

## تأطير الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإماراتية "تطبيق على موقعي صحيفتي الاتحاد والبيان الإماراتيين"

د. محمد رشاد العطار\*

د. رفيف سمر الفيصل\*\*

### ملخص الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية التعرف على كيفية تقديم المواقع الإخبارية الإماراتية لمصطلح الذكاء الاصطناعي، حيث تعد دولة الإمارات من الدول الرائدة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على المستوى العربي، حيث تتكون و تتأثر تصورات الجمهور للتطورات العلمية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي بالتغطية الإخبارية. و تسعى الدراسة لفهم كيف تم تأطير الذكاء الاصطناعي (AI) لدى الجمهور الإماراتي و كيف تم عرض مخاطر وفوائد الذكاء الاصطناعي في المواقع الإماراتية و هو ما يؤثر بشكل كبير على القبول المجتمعي لهذه التقنية و بالتالي فالدراسة تسعى إلى التعرف على تطور تناول مفهوم الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإماراتية، وكذلك تحديد الأطر الإعلامية التي تؤثر كيفية التفكير في المعلومات المطروحة و تفسيرها.

و توصلت الدراسة إلى بروز موضوعات الذكاء الاصطناعي في الأخبار الخاصة بالحكومة، و الاقتصاد و التعليم و الصحة، كما أشارت إلى اعتماد التغطية الصحفية لمواقع الدراسة على الإطار المحدد The Episodic Frame من خلال عرض الموضوعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في وقائع محددة بصورة أكبر من الإطار العام The Thematic Frame، كما أشارت الدراسة إلى الاعتماد على الإطار الموجهة للتأثير على المجتمع بصورة أكبر من الإطار الموجهة للتأثير على المستوى الفردي.

و توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي حيث سيطرت التغطية الإيجابية على تناول موضوعات الذكاء الاصطناعي.

**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي – نظرية الاطار – الإطار العام – الإطار المحدد – المواقع الاخبارية الإماراتية.

\* رئيس قسم الإعلام بكلية الخوارزمي الدولية – الإمارات العربية المتحدة

\*\*مدير برنامج الإعلام بكلية الخوارزمي الدولية – الإمارات العربية المتحدة

## Framing of AI in Emirati news website

### Abstract:

the current study attempts to identify how Emirati news websites present the term artificial intelligence. The UAE is one of the leading countries in the use of artificial intelligence technologies and application at the Arab level, where perceptions of the public are formed and affected by the news coverage about the updating scientific developments such as artificial intelligence. The study seeks to understand how artificial intelligence (AI) was framed by the Emirati public and how the risks and benefits of artificial intelligence were presented in Emirati news websites. Therefore, the study will discuss the development of dealing with the concept of artificial intelligence in Emirati news websites, as well as identifying the media frameworks that influence how to think about and interpret the information presented.

The study results revealed that AI was primarily covered in UAE news websites via the topics of Government, Science and Technology, Business and Economy and education. Issue framing addresses whether topics are discussed as singular incidents (episodic), or related to a broader theme (thematic), or mixed. In this study, episodic framing was observed in the majority of cases. Impact framing examines the manner in which topics are covered from personal, societal, or mixed angles. Overall, the reviewed articles were most frequently covered in societal frames. The study illustrates a correlation between the news sources and the direction of news coverage ( positive, negative , mixed) , where positive coverage dominated the topics of artificial intelligence.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Framing theory, Episodic Frame , Thematic Frame , UAE news websites.

## مقدمة

عكست التغييرات التي أحدثتها الثورة الصناعية الرابعة آثارها على القطاع الإعلامي الذي شهد تطوراً كبيراً في مجال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي الذي أصبح واقعاً في الوقت الراهن، يتم استخدامه في الخدمات الإعلامية. وهو ما نتج عنه تحولات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير والتفاعل مع الجمهور، فضلاً عن أنها وفرت السرعة في تغطية الأخبار، ورصد الجمهور، وتحديد المحتوى المناسب لكل شريحة من شرائح الجمهور.

هذا وقد أحدث الذكاء الاصطناعي تغييرات مهمة في مهنة الصحافة والإعلام؛ نتيجة تزايد الاعتماد على تطبيقاته عبر أتمتة العمليات المهنية، وإنتاج الأخبار وتحليلها، والمساهمة في معالجة القصص الإخبارية، بالإضافة إلى أن الذكاء الاصطناعي وفر أدوات لمساعدة العاملين في مجال الصحافة على تحديد الأخبار الزائفة، والبحث عن النصوص داخل الصوت والفيديو، وتقديم محتوى المقابلات، والحصول على نصوص جاهزة.

وثقّف التغييرات التي أحدثها استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية على أنها ثورة إعلامية جديدة متوافقة تماماً مع التقنيات الحديثة للثورة المعلوماتية والصناعية، حيث تقدم تأثيرات الذكاء الاصطناعي في القطاع الإعلامي فرصة لإعادة تنظيم مهنة العمل الصحفي، واستخدام التقنيات الحديثة في غرف الأخبار، وتطوير المهارات والكفاءات الإعلامية؛ لتعزيز مكانة الصحفي، وتطوير العمل الإعلامي، والمؤسسة الإعلامية، وزيادة قدرة ثباتها في ميدان التنافس.

هناك مخاوف في نفوس الإعلاميين من فقدانهم وظائفهم في المجالات المختلفة نتيجة التطورات المتسارعة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، فضلاً عن خوفهم من إشكاليات التحيز والتزييف والخصوصية. وتلقي هذه المخاوف بظلالها على المجتمعات كلها، وبالتالي تجد نفسها في حاجة إلى خطاب إعلامي يفسر لها كيفية الاستفادة من هذه التقنيات، ويوضحها، ويجاري التطور التكنولوجي الذي يعد خريطة الحياة في المستقبل القريب.

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على اتجاهات التغطية الصحفية التي تقدمها المواقع الإخبارية للصحف الإماراتية لمصطلح الذكاء الاصطناعي، وفوائد اعتمادها عليه ومخاطره، وهو ما يعد حجر الزاوية في التعرف إلى تكوين تصورات الجمهور لهذه التقنيات، ومدى تقبله لتطبيقها في المجالات كافة. ذلك أن الإعلام الإماراتي يسعى إلى نشر الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي، بما يتماشى مع استراتيجية الدولة الرامية إلى تحقيق أهداف (مئوية الإمارات 2071)، وتعجيل تنفيذ البرامج والمشاريع التنموية لبلوغ المستقبل، والاعتماد على الذكاء الاصطناعي في الخدمات وتحليل البيانات، بمعدل 100% بحلول عام 2031، انطلاقاً من أن دولة الإمارات العربية المتحدة هي الأكثر نمواً وإفادة من أنظمة الذكاء الاصطناعي على المستوى العربي.

## أهمية الدراسة

تنطلق أهمية الدراسة من ثلاثة أمور، هي:

- زيادة الاهتمام بمجال الذكاء الاصطناعي، تبعاً لكونه تكنولوجيا جديدة لم يكن المجتمع يعرفها من قبل، ما دفع إلى تركيز البحوث على دعم هذه التطورات التكنولوجية؛ بغية فهم مميزاتها ومخاطرها وإمكانية التكيف معها.
- الإسهام في استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطور المجتمع الإماراتي بالتعريف بأساليب وسائل الإعلام في نشر ثقافة استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة في المجتمع.
- تقديم دراسة تُسهم في التقليل من الآثار السلبية لندرة الدراسات العربية التي تتناول تحليل أطر تقديم الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام العربية.

## مشكلة الدراسة

لوحظ، في أثناء الاهتمام المتزايد لدولة الإمارات بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوجّه الدولة للاعتماد على التكنولوجيا في المجالات كافة، أن الدراسات التي اهتمت بالتغطية الإعلامية لمختلف القضايا تؤثر في آراء الجمهور وتصوّره عن قضايا الذكاء الاصطناعي. ذلك أن التغطية الصحفية للتطورات التكنولوجية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي يمكنها أن تقوم بتأثير وزيادة إبراز القضية وبالتالي التأثير في معتقدات أفراد الجمهور واتجاهاته وسلوكياته. وفي هذا الإطار تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف على أطر تقديم المحتوى الذي تقدمه مواقع الصحف الإماراتية على شبكة الانترنت في تغطية موضوعات الذكاء الاصطناعي، ما يُشكّل رافداً لفهم القوى التي تُشكل الرأي العام في دولة الإمارات حول هذه التكنولوجيا المهمة. وسيتم ذلك خلال إلقاء الضوء على كيفية مناقشة الذكاء الاصطناعي، وعلى وضعه في سياقه وتقديمه للجمهور.

## أهداف الدراسة

- تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس، هو " التعرف على الأطر التي تعتمد عليها المواقع الإلكترونية في الصحف، موضوع الدراسة، في معالجة المواد الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي". وينبثق عن هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية تتلخص في:
- التعرف على الأشكال التحريرية التي استخدمتها المواقع الإلكترونية في الصحف موضوع الدراسة في معالجة المواد الصحفية الخاصة بقضية الذكاء الاصطناعي.
  - التعرف على حجم التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية في الصحف موضوع الدراسة.
  - رصد المصادر التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية في الصحف موضوع الدراسة في معالجة المواد الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي.
  - رصد اتجاهات المواد الصحفية تجاه الذكاء الاصطناعي في تغطية المواقع الإلكترونية لصفح الدراسة.

