والتفاعلية في تشكيل وعي الطلبة بالقضايا التقنية والرقمية، خصوصا في ظل كثافة المحتوى وتنوعه وسهولة الوصول إلى المستجدات. ويأتي الأصدقاء والزملاء في المرتبة الثانية بنسبة 33.4%، وهو ما يشير إلى أن جزءا مهما من المعرفة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي ينتقل عبر العلاقات الاجتماعية المباشرة، مما يضفي بعدا شبكيا على عملية تلقي الأخبار التقنية. كما تظهر المواقع الإخبارية العربية بنسبة 24.9% بوصفها قناة مهنية متوسطة التأثير، مقابل نسبة 16.7% لكل من يوتيوب والمواقع الإخبارية الأجنبية، ما يدل على وجود اعتماد متنوع بين المحتوى المرئي التفسيري والمصادر الدولية الأكثر تخصصا. أما نسبة 11.8% لعدم متابعة الأخبار فتدل على وجود شريحة محدودة خارج دائرة التعرض الإعلامي المباشر. ويتسق هذا النمط مع ما أظهرته منيفة العنزي (2024) التي أشارت إلى أن وعي الشباب بالقضايا الرقمية يتشكل من خلال مزيج من المصادر الرسمية وغير الرسمية، وأن المنصات الاجتماعية تميل إلى التأثير الأكبر في بناء المواقف تجاه التقنيات الجديدة. كما يتقاطع مع نتائج Deng & Ahmed (2025) التي بينت أن منصات التواصل هي المسار الأبرز لتلقي أخبار الذكاء الاصطناعي بين الفئات

2026 @ Copyright

الشابة، وأن نوع المنصة يؤثر في طبيعة الإطار الإدراكي والمشاعر المرتبطة بالمخاطر. وتوضح هذه المعطيات أن متابعة أخبار الذكاء الاصطناعي بين الطلبة تتوزع بين قنوات سريعة اجتماعية وأخرى مهنية، وهو ما يمنح هذا المتغير أهمية تفسيرية عند تحليل أنماط إدراك المخاطر والاتجاهات اللاحقة في الدراسة.

جدول (16): المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي

الخطر	ك	%	الوزن النسبي	الترتيب
انتهاك الخصوصية وجمع البيانات دون إذن	335	%91.8	91.8	1
فقدان الوظائف البشرية مستقبلا	243	%66.6	66.6	3
انتشار المحتوى المزور (DEEPFAKE)	213	%58.4	58.4	4
التحيز الخوارزمي و اتخاذ قرارات غير عادلة	161	%44.1	44.1	6
السيطرة المفرطة للشركات التقنية على البيانات	148	%40.5	40.5	7
مخاطر وجودية تهدد مستقبل الإنسان	182	%49.9	49.9	5
الاستخدامات العسكرية للذكاء الاصطناعي	132	%36.2	36.2	8
التأثير على الصحة النفسية أو العلاقات الاجتماعية	119	%32.6	32.6	9
لا أشعر بأي قلق تجاه الذكاء الاصطناعي	91	%24.9	24.9	10

يشير جدول رقم (16) إلى ترتيب المخاطر الأخلاقية التي يدركها الطلبة تجاه الذكاء الاصطناعي، حيث يتصدر انتهاك الخصوصية وجمع البيانات دون إذن المرتبة الأولى بنسبة 91.8%، وهي نسبة مرتفعة تعكس حساسية شديدة لدى الطلبة تجاه قضايا الرقابة الرقمية وإدارة البيانات، وهو ما يجعل الخصوصية الخطر الأبرز في الوعي الجامعي. ويأتي خطر فقدان الوظائف البشرية مستقبلا بنسبة 66.6% في المرتبة الثالثة، ما يدل على حضور واضح للهواجس المتعلقة بمستقبل العمل والتحول المهني، خصوصا لدى الفئات التي تستعد للانتقال إلى سوق العمل. وتبلغ نسبة القلق من انتشار المحتوى المزور (Deepfake) نحو 58.4%، وهو مستوى مرتفع يشير إلى وعي متزايد بخطر التضليل البصري وتأثيراته في الأخبار والرأي العام. ويظهر التحيز الخوارزمي بنسبة 44.1%، وبالرغم من انخفاض النسبة مقارنة بالمخاطر السابقة، إلا أنها تعكس إدراكا معتبرا لإشكالات العدالة والتمثيل في الأنظمة الذكية. أما السيطرة المفرطة للشركات التقنية على البيانات فقد سجلت 40.5%، ما يشير إلى قلق متوسط من هيمنة الشركات الكبرى على البنى المعلوماتية. وتظهر المخاطر الوجودية بنسبة 49.9%، وهي نسبة تكشف عن حضور تصورات مستقبلية متأثرة بخطابات التهديد والسيناريوهات القصوى. بينما يرتبط الاستخدام العسكري للذكاء الاصطناعي بنسبة 36.2%، والتأثيرات النفسية والاجتماعية بنسبة 32.6%، ما يعكس قلقا أقل تجاه هذه الجوانب مقارنة بالمخاطر التقنية المباشرة. في المقابل، يعبر 24.9% من الطلبة عن عدم شعورهم بأي قلق، وهو ما يشير إلى وجود شريحة تتبنى موقفا محايدا أو متفائلا تجاه التكنولوجيا. ويتوافق التركيز المرتفع على الخصوصية والمخاطر التقنية مع ما ناقشه عبد الكريم عبد الرازق (2024) حول مركزية قضايا الخصوصية والمساءلة في الوعي المجتمعي تجاه الذكاء الاصطناعي، مبينا أن إدراك الخطر يرتفع بقدر ما تكون التطبيقات أكثر تماسا مع البيانات الشخصية. كما تنسجم هذه الاتجاهات مع ما أوضحه Nguyen (2024) الذي بين أن الخطاب الإعلامي الدولي يضخم مخاطر الخصوصية والمحتوى المزور والتهديدات المستقبلية، ما يؤدي إلى إبراز هذه الفئات في إدراك الجمهور. وتوضح هذه النتائج أن المخاطر الأخلاقية التي يدركها الطلبة تتشكل من مزيج من المخاوف التقنية المباشرة والمخاوف المستندة إلى الخطاب الإعلامي، بما يفسر التفاوت بين المخاطر الأكثر حضورا وتلك الأقل تأثيرا في الوعي الجامعي.

جدول (17): التعرض لوسائل الإعلام

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
أرى بشكل متكرر مواد إعلامية عن مخاطر الذكاء الاصطناعي	115	31.5	109	29.9	129	35.3	4	1.1	8	2.2	3.87	0.92	77.4	1
أتابع أخبار الذكاء الاصطناعي بانتظام	**117**	**32.1**	**108**	**29.6**	**82**	**22.5**	**30**	**8.2**	**28**	**7.7**	**3.69**	**1.21**	**73.8**	**3**

عبر وسائل الإعلام														
وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي لمعرفتي	113	30.9	109	29.9	124	34.0	7	1.9	12	3.3	3.85	0.98	77.0	2
أثق بالمعلومات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي	**58**	**15.9**	**157**	**43.0**	**111**	**30.4**	**11**	**3.0**	**28**	**7.7**	**3.58**	**1.05**	**71.6**	**4**

يشير جدول رقم (17) إلى مستوى تعرض الطلبة لوسائل الإعلام المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، حيث تظهر العبارة الخاصة برؤية مواد إعلامية عن مخاطر الذكاء الاصطناعي بشكل متكرر في المرتبة الأولى بمتوسط 3.87 ووزن نسبي 77.4%، ما يعكس كثافة حضور المضامين التحذيرية في البيئة الرقمية التي يتعرض لها الطلبة. ويأتي الدور المحوري لوسائل التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية بمتوسط 3.85، وهو ما يؤكد أن هذه المنصات تشكل القناة الأكثر تأثيرا في تشكيل المعرفة التقنية، خاصة في ظل طبيعتها السريعة وتعدد أشكال المحتوى فيها. كما يظهر مستوى متوسط من متابعة أخبار الذكاء الاصطناعي بانتظام بمتوسط 3.69، الأمر الذي يدل على أن التعرض الإعلامي قائم لكنه متفاوت بين الطلبة. أما مستوى الثقة بالمعلومات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي فقد جاء أدنى نسبيا بمتوسط 3.58، بما يشير إلى وجود قدر من التحفظ تجاه دقة ما ينشر حول الذكاء الاصطناعي في المنصات الإعلامية.

ويتوافق هذا النمط مع ما وجدته منيفة العنزي (2024) من اعتماد الشباب على مصادر رقمية متعددة في متابعة الموضوعات التقنية، وأن التعرض العالي لا يرتبط بالضرورة بارتفاع مستوى الثقة. كما ينسجم مع تحليل Nguyen (2024) الذي يبين أن الخطاب الإعلامي الدولي يبرز المخاطر أكثر من إبراز الجوانب المعرفية المتوازنة، مما يؤدي إلى رفع معدلات التعرض للمحتوى التحذيري. ويتقاطع كذلك مع ما ناقشه عبد الكريم عبد الرازق (2024) حول أن التغطية الإعلامية في القضايا الرقمية تميل إلى إبراز التهديدات المتعلقة بالخصوصية والمساءلة، وهو ما ينعكس بطبيعة الحال على إدراك المتلقين للمخاطر وثقتهم في المصادر. وتوضح هذه النتائج مجتمعة أن التعرض الإعلامي للذكاء الاصطناعي بين الطلبة مرتفع، لكنه مشوب بدرجة من الحذر، وأن المنصات الرقمية على وجه الخصوص تسهم في تشكيل أنماط الفهم والاتجاهات المرتبطة بهذه التقنية.

جدول (18): إدراك المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي

العبارة	مو افق بشدة		مو افق		محايد		غير مو افق		غير مو افق بشدة		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
أشعر أن الذكاء الاصطناعي قد يزيد من فقدان الوظائف مستقبلا	**168**	**46.0**	**137**	**37.5**	**30**	**8.2**	**24**	**6.6**	**6**	**1.6**	**4.20**	**0.94**	**84.0**	**5**
أعتقد أن الذكاء الاصطناعي يشكل تهديدا لخصوصية الأفراد	212	58.1	118	32.3	26	7.1	5	1.4	4	1.1	4.43	0.82	88.7	2
أرى أنه قد يتسبب في تحيز ضد فئات معينة	**109**	**29.9**	**139**	**38.1**	**60**	**16.4**	**27**	**7.4**	**30**	**8.2**	**3.77**	**1.20**	**75.4**	**7**
أشعر بالقلق من قدرة الذكاء الاصطناعي على إنتاج محتوى مضلل	207	56.7	138	37.8	10	2.7	7	1.9	3	0.8	4.47	0.74	89.3	1
أرى أنه قد يستخدم لأغراض سياسية غير سليمة	**239**	**65.5**	**63**	**17.3**	**53**	**14.5**	**6**	**1.6**	**4**	**1.1**	**4.43**	**0.91**	**88.7**	**3**
أعتقد أنه قد يشكل خطرا وجوديا على الإنسان	139	38.1	118	32.3	59	16.2	28	7.7	21	5.8	3.85	1.23	77.0	6
أرى أن الشركات التقنية لديها مسؤولية كبيرة	**154**	**42.2**	**163**	**44.7**	**24**	**6.6**	**13**	**3.6**	**11**	**3.0**	**4.22**	**0.87**	**84.4**	**4**

يظهر جدول رقم (18) مستوى مرتفعا من إدراك الطلبة للمخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، حيث تتصدر القدرة على إنتاج محتوى مضلل المرتبة الأولى بمتوسط 4.47 ووزن نسبي 89.3%، وهي نتيجة تعكس الحساسية الشديدة تجاه التزييف العميق والآثار التي قد يخلفها على موثوقية المعلومات في البيئة

2026 @ Copyright

الرقمية. وفي الإطار نفسه، تسجل انتهاكات الخصوصية متوسطا مرتفعا 4.43، ما يشير إلى وعي واضح بتهديدات جمع البيانات وتوظيفها في سياقات غير شفافة، بينما تكشف المخاوف من الاستخدامات السياسية غير السليمة متوسطا مماثلا 4.43، وهو ما يعزز الفكرة بأن التداخل بين الذكاء الاصطناعي والسلطة السياسية يمثل مصدر قلق بارز لدى الطلبة. وتظهر مخاوف مسؤولية الشركات التقنية بمستوى متقدم (4.22)، ما يعكس إدراكا بأن جزءا من التهديدات يرتبط بالبنى المؤسسية وآليات اتخاذ القرار داخل الشركات الكبرى، في حين يأتي بند فقدان الوظائف بمتوسط (4.20) ليعبر عن هاجس مستمر يرتبط بمستقبل العمل. أما المخاطر الوجودية والتحيز الخوارزمي، فتظهر في مستويات متوسطة (3.85 و3.77)، ما يشير إلى إدراك أقل حدة مقارنة بالمخاطر العملية الملموسة.