### تساؤلات الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيس، هو: ما طبيعة الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية لقضية الذكاء الاصطناعي في مواقع الصحف محل الدراسة. ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس أسئلة فرعية على النحو التالي:
- كيف وظفت المواقع الإلكترونية محل الدراسة الأطر الإخبارية في تغطية استخدامات الذكاء الاصطناعي؟
- ما أهم المصادر التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية محل دراسة الأطر الإخبارية في تغطية قضية الذكاء الاصطناعي؟
- ما اتجاهات المواد الصحفية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في المجالات المختلفة؟
- ما الفوائد والمخاطر التي تقدمها التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي؟
- ما اتجاهات التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي؟

### فرضيات الدراسة

- الفرضية الأولى: توجد علاقة دالة إحصائياً بين المواقع الصحفية عينة الدراسة والأطر الإعلامية المستخدمة (الفوائد والمخاطر) في المواد الصحفية المنشورة عبرها.
- الفرضية الثانية: توجد علاقة دالة إحصائياً بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي.
- الفرضية الثالثة: توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي - دولي - مختلط) واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي.
- الفرضية الرابعة: توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي - دولي - مختلط) وإطار التأثير في المجتمع.

### الدراسات السابقة

#### المحور الاول: الدراسات التي اعتمدت على نظرية الأطر الإعلامية

✓ أشارت دراسة (تسنيم رياض ، 2023)1 حول أطر المعالجة الصحفية لقضايا تطور التعليم قبل الجامعي التي اعتمدت على أداة تحليل المضمون لتحليل النصوص الصحفية في المواقع الإلكترونية، إلى تصدر المادة الخبرية أشكال الفنون الصحفية في تناول القضية محل الدراسة بسبب التطورات السريعة والمتلاحقة للقضية، وانخفضت الأشكال التفسيرية ومواد الرأي. وكذلك سيطرة إطار التطوير على التغطية الصحفية للقضية، ثم إطار الدعم والاستعداد. وكذلك طغى الإعلام والإخبار كهدف للتغطية الصحفية لقضية الدراسة. وأكدت الدراسة سيطرة المصادر الرسمية على مصادر المادة الصحفية المستخدمة.

✓ قدمت دراسة (Suerdem, Ahmet & Akkiliç, Serhat , 2021) 2) بعض الأدلة التي تدعم الاقتراح القائل بأن وسائل الإعلام في مختلف البلدان تمثل الذكاء الاصطناعي بطرق تعكس السياق الثقافي والمجتمعي والسياسي الذي يتم تضمينه فيه خلال التحليل الآلي للنص لما يقرب من 5000 عنصر إخباري. وخلصت الدراسة إلى أن اختلاف التأطير الإعلامي للذكاء الاصطناعي في السياقات الثقافية المختلفة ما زال يُشكّل فجوة في الأدبيات. كما خلصت إلى أن العدد المحدود من الدراسات التي تحلل الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام يعتمد في الغالب على تحليل محتوى الحالات الفردية، بدلاً من المقارنات بين الثقافات. كما يرتبط التأطير الإعلامي ارتباطاً وثيقاً بالسياق، ويمكن أن يبرز تحليل وسائل الإعلام عبر البلدان الأطر الإعلامية المختلفة.

✓ و في هذا الإطار تناولت دراسة (Wartiainen, 2020) 3) كيفية تغطية الذكاء الاصطناعي، وكيف يمكن أن يرتبط بالسياق الدولي في الصحف الأمريكية والصينية باستخدام منهج المسح، وأداة تحليل المضمون الكمية لـ 96 مقالاً صحفياً. وحُدثت الأطر الرئيسية التي يفترض أنها تؤثر في تصور الجمهور للذكاء الاصطناعي. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الأطر الأكثر شيوعاً للذكاء الاصطناعي يُعبّر عنها من الناحية الجيوسياسية والاقتصادية والثقافية. كما أشارت الدراسة إلى أن الصحف الأمريكية لديها إشارة أعلى للأطر المتعلقة بالأخلاق والتمييز والمساءلة. وتناولت مقالات قليلة الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر سلبية أو مثالية. بالإضافة إلى ذلك تشير النتائج إلى أن التقارير المتعلقة بالذكاء الاصطناعي لا تركز على تقنيات الذكاء الاصطناعي، بل تركز على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي كمفهوم معتمد للاستراتيجيات الوطنية، ومن ثم يكون مناسباً للتضمين عند إجراء دراسات مستقبلية حول الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام.

✓ أجرى (Ding et al., 2019) 4) دراسة حول كيفية بناء الصحف الصينية والأمريكية للذكاء الاصطناعي، خلال تحديد المصالح الاستراتيجية المختلفة للبلدان ومقارنتها. وتمكن الباحثون من تحليل كيفية إعطاء الصين والولايات المتحدة الأولوية لمساراتهما الاستراتيجية لتطوير مواقعهما كقادة في الذكاء الاصطناعي. وخلصت الدراسة إلى أن الولايات المتحدة والصين لديهما مجالات اهتمام استراتيجية مختلفة في مجال الذكاء الاصطناعي فيما يتعلق بتقنيات، مثل: الحوسبة والإنترنت والتعرف على الأنماط والمركبات ذاتية القيادة والبيانات الضخمة.

### المحور الثاني : الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي

✓ في دراسة (Nguyen, D., Hekman, 2022) 5) حللت مجموعة من الصحف (نيويورك تايمز ، الجارديان ، وايرد ، جيزمودو) تأطير أخبار الذكاء الاصطناعي بين عامي 2010 و 2021. اعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى الاستقرائي، وخلصت إلى تحديد 14 إطاراً مهماً يمكن تجميعها بشكل أكبر في أربع "إطارات وصفية" تسلط الضوء على التأثيرات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية للذكاء الاصطناعي في المجتمع الرقمي. أشارت الدراسة إلى تطور التقارير الإخبارية بسرعة من التركيز على تقديم قضايا متخصصة إلى قضايا رئيسية، حيث بدأت التقارير في هيئة موضوعات إخبارية عن الذكاء الاصطناعي

كمرحلة انتقالية في بداية ظهوره. ومع دخول التكنولوجيا عدداً متزايداً من المجالات المجتمعية أصبحت القضية جزءاً من الأقسام الصحفية المتنوعة. كما أشارت الدراسة إلى ارتباط الإطارات بمخاطر بيانات محددة: (المراقبة ، وتحيز البيانات ، والحرب الإلكترونية / الجريمة الإلكترونية، واضطراب المعلومات). وأكدت الدراسة ارتباط إعداد التقارير مباشرة بمحو أمية البيانات الهامة في بعدين: أولهما: الذكاء الاصطناعي الخطير، حيث يمكن للتقارير الإخبارية أن تسهم في فهم عام أفضل لتحويل البيانات والأتمتة على المستوى المفاهيمي من خلال سؤال: ما التغييرات التي تطلقها، ومن يتحكم في هذه التطورات، ومن يستفيد منها. وثانيها: التنبؤ الواسع للذكاء الاصطناعي الذي يثير أسئلة سياسية عن طبيعتها. وأكدت الدراسة أن وسائل الإعلام الإخبارية هي مصادر مهمة للمعلومات التي يمكن الوصول إليها على نطاق واسع حول هذه القضايا. وهذا من شأنه أن يفترض أن الصحفيين أنفسهم يطورون فهماً مفاهيمياً كافياً للذكاء الاصطناعي.

✓ باستخدام طرق مختلفة في معالجة اللغة الطبيعية مطبقة على مجموعة كبيرة من المقالات الصحفية التي تغطي فترة خمس سنوات ، توصلت دراسة ( Maxime Crépel, Dominique Cardon, 2021) إلى نظامين مهيمين لنقد الذكاء الاصطناعي يتعايشان في مجال الإعلام، ويشملان كيانات تكنولوجية وبشرية مختلفة. حيث أشارتا إلى وجود تحوّل في المقالات التي تعرض تقنيات الحاسوب الخوارزمية المدمجة في بيئة المستخدم لتوجيه سلوكياته أو توجيهها أو حسابها، نحو المقالات التي تتميز بتجسيد الذكاء الاصطناعي في كيان متجسد ومستقل. ويمكن تفسير هذه الهيكلية على أنها عملية الاستقلال التدريجي للذكاء الاصطناعي التي تشكل قطبية ثابتة في تاريخ العلاقة بين تكنولوجيا الكمبيوتر والمجتمع. من ناحية أخرى، ترتبط الروبوتات والذكاء الاصطناعي اللذان يشيران إلى كيانات تقنية مستقلة ومتجسدة، بخطاب ينتبأ بالقدرة على التحكم في هذه العوامل التي تحاكي قدراتنا البدنية والمعرفية، وتهدد أمننا المادي أو نموذجنا الاقتصادي.