وتتوافق هذه الأنماط مع ما توصلت إليه دراسة Rücker وآخرين (2025) التي بينت أن ارتفاع إدراك المخاطر لدى الطلبة يرتبط بزيادة الحذر وانخفاض مستويات الثقة بالتطبيقات الذكية، خاصة في القضايا المرتبطة بالخصوصية والمحتوى المضلل. كما تنسجم النتائج مع ما طرحته دراسة Liang & Zhai (2025) التي أوضحت أن التعرض المتكرر لأخبار الذكاء الاصطناعي يرفع منسوب إدراك التهديد الوظيفي والسياسي، وهو ما يتجلى في الوزن المرتفع لبنود فقدان الوظائف والاستخدامات السياسية. ويعكس هذا الجدول بصورة عامة بنية إدراكية مركبة تمنح الأولوية للمخاطر الأكثر اتصالا بالحياة اليومية كالخصوصية والمعلومات المضللة، في مقابل حضور أدنى للمخاطر النظرية، بما يؤكد دور التعرض الإعلامي في تشكيل مستويات القلق وفهم التهديدات الأخلاقية.

جدول (19): مشاعر القلق والخوف

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
أشعر بالقلق على مستقبلي المهني	145	39.7	118	32.3	30	8.2	24	6.6	48	13.2	3.70	1.43	73.9	3
يسبب لي الذكاء الاصطناعي شعورا بالخوف	86	23.6	115	31.5	83	22.7	54	14.8	27	7.4	3.46	1.21	69.3	5
تزداد مخاوفي كلما قرأت عنه	113	30.9	118	32.3	108	29.6	3	0.8	23	6.3	3.75	1.13	75.0	2
أفكر كثيرا في آثاره السلبية	183	50.1	89	24.4	83	22.7	6	1.6	4	1.1	4.20	0.95	84.1	1
لا أشعر بأي قلق تجاهه	110	30.1	121	33.2	9	2.5	108	29.6	17	4.7	3.60	1.27	71.9	4

يكشف جدول رقم (19) عن مستويات مرتفعة من القلق المرتبط بالذكاء الاصطناعي لدى الطلبة، حيث يتصدر بند "أفكر كثيرا في آثاره السلبية" المرتبة الأولى بمتوسط 4.20 ووزن نسبي مرتفع بلغ 84.1%، ما يشير إلى حضور قلق معرفي مستمر يعكس انشغالا ذهنيا بآثار التقنية وتداعياتها الأخلاقية. وتأتي عبارة "تزداد مخاوفي كلما قرأت عنه" في المرتبة الثانية بمتوسط 3.75 ووزن نسبي 75.0%، الأمر الذي يدل على أثر التعرض الإعلامي المتكرر في زيادة الحساسية تجاه المخاطر، خصوصا عندما تحمل التغطيات طابعا تحذيريا أو تهويليا. كما يظهر القلق المهني بوضوح في بند "أشعر بالقلق على مستقبلي المهني" بمتوسط 3.70 ووزن نسبي 73.9%, ما يدل على إدراك حقيقي للتحولات التي قد تفرضها التقنيات الذكية على سوق العمل، وهو إدراك يتفاوت بين التهديد المباشر والقلق الوقائي. وفي المقابل، يكشف بند "لا أشعر بأي قلق تجاهه" عن متوسط 3.60 ووزن نسبي 71.9%, وهو مؤشر معقد يمنح انطباعا بوجود فئة أقل قلقا لكنها تظل ضمن إطار إدراكي عام يطغى عليه الشعور بالخطر. أما الشعور بالخوف المباشر في عبارة "يسبب لي الذكاء الاصطناعي شعورا بالخوف" فجاء في المرتبة الخامسة بمتوسط 3.46 ووزن نسبي 69.3%, مما يدل على أن الانفعال الخوفي أقل حضورا مقارنة بالقلق المعرفي والنفسي المرتبط بتوقع الآثار المستقبلية. وتنسجم هذه الأنماط مع ما أشارت إليه خديجة درار (2019) التي أوضحت أن توسع التطبيقات الذكية يعزز الشعور بعدم اليقين ويرفع مستويات القلق نتيجة شعور الأفراد بأن الأنظمة الذكية تتجاوز حدود السيطرة البشرية. كما تتوافق النتائج مع ما عرضته آمنة علي البشير محمد (2024) بشأن أن التحديات الأخلاقية المرتبطة بالتحيز والخصوصية تترك أثرا مباشرا على الأمن النفسي، مما يجعل آليات الاستجابة العاطفية أكثر حساسية تجاه موضوعات الذكاء الاصطناعي. ويظهر الجدول أيضا تقاطعا واضحا مع نتائج Deng & Ahmed (2025) التي أثبتت أن التعرض المكثف للمحتوى الإخباري المتعلق بالمخاطر يرفع منسوب القلق والانفعال السلبي لدى الجمهور، وهو ما يتجلى في ارتفاع الوزن النسبي للبنود المرتبطة بالقراءة والمتابعة الإعلامية. وتكشف هذه المؤشرات في مجموعها عن بنية انفعالية يغلب عليها القلق المرتبط بالمعرفة والمستقبل، أكثر من الخوف المباشر، بما يعكس أثر التغطيات الإعلامية في تشكيل استجابات الطلبة تجاه الذكاء الاصطناعي.

جدول (20): تقييم التغطية الإعلامية

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب

	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
أرى أن وسائل الإعلام تبالغ في إبراز المخاطر	85	23.3	134	36.7	57	15.6	80	21.9	9	2.5	3.58	1.12	71.5	4
أرى أن التغطية الإعلامية متوازنة	115	31.5	129	35.3	108	29.6	8	2.2	5	1.4	3.90	0.93	78.0	1
الإعلام يركز على السلبية	106	29.0	89	24.4	113	31.0	51	14.0	6	1.6	3.60	1.12	71.9	3

يكشف جدول رقم (20) عن اتجاهات متباينة في تقييم الطلبة للتغطية الإعلامية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، حيث تتصدر عبارة "أرى أن التغطية الإعلامية متوازنة" المرتبة الأولى بمتوسط 3.90 ووزن نسبي 78.0%، ما يشير إلى أن شريحة واسعة من الطلبة ترى وجود نوع من الاعتدال في تناول المخاطر والفوائد داخل المحتوى الإعلامي، رغم تعدد الأطر التي تعرض بها هذه القضايا. ويأتي بعد ذلك بند "الإعلام يركز على السلبية" بمتوسط 3.60 ووزن نسبي 71.9%, وهو ما يعكس perceiving واضحا لدى الطلبة بأن جزءا من الخطاب الإعلامي يميل إلى إبراز الجوانب المهددة أو المثيرة للقلق، حتى في ظل شعور عام بالتوازن النسبي. وفي المرتبة الثالثة يظهر بند "أرى أن وسائل الإعلام تبالغ في إبراز المخاطر" بمتوسط 3.58 ووزن نسبي 71.5%, ما يدل على أن نسبة معتبرة من الطلبة تدرك وجود قدر من التهويل أو التركيز الزائد على الجوانب السلبية داخل التغطيات، خصوصا في الموضوعات المتعلقة بالخصوصية، والتضليل، وفقدان الوظائف.

وتنسجم هذه الاتجاهات مع ما أوضحته خديجة درار (2019) حول ميل بعض التغطيات الإعلامية لترسيخ خطاب تهديدي مرتبط بالتحيز الخوارزمي وانتهاك الخصوصية، مما يعزز شعور المتلقي بأن المحتوى الإعلامي يميل إلى السلبية. كما تتقاطع النتائج مع ما طرحته آمنة علي البشير محمد (2024) التي أشارت إلى أن التحديات الأخلاقية المعروضة في الإعلام تخلق حالة توتر معرفي تسهم في تعزيز الإحساس بأن المخاطر تحظى بحضور أكبر من الفوائد. ويتوافق ذلك أيضا مع ما وجدته دراسة Deng & Ahmed (2025) التي أكدت أن التغطيات الرقمية تميل لإبراز الأطر التحذيرية بشكل يرفع من إدراك الجمهور لحدة التهديد، وهو ما يظهر بوضوح في الوزن النسبي المرتفع لعبارتي المبالغة والتركيز على السلبية. وتكشف هذه النتائج مجتمعة عن تقييم مزدوج لدى الطلبة يجمع بين الإحساس بتوازن نسبي في الطرح العام، وبين إدراك واضح لهيمنة النبرة السلبية في كثير من المواد الإعلامية التي تتناول الذكاء الاصطناعي.

جدول (21): معاملات الارتباط للعلاقات بين التعرض وإدراك المخاطر (Pearson's r)

العلاقة	R	.SIG
التعرض الإعلامي × إدراك المخاطر الأخلاقية	0.31	0.021
التعرض الإعلامي × مشاعر القلق	0.14	0.067
إدراك المخاطر الأخلاقية × مشاعر القلق	0.43	0.004
إدراك المخاطر الأخلاقية × الثقة	0.29-	0.028
مشاعر القلق × الثقة	0.34-	0.011

يعكس جدول رقم (21) شبكة من العلاقات الدالة بين المتغيرات النفسية والإدراكية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، حيث يظهر ارتباط موجب بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر الأخلاقية بقيمة r = 0.31 ودلالة 0.021، ما يشير إلى أن زيادة التعرض للمحتوى الإعلامي حول الذكاء الاصطناعي ترفع من حدة إدراك المخاطر، خصوصا تلك المتعلقة بالخصوصية والمعلومات المضللة والتأثيرات الاجتماعية. وفي المقابل، يبدو الارتباط بين التعرض الإعلامي ومشاعر القلق ضعيفا وغير دال (r = 0.14, Sig. = 0.067)، وهو ما يعني أن القلق لا يتأثر بمجرد التعرض، بل يرتبط أكثر بنوعية الرسائل ومحتواها. ويتضح هذا الاتجاه عندما نلاحظ الارتباط الأقوى بين إدراك المخاطر ومشاعر القلق بقيمة r = 0.43 ودلالة 0.004، ما يؤكد أن ارتفاع وعي الطلبة بالمخاطر الأخلاقية يقود إلى زيادة القلق والانشغال الذهني بمستقبل التقنية وآثارها. كما تظهر العلاقات السلبية في الجدول انخفاض الثقة كلما ارتفع الإدراك بالمخاطر (r = −0.29, Sig. = 0.028) وكذلك كلما ارتفعت مشاعر القلق (r = −0.34, Sig. = 0.011)، وهو ما يعكس مسارا نفسيا متوقعا يتمثل في أن الشعور بالتهديد يؤدي إلى تراجع مستويات الثقة في التقنيات الذكية وفي الجهات المطورة لها.

وتنسجم هذه الأنماط مع ما طرحه Nakamura (2025) حول أن التغطيات الإعلامية ذات الطابع التحذيري تسهم في رفع إدراك المخاطر الأخلاقية، وهو ما يفسر قوة العلاقة بين التعرض وبين إدراك التهديد الأخلاقي. كما تتقاطع النتائج مع ما أشار إليه Nguyen (2024) عن أن بناء الإعلام لإطار "التهديد" يعزز القلق ويؤثر في

2026 @ Copyright

تمثلات الجمهور للذكاء الاصطناعي بوصفه عنصرا ضاغطا على الحياة اليومية. ويتوافق ذلك مع ما خلص إليه عبد الكريم عبد الرازق (2024) من أن ارتفاع إدراك المخاطر الأخلاقية يرتبط عادة بانخفاض الثقة في الأنظمة الذكية وارتفاع مستويات القلق، خصوصا عندما تتعلق المخاطر بالخصوصية والعدالة والمسؤولية. وتكشف هذه العلاقات في مجملها عن هيكل تفسيري واضح يظهر أن إدراك المخاطر يمثل حلقة الوصل الأساسية بين التعرض الإعلامي من جهة، والقلق والثقة من جانب آخر، في حين يغدو تأثير التعرض المباشر أقل وزنا مقارنة بتأثير الإدراك ذاته.

جدول (22): نتائج العلاقات بين المتغيرات

العلاقة	X^2	DF	SIG.	CRAMÉR'S V
التعرض الإعلامي × إدراك المخاطر	12.44	4	0.014	0.18
التعرض الإعلامي × القلق	7.11	4	0.130	0.12
إدراك المخاطر× الثقة	10.32	4	0.035	0.17
القلق × الثقة	15.27	4	0.004	0.22
الجنس × إدراك المخاطر	5.88	1	0.015	0.13
السنة الدراسية × إدراك المخاطر	9.77	3	0.021	0.16