✓ قامت دراسة ( Mathias-Felipe de-Lima-Santos 2021) 7 بتحليل كيفية اعتماد الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار بناءً على مجالات الذكاء الاصطناعي: التعلم الآلي، رؤية الكمبيوتر، التعرف على الكلام، معالجة اللغة، التخطيط والجدولة، خبراء الأنظمة والروبوتات. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن العديد من المشاكل العميقة في وسائل الإعلام اليوم تنبع من عدم القدرة على إعطاء المستهلكين ما يريدون، ولكنها تنبع من حقيقة أن ما تريده وسائل الإعلام لا يتماشى مع ما هو جيد للمجتمع. وأكدت الدراسة أن من المخاطر الكبيرة في المستقبل الذي يحركه الذكاء الاصطناعي أن الخوارزميات تصبح أكثر خبرة في تلبية أذواق الأفراد نحو أخبار التسلية بدلاً من الحصول على المعلومات ، وهو ما قد يسبب في عواقب وخيمة على المجتمع. وشملت النتائج إظهار الذكاء الاصطناعي إمكانياته في العديد من الدراسات التجريبية خاصة في المجالات العلمية والتكنولوجية رغم صعوبة تقدير التكلفة لإنشاء تطبيق ذكاء اصطناعي وتنفيذه دون الخوض في تفاصيل المشروع، ورغم ذلك ما يزال الذكاء الاصطناعي يتطلب خبرة اختصاصية، وما يزال تحت سيطرة شركات متخصصة تستحوذ على الشركات الناشئة وتبعدها عن ميدان المنافسة.

✓ كشفت دراسة (Ching-Hua Chuan et al , 2019) عن تأطير الذكاء الاصطناعي في الصحف الأمريكية، أن الذكاء الاصطناعي تمت تغطيته بشكل أساسي في الصحف الأمريكية عبر موضوعات الأعمال والاقتصاد والعلوم والتكنولوجيا. وتمت تغطية موضوع الأخلاقيات بالسلب و الإيجاب بشكل متزايد في السنوات الأخيرة. وأوصت الدراسة بضرورة تغطية مخاطر وفوائد الذكاء الاصطناعي بشكل أكثر عمقاً، وكذلك استخدام وإساءة استخدام الذكاء الاصطناعي بالشكل الذي يسمح للجمهور بتكوين موقف تجاه التكنولوجيا الناشئة. وأكدت الدراسة أنه تمت تغطية فوائد الذكاء الاصطناعي بشكل متكرر أكثر من مخاطره. كما تمت تغطية مخاطر الذكاء الاصطناعي بشكل عام بمزيد من التحديد. بالإضافة إلى ذلك، استُخدم تأطير القضايا العرضية وتأطير التأثير المجتمعي بشكل متكرر.

✓ أشارت دراسة (Yu K, Kohane IS, 2019) عن التطبيقات الطبية التي تعتمد الذكاء الاصطناعي أنها مثال على مشكلة الإطار الذي يتم تقديم المعلومات به. ورغم أن هذه المشكلة نادراً ما يتم تقديرها في الأوصاف العلمية والعملية للنجاحات الأخيرة المذهلة للذكاء الاصطناعي في التطبيقات الطبية، فإن مشكلة الإطار وتحديات الذكاء الاصطناعي ذات الصلة سوف تكون لها آثار ضارة غير مقصودة على رعاية المرضى إذا لم يتم التعامل معها بشكل مباشر. ومع التقدم الأخير في خوارزميات التعلم الآلي، كُرر العديد من المهام الطبية التي كان يعتقد سابقاً أنها تتطلب خبرة بشرية بواسطة أنظمة الذكاء الاصطناعي عند مستوى الدقة لدى الخبراء البشريين.

✓ توصلت دراسة (2018 Matthew Gentzkow) 10 إلى التأثير الكبير في أسواق وسائل الإعلام، وذلك لانعكاس استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع الإعلامي بشكل جزئي خلال الإنتاج الآلي للمحتوى، سواء كان خبرياً أم ترفيهياً مفسحاً المجال للصحفي الفرد للحكم والتفسير والإبداع والتواصل مع الجمهور. ويعكس هذا جانباً إيجابياً في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع الإعلامي، وهي التي ستسمح لفترة للعناصر البشرية بالقيام ببعض المهام المنوطة به، بعكس بعض القطاعات التي أحالت فيها العنصر البشري بشكل كامل إلى التقاعد، وأحلت تقنيات الذكاء الاصطناعي بدلاً عنه.

### التعليق على الدراسات السابقة

تناولت دراسات المحور الأول عدد من الدراسات التي اعتمدت على نظرية الإطار الإعلامي، وألقت الضوء على كيفية تكوين الأطر في دراسات الإعلام بالرغم من اختلاف القضايا. كما ساعدت هذه الدراسات على تحديد أهداف الدراسة، وتساؤلاتها، والمناهج المستخدمة بجانب صياغة الفرضيات.

أما دراسات المحور الثاني فتناولت دراسات الذكاء الاصطناعي، ومكنت الباحثين من الاستفادة من تحديد أداة الدراسة، وتفسير نتائجها بشكل أكثر عمقاً خلال المقارنة معها، إضافة إلى تحديد المقاييس الإحصائية المناسبة لموضوع الدراسة. ومن ضمن أوجه الاستفادة أيضاً تعميق فهم المشكلة البحثية، وصياغتها، وتحديد عينة التحليل من مواقع الدراسة.



### الإطار المعرفي للدراسة:

يمثل الذكاء الاصطناعي أهم مخرجات الثورة الصناعية الرابعة، وقد تعددت استخداماته في المجالات العسكرية والصناعية والاقتصادية والتقنية والتطبيقات الطبية والتعليمية والخدمية... ، ويتوقع له أن يفتح باب ابتكارات لا حدود لها، وأن يؤدي إلى مزيد من الثورات الصناعية بما يحدثه من تغيير جذري في حياة الإنسان.

يغطي مصطلح الذكاء الاصطناعي (AI) مجموعة واسعة من المفاهيم والأفكار، مع تميزه بالتطور والتغيير المستمرين، وبالتالي يصعب تحديد مفهوم دقيق له. ومن التعريفات الأساسية للذكاء الاصطناعي: "أتمتة الأنشطة التي ترتبط بالتفكير البشري، كصنع القرار، ومحاولة حل مشكلات، بالإضافة إلى التعلم" (Bellman, 1987) 11. وتعود فكرة الذكاء الاصطناعي إلى جون ماكارثي في مؤتمر دارتموث في الولايات المتحدة الأميركية في عام 1956، التي تركزت أبحاثه حول كيفية منح الآلة صفة الذكاء البشري. (Wartiainen, M., 2020) 12. وتعود المحاولة الأولى لبناء آلة تحاكي العقل البشري للعالم فرانك روزنبلات عام 1957 الذي قام بمحاولة بناء نموذج للشبكة العصبية لمحاكاة الخلايا العصبية في الدماغ البشري (-Andreu Marvin Minsky 13(Perez, Javier et. Al., 2017). هذا وقد عرّف مارفن مينسكي الذكاء الاصطناعي على أنه "علم جعل الآلة تقوم بالأشياء التي تتطلب ذكاء عندما يقوم بها الإنسان" (Marvin Minsky, 2010) 14.

مع التطور التقني والزمني جاءت الثورة الصناعية الرابعة لتكتمل مسيرة الثورة الصناعية الثالثة، التي اعتمدت على ربط العلوم الفيزيائية بالأنظمة الرقمية، وتعتمد على الثورة الرقمية، والانترنت، والذكاء الاصطناعي، والأنظمة الذكية والتكنولوجيا الحيوية... وكثرت التعريفات النظرية للذكاء الاصطناعي التي تدور حول قدرة الآلة على التصرف مثل البشر، أو القيام بأفعال تتطلب ذكاءً. ولكن بالنظر إلى أكثر التطبيقات الموجودة اليوم يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه: أنظمة تستخدم تقنيات قادرة على جمع البيانات واستخدامها للتنبؤ أو التوصية أو اتخاذ القرار بمستويات متفاوتة من التحكم الذاتي، واختيار أفضل إجراء لتحقيق أهداف محددة.

وتعكس أهمية الذكاء الاصطناعي كونه من أهم التقنيات الحديثة التي تسهم بشكل ملحوظ في التطور التقني السريع، وزيادة فرص الابتكار والنمو في المجالات المختلفة، مع دوره في رفع الجودة، وزيادة الإمكانيات، وكفاءة الأعمال وتحسين الإنتاجية.

### الذكاء الاصطناعي في دولة الإمارات العربية المتحدة:

من المتوقع أن تلعب الحكومات دوراً في مستقبل الذكاء الاصطناعي، وهو ما ظهر من خلال تبني العديد من الحكومات تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين معايير تقديم الخدمات الحكومية؛ وذلك لتصميم مستقبل إيجابي للذكاء الاصطناعي. هذا ويجب وضع قوانين تنظيمية محكمة، وتعزيز الابتكار في الحكومات التي تتفهم قوته وإمكاناته من أجل تحسين حياة المجتمعات. وقد رسخت حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة مكانتها الرائدة في القطاع العام، كما طورت أساساً قوياً لتفعيل الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في دمج الذكاء الاصطناعي في خدمات القطاع العام كافة، وتعزيزها، وتقديم تجربة مميزة للمتفاعلين.