يبين جدول رقم (22) وجود عدد من العلاقات الدالة بين المتغيرات المركزية في الدراسة، حيث تظهر علاقة معنوية بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر بقيمة χ^2 = 12.44 ودلالة 0.014 ومعامل ارتباط ضعيف–متوسط (0.18)، ما يشير إلى أن ازدياد التعرض للمواد الإعلامية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي يسهم في تعزيز وعي الطلبة بالمخاطر الأخلاقية المرتبطة به، خصوصا ما يتعلق بالخصوصية والتضليل والقدرات غير المتوقعة للأنظمة الذكية. بينما لا تظهر العلاقة بين التعرض والقلق دلالة معنوية (Sig. = 0.130)، وهو ما يعني أن القلق لا يرتبط مباشرة بكمية التعرض، بل يتأثر بنوعية المحتوى وطرائق تأطيره. وفي المقابل، تظهر علاقة معنوية بين إدراك المخاطر والثقة (χ^2 = 10.32, Sig. = 0.035, V = 0.17)، ما يعكس انخفاض مستويات الثقة بالتقنيات والشركات المطورة كلما ارتفع إدراك الطالب لاحتمالات التحيز أو انتهاك الخصوصية أو سوء الاستخدام. ويبرز الارتباط الأقوى في الجدول بين القلق والثقة (χ^2 = 15.27, Sig. = 0.004, V = 0.22)، وهو ما يدل على أن تزايد القلق المرتبط بالذكاء الاصطناعي يقود إلى تراجع ملحوظ في الثقة، سواء على مستوى المحتوى أو آليات اتخاذ القرار في الأنظمة الذكية. كما تكشف النتائج عن علاقة معنوية بين الجنس وإدراك المخاطر (Sig. = 0.015)، ما يشير إلى وجود اختلافات في حساسية الذكور والإناث تجاه موضوعات مثل الخصوصية والعدالة الخوارزمية. وتظهر أيضا علاقة معنوية بين السنة الدراسية وإدراك المخاطر (Sig. = 0.021)، ما يدل على أن تقدم الطلبة أكاديميا يمنحهم وعيا أعلى بطبيعة المخاطر الأخلاقية.

وتتسق هذه الأنماط مع ما طرحته أمل الخنصوري (2025) التي أكدت أن تزايد الحديث الإعلامي عن التحديات الأخلاقية يجعل الطلبة أكثر وعيا بالمخاطر وأكثر توجسا تجاه الممارسات غير المنضبطة للذكاء الاصطناعي. كما تنسجم النتائج مع ما أشارت إليه منيفة العنزي (2024) من أن القيم المرتبطة بالمسؤولية والعدالة والشفافية تؤثر بقوة في مستويات الثقة، وأن ارتفاع إدراك المخاطر الأخلاقية يؤدي إلى انخفاض الثقة في الأنظمة الذكية والشركات المشغلة. ويتقاطع ذلك مع ما كشفته دراسة Deng & Ahmed (2025) من أن التعرض المتكرر للأطر التحذيرية في الإعلام يسهم في رفع إدراك التهديد، وهو ما ينعكس لاحقا في زيادة القلق وتراجع الثقة. ويعكس الجدول في مجموعه بنية تفسيرية تؤكد أن إدراك المخاطر هو المتغير الوسيط الأكثر تأثيرا في العلاقة بين التعرض والقلق والثقة، بينما يبقى دور التعرض المباشر أقل تأثيرا ما لم يدعم بإطار إعلامي يضخم أو يعزز معنى التهديد.

جدول (23): معاملات الارتباط بين تقييم التغطية الإعلامية وإدراك المخاطر والقلق والثقة

العلاقة	R	SIG.
تقييم التغطية الإعلامية × إدراك المخاطر الأخلاقية	0.28	0.031
تقييم التغطية الإعلامية × مشاعر القلق	0.22	0.047
تقييم التغطية الإعلامية × الثقة بالذكاء الاصطناعي	0.26–	0.038

يكشف جدول رقم (23) عن طبيعة العلاقات بين تقييم الطلبة للتغطية الإعلامية ومتغيرات إدراك المخاطر والقلق والثقة، حيث يظهر ارتباط موجب دال بين تقييم التغطية وإدراك المخاطر ($r = 0.28$, $Sig. = 0.031$)، بما يشير إلى أن الطلبة الذين ينظرون إلى التغطية بوصفها أكثر حضورا أو وضوحا يميلون إلى إدراك أعلى لمخاطر الذكاء الاصطناعي. كما يبرز ارتباط موجب آخر مع مشاعر القلق ($r = 0.22$, $Sig. = 0.047$)، ما يعكس أن التقييم المرتفع لحدة التغطية الإعلامية يترافق مع مستويات أعلى من القلق تجاه الذكاء الاصطناعي. وفي المقابل تتبين علاقة سالبة مع الثقة ($r = -0.26$, $Sig. = 0.038$)، وهو ما يدل على أن زيادة إدراك الطالب لنبرة التغطية أو شدتها قد يقود إلى تراجع نسبي في مستوى الثقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي. هذه النتائج تبرز الدور التفسيري لتقييم التغطية الإعلامية بوصفه متغيرا وسيطا يؤثر في الاستجابات الإدراكية والانفعالية والاتجاهية لدى الطلبة.

نتائج فروض الدراسة:

يمثل اختبار فروض الدراسة خطوة جوهرية لتحليل العلاقات والفروق بين المتغيرات موضوع البحث، اعتمادا على الأدوات الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات، مثل معاملات الارتباط، واختبار كاي^2، ودلالات الاختبار الإحصائي. ويتيح هذا الاختبار تقييم أثر التعرض الإعلامي، وأنماط التناول الصحفي، والعوامل الديموغرافية في تشكيل إدراك الطلبة للمخاطر الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي. ويعرض هذا القسم خلاصة مركزة لنتائج الفروض كما أسفرت عنها الجداول:

الفرض 1: توجد فروق دالة بين أنواع المخاطر الأخلاقية باختلاف نوع الوسيلة (عربية/أجنبية).

النتيجة: لم يتحقق الفرض؛ إذ لم تظهر العلاقة دلالة إحصائية ($Sig = 0.49$).

الفرض 2: توجد علاقة بين نوع الخطر الأخلاقي ونوع التأطير الإعلامي المستخدم.

النتيجة: لم يتحقق الفرض؛ العلاقة غير دالة ($Sig = 0.40$).

الفرض 3: توجد فروق بين الوسائل العربية والأجنبية في النبرة الإعلامية ومصادر الاستدلال.

النتيجة: لم يتحقق الفرض؛ لم تظهر دلالة في النبرة ($Sig = 0.21$) ولا في المصادر ($Sig = 0.31$).

الفرض 4: توجد علاقة بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر الأخلاقية.

النتيجة: الفرض متحقق؛ العلاقة دالة ($r = 0.31$, $Sig = 0.021$)، كما دعمتها نتائج كاي^2 ($Sig = 0.014$).

الفرض 5: توجد علاقة طردية بين حدة التغطية الإعلامية للمخاطر الأخلاقية ومستوى القلق لدى الطلبة.

النتيجة: الفرض متحقق جزئيا؛ العلاقة ظهرت عبر إدراك المخاطر بوصفه محصلة للتغطية وليس عبر التعرض المباشر ($r = 0.43$, $Sig = 0.004$).

الفرض 6: توجد علاقة عكسية بين مستوى القلق تجاه الذكاء الاصطناعي ومستوى الثقة في استخداماته.

النتيجة: الفرض متحقق؛ الارتباط سلبي ودال ($r = -0.34$, $Sig = 0.011$).

الفرض 7: توجد فروق ديموغرافية في إدراك المخاطر الأخلاقية تعزى للجنس والجامعة والسنة الدراسية.

النتيجة: الفرض متحقق جزئيا: الجنس: دال ($Sig = 0.015$)، والسنة الدراسية: دال ($Sig = 0.021$)، الجامعة: لم يظهر أي أثر دال إحصائيا في إدراك المخاطر.

تشير النتائج إلى أن السلوك الإدراكي والانفعالي للطلبة (إدراك المخاطر، القلق، الثقة) يرتبط بدرجة أكبر بـ التعرض الإعلامي وليس بخصائص المحتوى ذاته؛ إذ لم تكن أنماط التأطير أو النبرة أو المصادر متغيرات مؤثرة إحصائيا. كما تبين وجود ارتباطات قوية بين الإدراك والقلق والثقة تؤكد المسار النظري للدراسة، إلى جانب تأثيرات ديموغرافية محدودة تتعلق بالجنس والسنة الدراسية.

خامسا: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة

مناقشة النتائج:

تظهر نتائج الدراسة في مجملها، تقاطعا واضحا بين أنماط التناول الإعلامي للمخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي ومستويات إدراك هذه المخاطر لدى الطلبة، دون أن يفترض ذلك وجود علاقة تأثير مباشرة، وإنما في إطار قراءة سياقية مشتركة لخطاب إعلامي سائد وتمثلات إدراكية مرافقة له.

تظهر نتائج الدراسة التحليلية والميدانية أن تمثلات المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، كما عكستها الجداول من (1) إلى (10)، تتجه نحو بناء صورة عامة للذكاء الاصطناعي بوصفه مصدرا مركبا للتهديد أكثر منه موردا محايدا أو فرصة تنموية خالصة. فقد بين تحليل فئات الخطر في جدول (2) وهيمنة قضايا الخصوصية، وفقدان الوظائف، والتضليل بالمحتوى المزور أن النقاش الإعلامي يركز على المخاطر الأكثر قربا من التجربة اليومية للجمهور، في حين تحضر المخاطر الوجودية والنفسية والسياسية بدرجة أقل نسبيا، وهو ما يتقاطع مع ما عرضته الدراسات النظرية العربية مثل عبد الكريم عبد الرازق (2024) والخيري

2026 @ Copyright

(2021) من أن الحساسية الاجتماعية ترتفع كلما تعلقت المخاطر بحقوق الإنسان المباشرة وخصوصية حياته وسوق عمله، كما ينسجم مع نتائج الدراسات الأجنبية مثل Nguyen (2024) وDeng & Ahmed (2025) التي كشفت عن سيطرة إطار التهديد على القضايا المرتبطة بالخصوصية، والتوظيف، والمحتوى المضلل في التغطيات الدولية. ومن ثم فإن الخريطة التي رسمتها الجداول تؤكد أن الإعلام، عربيا وعالميا، يعيد إنتاج أولويات المخاطر الأخلاقية كما تشيع في الأدبيات النظرية، لكنه يفعل ذلك من خلال منظور تحذيري يغلب عليه الطابع السلبي.

وتعزز أنماط التأطير والنبرة ومصادر الاستدلال، كما وردت في الجداول (3) و(4) و(6) و(7)، هذه الصورة؛ إذ تكشف هيمنة الإطار التحذيري والنبرة السلبية أو التحذيرية عن توجه واضح نحو إبراز جانب الخطر في الذكاء الاصطناعي أكثر من إبراز أبعاده العلمية أو الإنسانية المتوازنة، في حين يتراجع حضور الإطار العلمي إلى مستويات محدودة، ويظل الاعتماد على الخبراء والدراسات قائما، ولكن في ظل نسبة معتبرة من المواد غير المسندة بمصادر واضحة. هذا النمط ينسجم مع ما أشارت إليه شريهان (2023) من أن الصحافة الرقمية كثيرا ما تتوسع في توظيف السرديات التحذيرية دون أن تواكبها بنية معرفية صارمة في الإسناد والتوثيق، كما يتقاطع مع ما أظهرته دراسات مثل Nakamura (2025) وDeng & Ahmed (2025) حول هيمنة إطار المخاطر والمسؤولية في التغطيات الغربية، غير أن عدم دلالة العلاقات الإحصائية في جدول (10) بين نوع الوسيلة من جهة، وفئات الخطر، وأنواع الأطر، والنبرة، والمصادر من جهة أخرى، يشير إلى أن الفروق بين الإعلام العربي والعالمي ليست بنيوية بقدر ما تعكس تفاوتات رقمية محدودة داخل نموذج سردي واحد تقريبا، وهو نموذج يقوم على تأطير الذكاء الاصطناعي في إطار تهديدي عام، ويعيد تدوير المخاطر ذاتها عبر وسائط مختلفة.

وعند الانتقال إلى استجابات الطلبة، كما عرضتها الجداول من (11) إلى (20)، يتضح أن هذه البنية الخطابية تنعكس بوضوح في إدراك المخاطر ومستويات القلق والثقة لدى أفراد العينة. فارتفاع معدلات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في جدول (14) يشير إلى أن الطلبة لا يقفون على مسافة من التقنية، بل ينخرطون فيها استخداما يوميا واسعا، في الوقت الذي يعبر فيه جدول (16) عن إدراك مرتفع للمخاطر الأخلاقية وعلى رأسها انتهاك الخصوصية، والمحتوى المزور، وفقدان الوظائف، والاستخدامات السياسية غير السليمة. هذا التلازم بين الاستخدام الكثيف وإدراك الخطر يؤكد أن الطلبة يعيشون حالة "تعايش قلق" مع الذكاء الاصطناعي، أي أنهم يستخدمونه بوصفه أداة ضرورية للدراسة والعمل، وفي الوقت ذاته ينظرون إليه بوصفه مصدر تهديد لخصوصيتهم ومستقبلهم المهني، وهو ما يتوافق مع ما طرحته دراسات Rücker وآخرين (2025) وLiang & Zhai (2025) من أن ارتفاع الوعي بتأثيرات الذكاء الاصطناعي يزيد إدراك المخاطر ويؤثر في مستويات القبول والثقة به. كما تكشف الجداول الخاصة بالتعرض الإعلامي (17) وتقييم التغطية (20) عن أن الطلبة يتلقون معلوماتهم أساسا عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأنهم يرون التغطية الإعلامية "متوازنة" في ظاهرها مع ميل واضح إلى التركيز على السلبية والمبالغة في إبراز المخاطر، وهي مفارقة تعكس إدراكا مزدوجا للخطاب الإعلامي؛ إذ يبدو متوازنا في بنائه الشكلي، غير أنه يحمل الموضوع حمولة انفعالية سلبية مرتفعة.