ركزت إمارة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة منذ مارس 2014 على وضع المبادئ اللازمة لتوجيه استخدام البيانات بشكل مناسب وتحديد الأولويات المجتمعية لهذه البيانات والتكنولوجيا المتقدمة، مثل الذكاء الاصطناعي. وكانت دولة الإمارات العربية المتحدة سباقة في تعيين وزير دولة للذكاء الاصطناعي، الذي تصادف مع إطلاق استراتيجية التوجيهات الحكومية التي تُعنى بضرورة الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في شتى المجالات. كما وافق مجلس الوزراء في دولة الإمارات العربية المتحدة في إبريل 2019 على خطة عشرية، هي استراتيجية الإمارات الوطنية للذكاء الاصطناعي 2031. وتشمل أهداف هذه الخطة الاستراتيجية ترسيخ مكانة الدولة كوجهة للذكاء الاصطناعي، وزيادة التنافسية في القطاعات ذات الأولوية عبر تطوير منظومة الذكاء الاصطناعي، وتطوير منظومة خصبة لهذا الذكاء الاصطناعي، واعتماده في الخدمات الحكومية، واستقطاب الكوادر وتدريبها على الوظائف المستقبلية التي سيمكنها الذكاء الاصطناعي من توفير البيانات والبنية التحتية الأساسية اللازمة لخلق منصة اختبار الذكاء الاصطناعي. وأخيراً تأسيس بيئة تشريعية وتنظيمية فاعلة.

أعلنت دولة الإمارات العربية المتحدة عن عزمها استخدام الذكاء الاصطناعي في قطاعات المجتمع كلها، ووجهت دعوة للرواد والمطورين للإفادة من الإمكانيات المتاحة، كمختبر للتطبيقات العملية في مجال الذكاء الاصطناعي، حيث تهدف الدولة إلى أن تصبح نقطة محورية عالمية للذكاء الاصطناعي مستفيدة من مكانتها على الصعيد العالمي في مجالات عدة.

أحدث الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي تحولات جذرية في المشهد الإعلامي. فعلى سبيل المثال توكل واشنطن بوست إلى الذكاء الاصطناعي مهمة كتابة البيانات الصحافية، كالتقارير الاقتصادية ونتائج المباريات الرياضية. هذا وقد تولى الذكاء الاصطناعي القيام بالكثير من المهمات الإعلامية، كإذاعة النشرات الإخبارية، والتعلم العميق، والتعرف على الصور؛ لنجد جيلاً جديداً من الإعلاميين القادرين على العمل أربعاً وعشرين ساعة في اليوم، و سبعة أيام في الأسبوع، دون تعب.

هذا وقد أبرمت مؤسسة أبوظبي للإعلام اتفاقية مع شركة سوجو الصينية لتقديم تكنولوجيا مديعي الأخبار في منطقة الشرق الأوسط. ويتميز هذا الفريق التكنولوجي من تقديم النشرات باللغتين العربية والإنكليزية، بالإضافة إلى تقديم الأخبار بأسلوب أكثر كفاءة بأشكال متعددة على مدار اليوم. وقد انفردت صحيفة البيان الإماراتية في اليوم الأول للقمّة العالمية للحكومات في فبراير 2023 بكونها أول صحيفة محلية عربية تقوم بنشر مقال صحفي بقلم ميزة الذكاء الاصطناعي «تشات جي بي تي»، وهي الميزة التي طورها مختبر «أوبن إيه أي» OpenAI للذكاء الاصطناعي في سان فرانسيسكو في نوفمبر من العام 2022 بدعم من عدد من كبار المستثمرين ومن بينهم إيلون ماسك (البيان، 2023) 15.

كما يمكن للمؤسسات الإعلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة الاستفادة من تقنية الذكاء الاصطناعي التوليدية (Generative Artificial Intelligence)، ومنها تطوير وتلخيص وتبسيط المحتوى بمختلف أشكاله دون تدخل بشري، أو بتدخل بسيط للغاية بمجرد إدخال أوامر بسيطة للغاية على جهاز الهاتف النقال، وخلال ثوانٍ معدودة (إدارة الدراسات و السياسات الاقتصادية، 2019) 16.

يمكن القول: إن الذكاء الاصطناعي هو مسعى دائم للإنسان نحو تطوير ذكائه الطبيعي وجعله أكثر قوة وفعالية وإثماراً، وابتعاده عن نقاط الضعف السلبية التي يمتلكها أي إنسان، حيث يأتي مصحوباً بمسؤولية كبيرة حول ضرورة مضاعفة الجهود في الاستعداد الجيد للتعامل بصورة نموذجية مع ما تجلبه التكنولوجيا من فرص وتحديات. وهي الحقيقة التي تنبّهت لها دولة الإمارات العربية المتحدة منذ وقت مبكر، وعملت على إعداد البنى التحتية والكوادر البشرية اللازمة لضمان تحقيق الريادة والتميز بالتوظيف الأمثل للتكنولوجيا في خدمة أهداف الدولة الاستراتيجية.

### الإطار النظري للدراسة:

تقوم الفكرة العامة لتشكيل الإطار الإعلامي على أنها عملية هادفة تعتمد فيها وسائل الإعلام والقائمون بالاتصال على إعادة المحتوى الإخباري، ووضعه في إطار اهتمامات الجمهور المستهدف. وتكمن فاعلية نظرية الأطر الإخبارية وأهميتها في قياس وتحليل محتوى الرسائل الإعلامية، وبالتالي تحديد اتجاهات الجمهور ومواقفه تجاه أحداث وقضايا معينة.

تخضع صناعة المحتوى والرسائل الإعلامية إلى ما يعرف بالتأطير الإعلامي الذي يعمل بشكل أساسي على إمداد الجمهور بالأخبار والمعلومات بهدف التنقيف والتوعية. ويقوم المرسل، أو القائم بالاتصال، بإبراز جوانب معينة من الخبر، أو القضية، وإخفاء جوانب أخرى، استناداً إلى خلفية ثقافية قيمة، أو بسبب سياسة المؤسسة الإعلامية بأسلوب يسمح للجمهور المستهدف ببناء معارفه وفق إرادة القائم بالاتصال، وليس بناءً على أفكاره ومعتقداته.

هذا، وتتشكل أهمية نظرية الإطار الإعلامي كونها إحدى النظريات الأساسية الحديثة في المجال الإعلامي، وذلك لسماحها بقياس وتحليل المحتوى والرسائل الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام بهدف صياغة استجابات معرفية محددة لدى الجمهور المستهدف. ومن هنا تبرز أهمية هذه النظرية كونها تعمل على تقديم تفسيرات علمية منطقية ومنتظمة لكيفية حدوث التأثير في أفكار الجمهور ومعتقداته، على اختلاف فئاته وانتماءاته من قبل وسائل الإعلام، فضلاً عن كونها نظرية يسهل تطبيقها في المؤسسات الإعلامية كلها، وذلك لاعتمادها على دور المرسل في صياغة المحتوى والرسالة الإعلامية؛ ولمقدرتها على تحليل مضمون الرسائل وتفسيره والمحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى مقدرتها على دراسة تأثير الرسالة الإعلامية في معارف الجمهور واتجاهاته الفكرية.

ينسب الفضل إلى روبرت انتمان Entman Robert في طرح نظرية التأطير الإعلامي، وتطوير فرضيتها الرئيسية، ومحاولة اختبارها فيما يتصل بالعلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والقطاع السياسي. بُنيت هذه النظرية على مقولة رئيسة مفادها أن لوسائل الإعلام قدرة عالية على اختزال الوقائع والأحداث وتقديمها للجمهور خلال أطر frames محددة تحمل من المعاني والأفكار ما يساعد الجمهور في فهم تلك الوقائع والأحداث المعقدة وتفكيكها. وتجري عملية التأطير framing وفق انتمان عندما تعمد وسائل الإعلام لاختيار جوانب محددة من الحدث، وإبرازها في مضامين اتصالية، وبالتالي التركيز على جانب واحد من القضية، دون غيره. وتجري عملية التأطير وفق التعريف السابق في ضوء مكونين رئيسيين هما: الاختيار والأهمية؛ أي الاختيار العمدي لجوانب بعينها من القضية الحدث، ثم عرضها على الجمهور بوصفها

الجانب الأكثر أهمية. هذا، ووفق علماء الاتصال ترتبط نظرية تحليل الأطر الإعلامية بنظرية "الأجندة" التي تهتم بالتركيز على العلاقة بين القضية وإدراك الجمهور لها. وكذلك تشترك مع نظرية "ترتيب الأولويات" التي تهتم ببروز الحدث والقضية (Entman, R., 1993) (17). للإطار الإعلامي لقضية ما تعريفات عدة، منها: أنه "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث، أو القضية، وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها، وتقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها (Nisbet, Matthew C., 2008) (18). ولقد عرف كل من نيلسون وكلاوسن وClawson & Nelson الإطار بأنه "العملية التي تحدد وتنظم خلالها المصادر الإعلامية القضية السياسية، أو الجدل العام حولها. ووفقاً لذلك فالإطار الإعلامية تؤثر في الرأي العام خلال تركيزها على قيم محددة، أو حقائق، أو غيرها من الأفكار التي تمنحها درجة عالية من الوضوح المرتبط بالقضية أكثر مما تحققه الأطر البديلة (Jörg Matthes, 2009) (19)".

في حين ذكر إيرفينج جوفمان Goffman Erving K ، وهو أول من أشار إلى نظرية الأطر عام 1974، أن الإطار هو عملية تنظيم عناصر المعلومات الدقيقة والبسيطة، وليس قاصراً على مجموعة الأحداث المحتمل أن تكون ذات قيمة خبرية. وتشير فكرة التأطير إلى الترميز Encoding وعرض المعاني، ويشير أيضاً إلى الأساليب التي يتم بها عرض المعلومات حول الأخبار من زاوية أو اتجاه محدد (Paschal Proston, 2008) (20).

وهناك تصنيفات متعددة للأطر الإعلامية، أبرزها تصنيف الأطر من حيث نمط التغطية الذي تحظى به قضية بعينها. و بالتالي يمكن تصنيف الأطر وفقاً لهذا التصنيف إلى:

= الإطار العام The Thematic Frame الذي يشير إلى تناول القضية من الاتجاهات الأوسع، أو المعلومات الأساسية حول موضوع ما (Springer & Harwood, 2015) (21).

= الإطار المحدد أو الملموس The Episodic Frame الذي يشير إلى تقديم وقائع محددة، وأحداث ملموسة. ويهتم بإسناد المسؤولية عن تفاقم القضية إلى أشخاص، أو جماعات، أو مؤسسات بعينها (خالد صلاح الدين حسن علي، 2020، ص 21) (22).

وبالتالي تهتم الدراسة الحالية بالتعرف على أطر تقديم قضية الذكاء الاصطناعي، حيث يشير الإطار العام إلى مناقشة التكنولوجيا في سياق عام أوسع، مثل: كيف يغير الذكاء الاصطناعي الصناعات المختلفة، بينما يعتمد الإطار المحدد على تقديم القضية خلال تقديم مثال محدد، أو دراسة حالة، أو تقرير مُوجّه نحو الحدث.

تستهدف الدراسة التعرف على الأطر الخبرية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإماراتية. ومن المعروف أن سيطرة مصطلح الذكاء الاصطناعي في الفترة الحالية على الأخبار وتطورات استخدامات تطبيقاته التي تهدف إلى إحداث تأثيرات معرفية وسلوكية في الجمهور. ومن المعروف أن هدف التغطية الصحفية لأخبار الذكاء الاصطناعي هو إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية في القراء. وقد أوضحت العديد من الدراسات اعتماد الجمهور على المؤسسات الصحفية لاقتناء الأخبار، والتعرف على التطورات الحاصلة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، واستخدامها في القطاعات المختلفة كالقطاع الصحي والتعليمي

والخدمي التي تعد من أكثر المجالات التي يسعى المواطن بشكل يومي إلى متابعتها؛ لارتباطها الوثيق بمسيرة حياته اليومية. وهذا ما أعطى للمواقع الإخبارية لصحيفتي الاتحاد والبيان القوة لتأطير الذكاء الاصطناعي، والمساهمة في تشكيل رأي عام، وتغيير وجهة نظر القارئ عن طريق تفسيرها للحدث، وغرس موقف معين خلال طريقة التغطية الخيرية للحدث.

إنّ تغطية المواقع الإخبارية الإماراتية لقضايا الذكاء الاصطناعي؛ لاعتماد الجمهور على هذه المواقع في البناء المعرفي الخاص به، وانعكاس تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاعات المؤسسية كافة، وخاصة القطاع الإعلامي؛ من شأنه أن يدعم صلة الجمهور بوسائل الإعلام، ويؤكد قوتها وسيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور. ولهذا تقوم المواقع الإخبارية على تأطير المواد المنشورة في صفحاتها لتشكيل وتغيير وجهة نظر القارئ كونها مرتبطة بالرأي العام وتشكيله.

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع الدراسة ومنهجها:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية؛ لأنه يُحيط بالعناصر المختلفة للتغطية الصحفية للذكاء الاصطناعي للمواقع محل الدراسة، ويُفسرها ويقارن المحتوى المقدم خلالها. والدراسة أيضاً من الدراسات التحليلية؛ لأنها تعتمد على تحليل المضمون بتحليل الأطر الإخبارية للمواد الصحفية التي تتناول الذكاء الاصطناعي.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي Survey نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من خلال مسح أطر معالجة المواقع الإخبارية للصحف الإماراتية للذكاء الاصطناعي وتحليلها. واعتمدت الدراسة أيضاً على أسلوب المقارنة المنهجية للتعرف على ماهية الظاهرة موضوع الدراسة في المواقع الإلكترونية محل الدراسة؛ لمعرفة كيفية حدوث الظاهرة، وأسبابها خلال عقد المقارنات بين عدد من الظواهر 23. والمقارنة بين الأشكال الصحفية التي استخدمتها المواقع الصحفية في عرض المواد الصحفية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، ومصادر المعلومات التي اعتمدت عليها المواقع محل الدراسة، بالإضافة إلى أوجه التشابه والاختلاف بين أطر المعالجة.

#### عينة الدراسة :

وضع الباحثان مجموعة من المعايير التي اعتمدا عليها في اختيار مواقع الدراسة، حيث ركزا على المواقع الصحفية التي لها نسخ ورقية (موقع جريدة الاتحاد - موقع جريدة البيان الإماراتية)، حيث تختم هذه الصحف بتغطية القضية خلال دراسة استطلاعية أُجريت على المواقع الإخبارية الإماراتية. وتعد جريدة الاتحاد هي الجريدة الرسمية للدولة، بينما تصدر جريدة البيان من دبي، وهي تابعة لمؤسسة دبي للإعلام.

قام الباحثان بدراسة التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي منذ توافرت الموضوعات الصحفية في المواقع الإلكترونية حتى نهاية عام 2022؛ لكي يتم التعرف على تطور استخدام المصطلح، وكيفية تأطيره للتعرف على أسلوبه في تقديم المصطلح للجمهور من بداية تناوله في التغطية الصحفية. واعتمد الباحثان، أيضاً، على الحصر الشامل للسنوات الأولى لتقديم المصطلح

لقلة الأخبار المنشورة عنه، ثم اعتمدا على الأسبوع الاصطناعي في الفترة بين (2018-2022) مع كثافة التغطية لقضية الذكاء الاصطناعي. بلغ عدد الأعداد المحللة أربعمئة عدد، حيث تمت مراجعة المحتوى المقدم في المواقع محل الدراسة، وتضمين ثلاثمئة وسبعة وثمانين عدداً أي ما نسبته 97% من عينة البحث، وتم استبعاد عددين لعدم صلاحيتهما للتحليل، وبالتالي بلغ عدد الإصدارات الصالحة للدراسة ثلاثمئة وخمسة وثمانين عدداً، وبلغ إجمالي عدد الموضوعات التي حُلت ثلاثمئة وستة وثلاثين موضوعاً مقسماً بين موقع جريدة الاتحاد 203 موضوعاً، وموقع جريدة البيان 133 موضوعاً.

### أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل الأطر عبر استمارة تحليل المضمون لما يتيح من أبعاد كمية وكيفية تخص فئات الموضوعات، ومصادر الأخبار المتضمنة في التغطية الصحفية. وكذلك اتجاهات التغطية، وتحديد الأطر التي اعتمدت عليها المواقع في التغطية، ورصد أوجه الاختلاف والاتفاق بينها، إلى جانب مقارنة حجم التغطية لموضوع الدراسة. وتسعى أداة تحليل المضمون إلى وصف مضمون قضية الذكاء الاصطناعي وتحليلها.

### اختبارات الصدق والثبات

بغية التأكد من الصدق الظاهري للمقياس، تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين (24) من المتخصصين لتحديد مدى صلاحية العبارات ودرجة موافقة الاسئلة لأهداف الدراسة ومدى وضوح الصياغة لغوياً، ولقياس ثبات البيانات استخدم الباحثان أسلوب إعادة الاختبار على عينة بنسبة 10% بعد فترة أسبوعين وأجرى الباحثان اختبار الثبات على جميع أسئلة الاستمارة.

### المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS "Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون ( Person Correlation Coefficient ) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio ). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 - 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70.
- اختبار ( T- Test ) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio )،

واستخدام اختبار (Student's t-tests) لحساب الفرق بين متوسطين (لعينتين مستقلتين).  
وقمنا بقياس مستوى الثبات باستخدام معامل Alpha لمعرفة مدى ملاءمة أسئلة الاستبانة  
لموضوع البحث.