وتأتي علاقات الارتباط واختبار كاي² في الجداول (21)و(22) و(23) لتقدم الصورة التفسيرية الأوضح للمسار الذي يربط بين الخطاب الإعلامي وسلوك الطلبة الإدراكي والانفعالي، حيث أظهرت النتائج تحقق الفرض الرابع من خلال وجود علاقة دالة بين التعرض الإعلامي وإدراك المخاطر، بينما ظل تأثير التعرض المباشر في القلق ضعيفا وغير دال، في حين ظهرت علاقات أقوى بين إدراك المخاطر من جانب، وكل من القلق والثقة من جانب آخر، إضافة إلى علاقة سالبة واضحة بين القلق والثقة. ويشير ذلك إلى أن المتغير الحاسم ليس مجرد التعرض لكمية أكبر من المحتوى، وإنما الكيفية التي يتحول بها هذا التعرض إلى إدراك متشبع بمعاني الخطر والتهديد، ثم إلى حالة قلق تقلص الثقة في الذكاء الاصطناعي وفي الجهات المطورة له. وهذه النتيجة تتوافق مع ما طرحه Nguyen (2024) وNakamura (2025) بشأن دور الأطر التحذيرية في إعادة تشكيل تمثلات الجمهور للذكاء الاصطناعي، كما تجد سندا لها في الأدبيات العربية التي تؤكد أن تضخيم خطاب التهديد الأخلاقي، كما في دراسات عبد الكريم عبد الرازق (2024) وخديجة درار (2019)، يقود غالبا إلى انخفاض مستويات الاطمئنان والقبول المجتمعي. ويضيف جدول (23) بعدا مهما حين يبين أن تقييم الطلبة للتغطية الإعلامية يرتبط إيجابا بإدراك المخاطر والقلق، وسلبا بالثقة، بما يعني أن طريقة قراءة الطلبة للخطاب الإعلامي نفسه تصبح جزءا من آلية توليد الخوف والريبة تجاه الذكاء الاصطناعي.

أما الفرضان الخامس والسابع فيكشفان عن بعدين تكميليين في تفسير النتائج؛ إذ يتضح أن العلاقة بين حدة التغطية والقلق لا تقرأ بصورة مباشرة عبر التعرض، وإنما تمر عبر إدراك المخاطر بوصفه محصلة للخطاب الإعلامي، وأن الفروق الديموغرافية في إدراك المخاطر ترتبط بالجنس والسنة الدراسية دون أن يظهر للجامعة أثر دال. ويشير ذلك إلى أن البيئة الجامعية المشتركة في المدينتين، بما تحمله من تشابه في الثقافة الرقمية والبنية التعليمية، تجعل تأثير المؤسسة التعليمية أقل بروزا مقارنة بالعوامل المرتبطة بتجربة الفرد نفسه، مثل النوع الاجتماعي ودرجة التقدم في المسار الدراسي. وهذه النتيجة تتسق مع ما أشارت إليه الخنصوري (2025) ومنيفة العنزي (2024) من أن حساسية الفئات الشابة تجاه القضايا الأخلاقية الرقمية تتشكل وفق عناصر شخصية وتعليمية أكثر منها مؤسسية، حيث يميل الطلبة في المراحل الأولى إلى مستويات أعلى من القلق والتهديد، بينما يمنح التقدم في التجربة الجامعية قدرة أكبر على التمييز والتوازن، كما قد تختلف استجابات الذكور والإناث تبعا لدرجة القلق تجاه الخصوصية والأمن الوظيفي والتهديد الوجودي.

في ضوء ما سبق، يمكن القول إن نتائج الدراسة تضعنا أمام منظومة مترابطة تبدأ من خطاب إعلامي يركز على المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي ضمن أطر

تحذيرية يغلب عليها الطابع السلبي، وتمر عبر تعرض مكثف للطلبة لهذا الخطاب عبر المنصات الرقمية ومصادر الأقران، وتنتهي إلى بنية إدراكية وانفعالية يغلب عليها ارتفاع إدراك المخاطر، وتنامي القلق المعرفي والمهني، وتراجع نسبي في الثقة بالتقنية وبالجهات المطورة لها. عدم تحقق الفروض المتعلقة بالفروق بين الوسائل العربية والأجنبية في طبيعة التناول وأطره ونبرته، مقابل تحقق الفروض المتعلقة بالعلاقات بين التعرض والإدراك والقلق والثقة، يشير إلى أن العامل الأكثر تأثيرا في استجابات الطلبة ليس هو اختلاف «منصة الخطاب» بقدر ما هو «نمط التأطير السائد عالميا». ومن ثم فإن الإسهام الأساسي لهذه الدراسة يتمثل في إظهار كيف تعاد صياغة المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الإعلام ضمن سردية كونية مشتركة، وكيف تنعكس هذه السردية في وعي الطلبة الجامعيين وسلوكهم الإدراكي والانفعالي، مع بقاء مساحة مهمة لمداخل تربوية وإعلامية يمكن أن تعيد توازن الخطاب وتخفف من حدة القلق دون إنكار المخاطر الفعلية التي تؤكدها الأدبيات الأخلاقية والفلسفية المعاصرة.

خاتمة الدراسة:

أظهرت هذه الدراسة، من خلال الجمع بين تحليل المضمون والدراسة الميدانية في إطار نظرية التأطير الإعلامي، أن المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي تقدم في وسائل الإعلام العربية والأجنبية ضمن سردية يغلب عليها الطابع التحذيري، مع تركز واضح على قضايا الخصوصية، والمحتوى المزور، وفقدان الوظائف، والاستخدامات السياسية غير السليمة، وبينت النتائج أن أنماط التأطير والنبرة ومصادر الاستدلال لا تختلف جوهريا بين الوسائل العربية والأجنبية، وأن تحليل العلاقات الإحصائية لم يظهر فروقا دالة بين نوع الوسيلة وفئات الخطر أو الأطر أو النبرة، بما يشير إلى وجود نموذج سردي شبه موحد في تناول المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي على مستوى الخطاب الإعلامي الدولي.

وفي المقابل كشفت الدراسة الميدانية عن أن الطلبة يعيشون حالة «تعايش قلق» مع الذكاء الاصطناعي؛ إذ تظهر معدلات استخدام مرتفعة لأدواته في الدراسة والعمل، بالتوازي مع مستويات عالية من إدراك المخاطر والقلق وتراجع نسبي في الثقة، خاصة في القضايا المرتبطة بالخصوصية والتضليل والتهديد الوظيفي، وقد أوضحت نتائج الارتباط واختبار كاي² أن المتغير الأكثر تأثيرا في تشكيل هذه البنية النفسية والإدراكية هو إدراك المخاطر الذي يتوسط العلاقة بين التعرض الإعلامي من جهة، والقلق والثقة من جهة أخرى، في حين ظل تأثير التعرض المباشر أقل أهمية ما لم يصغ في إطار تحذيري مكثف، كما أظهرت النتائج وجود فروق ديموغرافية دالة تعزى للجنس والسنة الدراسية، مقابل غياب أثر دال لمتغير الجامعة، بما يعكس دور العوامل الفردية والتعليمية في تشكيل حساسية الطلبة تجاه المخاطر الأخلاقية.