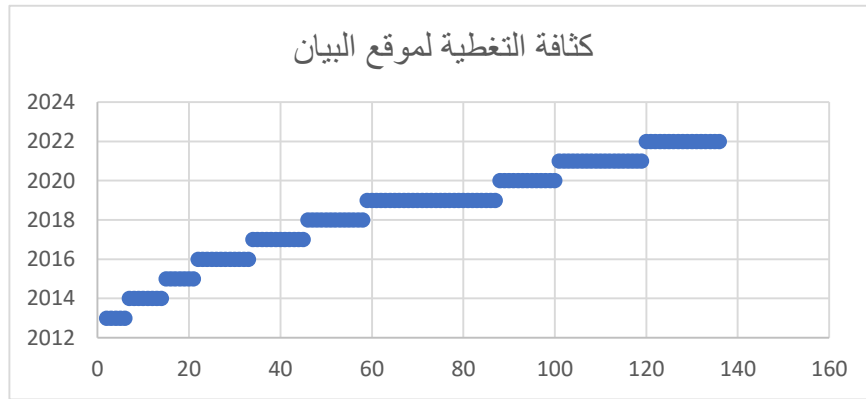
### نتائج الدراسة التحليلية

#### جدول (1) يوضح أشكال الفنون الصحفية التي تستخدمها عينة الدراسة

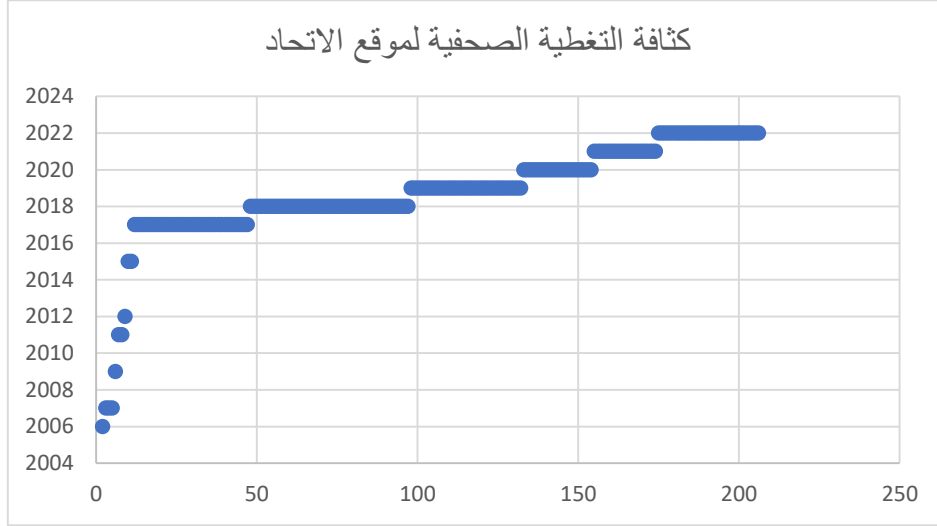
المجموع	مقال		تقرير		خبر		نوع المادة الصحفية
	ك	%	ك	%	ك	%	
المجموع	336	100%	45	13.3%	38	11.3%	253
البيان	133	39.5%	9	6.7%	14	10.5%	110
الاتحاد	203	60.4%	36	17.73%	24	11.82%	143

يشير الجدول إلى سيطرة الأخبار على أشكال الفنون الصحفية التي تتناول الذكاء الاصطناعي في موقعي جريدة الاتحاد، وجريدة البيان بنسبة 75.5% . ويعود ذلك إلى أن قضية الذكاء الاصطناعي من الموضوعات التي شهدت تطورات سريعة و متلاحقة، وبالتالي كان من المنطقي اعتماد مواقع الدراسة على الأخبار "البسيطة والمركبة" في التغطية الصحفية. وجاءت المقالات في المرتبة الثانية بنسبة 13.3% لتفسير توجهات الدولة وإنجازاتها في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في المجالات المختلفة. وجاءت التقارير في المرتبة الثالثة بنسبة 11.3% . وتتوافق تلك النتيجة مع دراسة (تسنيم رياض ، 2023) في سيطرة الأخبار على التغطية الإخبارية للموضوعات التي تشهد تطورات سريعة.

كما يتضح من الجدول السابق اهتمام التغطية الصحفية لموقع جريدة الاتحاد بالمقالات 17.73% على موقع جريدة البيان 6.7%، نظراً لعرضها عدداً من المقالات المترجمة من وسائل الإعلام الأجنبية بالاتفاق معها، وإعطاء القارئ لمحة عن تطور تبني الذكاء الاصطناعي واستخدامه في الدول الكبرى.



شكل (1) يعرض كثافة التغطية لموضوعات الذكاء الاصطناعي على مر السنوات في موقع صحيفة البيان الإماراتية.



شكل (2) يعرض كثافة التغطية لموضوعات الذكاء الاصطناعي على مر السنوات في موقع صحيفة الاتحاد الإماراتية

يتضح من الأشكال السابقة أن الاهتمام بتغطية موضوع الذكاء الاصطناعي بدأ مبكراً (منذ عام 2006). وقد تميزت الفترة الأولى من التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي بالحدوث عن مستقبل الذكاء الاصطناعي، وأهم التجارب الدولية حتى عام 2015، والذي أطلق عليه عام الابتكار في دولة الإمارات. بدأت التغطية في إلقاء الضوء على المبادرات المحلية، وتشجيع قيادة الدولة لطلاب الجامعات والمواطنين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. إلا أن كثافة التغطية بدأت من عام 2017، وتناولت الموضوعات الصحفية الذكاء الاصطناعي في إطار "التوجيه"؛ توجيه المجتمع لاستخدام الذكاء الاصطناعي، و تحديداً مع زيادة توجه الدولة إلى استخدامه في مجالات الحكومة والشرطة والصحة والنيابة البلدية.

سيطر إطار "النمو" على الموضوعات الصحفية خلال عام 2018 تزامناً مع مبادرة شهر الإمارات للابتكار في المجالات المختلفة، وبدأ الحديث عن نمو الذكاء الاصطناعي في الدولة.

و غلب إطار "الأسبقية والريادة" على التغطية الصحفية خلال عام 2019 خلال عرض استراتيجية الدولة للذكاء الاصطناعي، التي تعتبر الأولى من نوعها في المنطقة والعالم ما يؤسس مرحلة جديدة من العمل الحكومي. وأكدت التغطية أن الإمارات تعتبر ثاني أكبر مستثمر إقليمي في مجال الذكاء الاصطناعي.

وبرز إطار "التطوير والمنافسة" خلال عام 2020، خلال توظيف الذكاء الاصطناعي في خدمة المجتمع و العالم، وفي مواجهة التحديات، وضرورة التطور في تفعيل تكنولوجيا الذكاء



الاصطناعي، والتنافس مع الدول الأخرى. كما اهتمت التغطية باستخدامات الذكاء الاصطناعي في التصدي لفيروس كورونا، واستخدامات الدولة له على نطاق واسع.

وخلال الفترة (2021-2022) برز إطار "النظرة المستقبلية" لتطوير الذكاء الاصطناعي في المجالات المختلفة، مثل السينما، إلى جانب الانفتاح في مجالات التعاون مع الجهات الخارجية، بالإضافة إلى استشراف المستقبل، وأهمية إدراج التقنيات الحديثة في مختلف المجالات الخدمية والتنموية والاقتصادية، وتعزيز ريادة الدولة، وتحقيق أهداف مئوية الإمارات 2071 الرامية إلى مزيد من الاستخدام للذكاء الاصطناعي.

### جدول (2) يوضح موضوعات التغطية الصحفية التي تستخدمها عينة الدراسة

الموضوع	ثقافة وفنون		صحي		إعلام		تعليم وبحث علمي		تسليية		أخلاقيات		التطور التكنولوجي		سياسة وحكومة		تجارة واقتصاد	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاتحاد	6	2.2%	40	14.8%	9	3.3%	33	12.2%	5	1.8%	18	6.6%	51	18.9%	72	26.7%	35	13%
البيان	26	18%	13	9.02%			24	16.6%	2	1.3%	2	1.3%	26	18%	26	18%	25	17.3%
المجموع	32	8.5%	53	14.2%	9	2.4%	57	15.2%	7	1.87%	20	5.36%	77	20.6%	98	26.2%	60	16.08%

يتضح من الجدول السابق اهتمام التغطية الصحفية لمواقع الدراسة بالموضوعات المتعلقة بحكومة الإمارات، حيث تصدرت قائمة الموضوعات في مواقع الدراسة بنسبة 26.2%، ما يعكس اهتمام حكومة دولة الإمارات بالذكاء الاصطناعي، والاعتماد عليه في المجالات كافة، وبالتالي يعود ذلك إلى تبني القطاعات الحكومية كلها في الدولة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال المبادرات الحكومية المختلفة، وتشجيع الجمهور على استخدام الذكاء الاصطناعي. ويعكس تفوق موقع جريدة الاتحاد باعتبارها الجريدة الرسمية للدولة بنسبة 26.7% على موقع جريدة البيان بنسبة 18%، تأثير نمط الملكية على التغطية الإخبارية. ومن هذه النقطة يتضح أن التغطية الصحفية لموقع البيان لم تهتم بموضوع محدد، بل تنوعت التغطية بين المجالات المختلفة التي تتناولها، حيث تساوت نسبة تغطية كل من الموضوعات المتعلقة بالحكومة الإماراتية، والتطور التكنولوجي، والثقافة والفنون ب 18% من إجمالي التغطية لكل فئة. وبرز موقع جريدة الاتحاد في الاهتمام بالذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام على عكس جريدة البيان التي لم تتناول المجال الإعلامي، واكتفت بالحديث عن استخدامها لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المواد الصحفية. ويتضح من تناول الموضوعات اهتمام موقع جريدة البيان بالموضوعات الاقتصادية والتعليم والبحث العلمي بدرجة أكبر من الموقع الإلكتروني لجريدة الاتحاد، بينما اهتم موقع جريدة الاتحاد بالموضوعات الصحية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بنسبة 14.8% في مقابل 9.02% لموقع جريدة البيان.

وتوافقت نتائج الدراسة مع دراسة (Ching-Hua Chuan et al , 2019) في الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية والبحث العلمي في مواقع الصحف الإماراتية.

### جدول (3) يوضح نوع التغطية الصحفية التي تستخدمها عينة الدراسة

نوع التغطية	مختلط		محلي		دولي		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
الاتحاد	11	5.41%	149	3973.0%	45	121.0%	203
البيان			112	84.2%	21	15.8%	133
المجموع	11	3.2%	261	77.6%	64	19.04%	336

يتضح من الجدول السابق اهتمام التغطية الصحفية لموضوع الذكاء الاصطناعي بالموضوعات المحلية، وتبني الدولة للتكنولوجيا الناشئة في القطاعات كافة بنسبة 77.6%. وفي المقابل جاءت الموضوعات الدولية بنسبة 19.04%، واهتمت بتناول الصراع بين الولايات المتحدة والصين باعتبارهما القوى الأكثر قوة في مجال الذكاء الاصطناعي، سواء من حيث الابتكار، أو ضخ الاستثمارات في المجال. وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة في مختلف البلدان تمثل الذكاء الاصطناعي بطرق تعكس السياق الثقافي والمجتمعي والسياسي الذي يتم تضمينه فيه، ولا تهتم بالتجارب الدولية، ما يعكس ضرورة إجراء دراسات مقارنة بين أطر تغطية موضوعات الذكاء الاصطناعي بين الدول المختلفة.

### جدول (4) يوضح إطار مخاطر الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها عينة الدراسة

إطار المخاطر	فقد الوظيفة		التحيز		الخصوصية		سوء الاستخدام		السرعة الجامحة في التطور		المخاطر الغير متوقعة		أوجه القصور في الذكاء الاصطناعي		أخرى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الاتحاد	13	19.12%	8	11.76%	3	4.41%	3	4.41%	11	16.18%	17	25%	10	14.71%	3	4.41%	68	33.3%
البيان	21	15.4%	20	14.7%	24	17.6%	26	19.1%	12	8.8%	21	15.4%	4	2.9%	8	5.8%	136	66.6%
المجموع	34	16.6%	28	13.7%	27	13.2%	29	14.2%	23	11.2%	38	18.6%	14	6.8%	11	5.3%	204	100%

يتضح من الجدول السابق أن موقع صحيفة البيان اهتم بصورة أكبر بأطر تقديم مخاطر الذكاء الاصطناعي من موقع جريدة الاتحاد بنسبة 66.6% في مقابل 33.3%. ورغم تناول هذه المخاطر في المواقع الصحفية الإماراتية فإن الخطاب الصحفي لم يعرضها على نحو تحذيري لإخافة القراء، ولكن كان الإطار توعوياً ببعض الأمور المترتبة على الذكاء الاصطناعي، وضرورة مواكبة التطورات، سواء على جانب التعليم أو الحرص على تنمية قدرات الأفراد للتعامل مع الذكاء الاصطناعي.

وفي هذا الإطار، ركزت التغطية الصحفية لموقع صحيفة البيان على مخاطر استخدام الذكاء الاصطناعي، وأبرزت "سوء استخدام الذكاء الاصطناعي" بنسبة 19.1%. تلتها مشكلة اختراق الخصوصية نتيجة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بنسبة 17.6%، ثم فقد الوظائف نتيجة الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بنسبة 15.4%، ومخاطر التحيز بنسبة 14.7%. وجاءت معالجة أوجه القصور في الذكاء الاصطناعي في المركز الأخير بنسبة 2.9%، ما يعكس رؤية الموقع الإيجابية للذكاء الاصطناعي.

بينما ركزت التغطية الصحفية لموقع صحيفة الاتحاد الخاصة بمخاطر الذكاء الاصطناعي على المخاطر غير المتوقعة من استخدام الذكاء الاصطناعي في المرتبة الأولى بنسبة 25%. وجاءت أشكال المخاطر غير المتوقعة على المستوى الدولي خلال العلاقات بين الدول والتنافس في هذا المجال، وما قد يؤدي إليه هذا الصراع، أو أضرار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على الأطفال مستقبلاً. تلاها فُقد الأفراد وظائفهم في المرتبة الثانية بنسبة 19.12%، ثم تلتها السرعة الجامحة في تطور الذكاء الاصطناعي، وتأثيرها في ضرورة تطوير الأفراد والمؤسسات لقدراتهم بنسبة 16.8%. ثم فئة أوجه القصور في الذكاء الاصطناعي بنسبة 14.71%. وأخيراً تساوى كل من سوء الاستخدام واختراق الخصوصية بنسبة 4.41%، وجاءت فئة أخرى لتعبر عن حالات فردية، مثل: توقع الذكاء الاصطناعي إقدام فرد على الانتحار، واحتكار الصين والولايات المتحدة تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، ومخاطر ذلك على المستوى العالمي.

#### جدول (5) يوضح إطار فوائد الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها عينة الدراسة

الفوائد	الفوائد الاقتصادية		التنمية المجتمعية		التطور التكنولوجي		تحسين حياة الإنسان		أخرى		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الاتحاد	39	17.49%	34	15.25%	95	42.60%	54	24.22%	1	0.45%	223	63.1%
البيان	30	23.07%	32	24.6%	45	34.6%	23	17.6%	0	0%	130	36.8%
المجموع	69	19.5%	66	18.6%	140	39.6%	77	21.8%	1	0.2%	353	100%

يتضح من الجدول السابق أن مواقع الصحف الإماراتية محل الدراسة اهتمت بعرض فوائد التطور التكنولوجي فأتى في المرتبة الأولى لإطار الفوائد المتعلقة بتغطية الذكاء الاصطناعي بنسبة 39.6%، ثم جاءت فئة تحسين حياة الإنسان في المرتبة الثانية بنسبة 21.8%، تلتها الفوائد الاقتصادية للذكاء الاصطناعي بنسبة 19.5%، وأخيراً جاءت التنمية المجتمعية بنسبة 18.6%.

ويتضح من الجدول السابق أيضاً اهتمام موقع جريدة البيان بإطار الفوائد الاقتصادية للذكاء الاصطناعي بنسبة 23.07% مقارنة بنسبة 17.49% لموقع جريدة الاتحاد، وهو ما يعكس توجهات إمارة دبي التي تهتم كثيراً بالجانب الاقتصادي. وبرز اهتمام موقع جريدة البيان بإطار التنمية المجتمعية للذكاء الاصطناعي بنسبة 24.6% مقارنة بنسبة 15.25% لموقع جريدة الاتحاد.

أما موقع جريدة الاتحاد فقد أبرز إطار التطور التكنولوجي بنسبة 42.6% في مقابل 34.6% لموقع جريدة البيان. كما اهتم موقع جريدة الاتحاد بإطار تحسين حياة الإنسان بنسبة 24.22% في مقابل 17.6% لموقع جريدة البيان. وجاءت فئة أخرى لتخبر عن احتمالية خلق الذكاء الاصطناعي فرص عمل جديدة بدلاً من التهديد بفقد الوظائف.

وتوافقت النتيجة السابقة مع دراسة (Ching-Hua Chuan et al, 2019) التي أكدت تناول فوائد الذكاء الاصطناعي أكثر من مخاطره، ما يعكس توجه الصحف الإماراتية بشكل عام إلى دعم القرارات والمبادرات التي تقدمها قيادة الدولة وأسهمت مواقع الصحف كثيراً في إبراز الجانب الإيجابي لاستخدام الذكاء الاصطناعي، والدور المهم للتكنولوجيا في المجتمع. كما اهتمت بعرض كيفية استثمار أدوات الذكاء الاصطناعي وتطبيقها في شتى المجالات، واستغلال الموارد والإمكانات البشرية والمادية المتوافرة بطريقة خلاقة.

**جدول (6) يوضح إطار التأثير في الفرد والمجتمع التي تستخدمها عينة الدراسة**

إطار التأثير	على مستوى الفرد و المجتمع		على مستوى المجتمع		على مستوى الفرد		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
الاتحاد	54	26.60%	144	70.94%	5	2.46%	203
البيان	31	22.96%	94	69.62%	8	5.18%	133
المجموع	85	25.2%	238	70.8%	13	3.8%	336

يتضح من الجدول السابق سيطرة إطار التأثير في المجتمع على التغطية الصحفية للمواقع محل الدراسة بنسبة 70.8% في مقابل نسبة 3.8% للإطار الفردي، ما يجعل التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي تظهر في شكل إطار تعبوي يهدف إلى تشجيع الجمهور على تبني الذكاء الاصطناعي، ومحاولة التكيف المستمر مع التطورات التكنولوجية، خصوصاً اهتمام قطاعات الدولة كلها، وانفتاحها المستمر على استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، إلى جانب تحويل الذكاء الاصطناعي إلى مجال فخر بالنسبة إلى المجتمع والدولة، والتأكيد المستمر على تصدر دولة الإمارات العربية المتحدة دول المنطقة الأكثر نمواً وإفادة من أنظمة الذكاء الاصطناعي. و بالتالي فالخطاب مجتمعي هادف إلى ترسيخ الفكرة في ذهن المجتمع.