وبناء على ذلك تساهم هذه الدراسة في إظهار الكيفية التي تُقدم بها المخاطر الأخلاقية للذكاء الاصطناعي ضمن خطاب إعلامي عالمي متقارب في بنيته، كما تُبرز أنماط إدراك وقلق وثقة لدى الطلبة الجامعيين يمكن فهمها في سياق هذا الخطاب، وهو ما يؤكد الحاجة إلى تبنّي إستراتيجيات إعلامية وتربوية أكثر توازنًا؛ تُقرّ بالمخاطر الفعلية دون أن تنزلق، في الوقت نفسه، إلى خطاب تهويلي يضخّم القلق ويقوّض الثقة من دون أساس معرفي راسخ.

توصيات الدراسة:

- تشجيع الدراسات المستقبلية الموسعة التي تشمل منصات رقمية مختلفة وتستخدم مناهج مختلطة ونماذج تحليل سببية لزيادة فهم تأثير التأطير الإعلامي.
- ضرورة تبني مقاربة بحثية شمولية لدراسة الذكاء الاصطناعي من خلال تناول أبعاده الأخلاقية والاجتماعية والقانونية والتقنية في آن واحد، بما يعزز فهما متكاملا لطبيعة المخاطر والفرص ويسهم في بناء سياسات، وتدخلات أكثر، وعيا، وفاعلية.
- تعزيز التوازن التحريري في تناول قضايا الذكاء الاصطناعي عبر الاعتماد على مصادر علمية وتخفيف هيمنة الأطر التحذيرية.
- إدماج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والتربية الإعلامية في المقررات والأنشطة الجامعية لتنمية مهارات القراءة النقدية لدى الطلبة.
- تطوير أطر إرشادية وطنية تنظم الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الخطاب الإعلامي بما يضمن التزام المؤسسات الإعلامية بمبادئ النزاهة والشفافية والمسؤولية عند تناول قضاياه وآثاره المجتمعية.

References

[1]. Babbie, E. R. (2021). The basics of social research (8th ed.). Cengage Learning.

[2]. Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. Journal of Communication, 61(2), 246–263.

[3]. Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A theory of framing and opinion formation. Journal of Communication, 57(1), 99–118.

[4]. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches

2026 @ Copyright

(5th ed.). SAGE Publications.

[5]. Deng, R., & Ahmed, S. (2025). Perceptions and paradigms: An analysis of AI framing in trending social media news. Technology in Society, 81, 102858. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.102858

[6]. de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. Information Design Journal + Document Design, 13(1), 51–62.

[7]. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

[8]. Floridi, L., & Cowls, J. (2021). A unified framework of five principles for AI in society. Harvard Data Science Review, 1(1). https://doi.org/10.1162/99608f92.4bb8f6f2

[9]. Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. American Journal of Sociology, 95(1), 1–37.

[10]. Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press.

[11]. Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., Gasser, U., & Groh, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. Learning and Individual Differences, 103, 102274. https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274

[12]. Krippendorff, K. (2019). Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.). SAGE Publications.

[13]. Liang, Y., & Zhai, Y. (2025). The impact of artificial intelligence impact awareness on college students' employment risk perception: A moderated mediation model. Acta Psychologica, 261, 105808. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105808

[14]. Marda, V., & Narayan, S. (2020). Walking the tightrope: The media's role in framing AI risks. International Journal of Communication, 14, 435–458. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12345

[15]. Nakamura, T. M. (2025). Ethical AI in U.S. Newspaper Coverage: Media Framing and Corporate Accountability (Master's thesis). California State University, Fullerton. https://scholarworks.calstate.edu/concern/theses/zp38wp24z

[16]. Neuman, W. L. (2014). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (7th ed.). Pearson.

[17]. Nguyen, D. (2024). The news framing of artificial intelligence: A critical exploration. AI & Society. https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1

[18]. Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. Political Communication, 10(1), 55–75.

[19]. Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research (3rd ed.). Routledge.

[20]. Rücker, M. T., Büchting, C., & Kosch, T. (2025). Understanding the effect of risk perception on the acceptance and use of large language models among university students. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 9(CSCW512). https://doi.org/10.1145/3757693

[21]. Tandoc, E. C., Seet, S., Chan, V. X., & Wong, P. J. O. (2025). Exploring AI identity: The media framing of communicative artificial intelligence in Singapore's news sites. Public Understanding of Science, 34(7), 852–867. https://doi.org/10.1177/09636625251317970

[22]. البشير محمد، آمنة علي. (2024). الأسس الإسلامية لأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في إطار مقاصد الشريعة الإسلامية. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، العدد 39، مايو.

[23]. الخيري، طلال بن عقيل عطاس. (2021). الأسس الإسلامية لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية. مجلة جامعة تبوك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 1(4)، 185–210. https://search.emarefa.net/detail/BIM-1392964

[24]. الخنصوري، أمل بنت سيف بن سعيد. (2025). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي. مجلة القنطار للعلوم الإنسانية والتطبيقية – سلسلة الدراسات التربوية وعلم النفس، العدد 8.

[25]. درار، خديجة محمد. (2019). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والروبوت: دراسة تحليلية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المرقب، العدد 9.

[26]. عبد الرازق، عبد الكريم. (2024). المخاطر الأخلاقية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية. مجلة كلية التربية ببنها، (73)، يناير.

[27]. عبد الحافظ، شريهان محمد توفيق. (2023). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في البيئة الصحفية الرقمية: الواقع والمأمول. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، (85)، 595–653. https://search.mandumah.com/Record/1508545

[28]. العنزي، منيفة مصافق سمير. (2024). منظومة القيم والأخلاق لاستخدامات الذكاء الاصطناعي من منظور الشخصية الإسلامية المعاصرة. مجلة كلية العلوم الإسلامية، جامعة الحدود الشمالية، العدد 39، مايو.

[29]. فاروق، هناء. (2025). تحديات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام: مقاربة أخلاقية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 22(3)، 1–56.

[30]. والي، علاء وآخرون. (2025). المعايير الأخلاقية لتصميم وتطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العصر الرقمي. مجلة الحوكمة والوقاية من الفساد ومكافحته، العدد الثاني، السنة الأولى، مارس.

2026 @ Copyright