**جدول (7) يوضح إطار المصادر التي اعتمدت عليها المواقع عينة الدراسة**

المصادر	اقتصاديين		سياسيين / حكوميين		وسائل الإعلام		العلماء		الخبراء		المحرر		الأفراد العاديين		دراسات و بحوث	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاتحاد	2	0.94%	86	40.38%	18	8.45%	15	7.04%	53	24.88%	32	15.02%	2	0.94%	5	2.35%
البيان	31	24.2%	55	42.9%	15	11.7%	15	11.7%	27	21%						

يتضح من الجدول السابق أن هناك تفاوتاً كبيراً بين موقعي الدراسة في الاعتماد على المصادر، حيث تنوعت المصادر الصحفية التي يعتمد عليها موقع جريدة الاتحاد، فقد جاء الاعتماد على المصادر الرسمية التي تتمثل في القيادات السياسية والوزراء و مسؤولي الحكومة في المرتبة الأولى من مراتب المصادر الصحفية بنسبة 40.38% من إجمالي المصادر. ويعود ذلك إلى توجه القيادة السياسية للدولة نحو الذكاء الاصطناعي، وإصدار القرارات، وخلق المبادرات المستمرة في المجالات كافة، بالإضافة إلى الاهتمام الكبير من حكومة الدولة بتنمية الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، وخلق بيئة حكومية مستقبلية ملائمة لصناعات جديدة تعتمد على الذكاء الاصطناعي.

وفي المرتبة الثانية، اعتمد موقع جريدة الاتحاد على "الخبراء"، سواء في مجال الذكاء الاصطناعي، أو في المجالات الأخرى التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، وتسعى للإفادة من تقنياته. وجرى الاعتماد على الخبراء بنسبة 24.88% من جملة المصادر الصحفية.

و جاء الكُتَّاب والصحفيون في المرتبة الثالثة للمصادر الصحفية التي اعتمد عليها موقع جريدة الاتحاد بنسبة 15.02% في تقديم آرائهم خلال مواد الرأي والمقالات. ويعتمد موقع جريدة الاتحاد

على مقالات مترجمة تنشر بالاتفاق مع الصحف الأجنبية، ما أضاف بعداً دولياً إلى التغطية الصحفية لموضوعات الذكاء الاصطناعي.

وفي المرتبة الرابعة، اعتمد موقع جريدة الاتحاد على وسائل الإعلام بنسبة 8.45% خلال اقتباس بعض المعلومات والدراسات التي تنشرها هذه الوسائل الإعلامية الدولية والعربية في إطار التعرف على التجارب العالمية في التعامل مع الذكاء الاصطناعي.

وجاء العلماء في المرتبة الخامسة للمصادر الصحفية التي اعتمد عليها موقع جريدة الاتحاد بنسبة 7.04%، ويسري الاعتماد على العلماء كمصادر للمعلومات لإضفاء الثقة عند القارئ في المعلومات المطروحة عن الذكاء الاصطناعي.

ورغم تأكيد الموقع أهمية الذكاء الاصطناعي، وفوائده الاقتصادية الكبيرة، فإن اعتماد موقع جريدة الاتحاد على أن الاقتصاديين مصدر للمعلومات، جاء في المرتبة السادسة بنسبة 0.94%. ويعود ذلك إلى الاعتماد الكبير على المصادر الحكومية والسياسية في الحصول على المعلومات والتصريحات الرسمية.

والنسبة نفسها جاءت في اعتماد موقع جريدة الاتحاد على الأفراد العاديين مصدرًا للمعلومات خلال عرض أخبار عن نتائج استطلاعات رأي عن الذكاء الاصطناعي تتضمن آراء بعض المبحوثين التي أضافوها في هذه الاستطلاعات.

وعلى الجانب الآخر، لم تتنوع المصادر الصحفية في موقع جريدة البيان بشكل موقع جريدة الاتحاد. إذ اعتمد موقع جريدة البيان على المصادر الرسمية التي تتمثل في القيادات السياسية والوزراء ومسؤولي الحكومة في المرتبة الأولى من مراتب المصادر الصحفية بنسبة 42.9%.

وعلى عكس موقع جريدة الاتحاد، جاء الاقتصاديون في المرتبة الثانية؛ لاعتماد موقع جريدة البيان ف التغطية الصحفية للذكاء الاصطناعي بنسبة 24.2%. وفي المرتبة الثالثة، اعتمد موقع جريدة البيان على "الخبراء"، سواء في مجال الذكاء الاصطناعي أو في المجالات الأخرى التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، وتسعى للإفادة من تقنياته. وجاء الاعتماد على الخبراء بنسبة 21% من جملة المصادر الصحفية.

وأخيراً، جاء العلماء في المرتبة الأخيرة لاعتماد التغطية الصحفية لموقع جريدة البيان بنسبة 11.7%. ولم تظهر الفئات الأخرى ضمن المصادر الصحفية في موقع جريدة البيان.

#### جدول (8) يوضح اتجاه التغطية الصحفية التي اعتمدت عليها المواقع عينة الدراسة

اتجاه التغطية	إيجابي		سلبي		مختلط		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
الاتحاد	164	80.79%	9	4.43%	30	14.78%	203
البيان	59	44.3%			74	55.6%	133
المجموع	223	66.3%	9	2.6%	104	30.9%	336

يتضح من الجدول السابق اعتماد المواقع الصحفية لجريدتي الاتحاد والبيان على التغطية الإيجابية لموضوعات الذكاء الاصطناعي، حيث جاء الاتجاه الإيجابي في المرتبة الأولى بنسبة 66.3 %، تلاها الاتجاه المختلط " الذي يعرض الإيجابيات والسلبيات " في المرتبة الثانية بنسبة 30.9 %، ثم الاتجاه السلبي في عرض القضية بنسبة 2.6 % ليس غير.

ويتضح من الجدول أيضاً أن موقع جريدة الاتحاد يسيطر عليه التغطية الإيجابية بنسبة 80.79 %، ثم التغطية المختلطة بنسبة 14.78 %، بينما جاءت التغطية السلبية بنسبة 4.43 % وأغلبها عن مخاطر الذكاء الاصطناعي بشكل عام .

وعلى الجانب الآخر، لم يقدم موقع جريدة البيان أية تغطية سلبية بشكل كامل لموضوع الذكاء الاصطناعي، حيث غلبت التغطية المختلطة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بنسبة 55.6% في مقابل 44.3% للتغطية الإيجابية. وتعكس هذه النتيجة اتجاهات دولة الإمارات بشكل عام تجاه تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي التي أصبحت واقعاً فعلياً في الحياة اليومية بالنسبة إلى الأفراد. وبالتالي فالدور المنوط بالإعلام في الدولة هو نشر الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي، بما يتماشى مع استراتيجية الدولة الرامية إلى تحقيق أهداف مئوية الإمارات 2071، وتعجيل تنفيذ البرامج والمشاريع التنموية لبلوغ المستقبل، والاعتماد على الذكاء الاصطناعي في الخدمات وتحليل البيانات، بمعدل 100% بحلول عام 2031.

#### جدول (9) يوضح اتجاه نوع الإطار المستخدم في التغطية الصحفية التي اعتمدت عليها المواقع عينة الدراسة

إطار القضية	الإطار العام		الإطار الملموس أو المحدد		متنوع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الاتحاد	84	41.3%	106	52.2%	13	6.4%	203	60.4%
البيان	66	48.8%	63	46.6%	4	2.96%	133	39.5%
المجموع	150	44.6%	196	58.3%	17	5.05%	336	100%

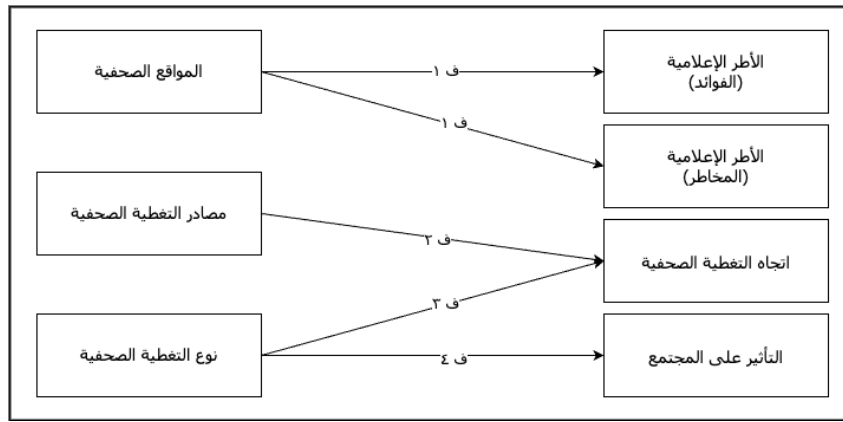
يتضح من الجدول السابق اعتماد المواقع عينة الدراسة على الإطار المحدد The Episodic Frame بنسبة 58.3 % حيث يتم عرض الموضوعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في وقائع محددة مثل استخدام الشرطة أو النيابة أو البلدية أو الجامعات للذكاء الاصطناعي. وجاء الاعتماد على الإطار العام The Thematic Frame في المرتبة الثانية بنسبة 44.6 %، ما يشير إلى أن تناول موضوع الذكاء الاصطناعي حدث في أطر محددة متنوعة تعكس توجهات قيادة الدولة واستراتيجيات الحكومة الإماراتية نحو إدماج الذكاء الاصطناعي في المجالات كلها داخل الدولة.

ويتضح من الجدول أن موقع جريدة الاتحاد اعتمد بشكل يفوق الإطار المحدد في عرض القضية في موقع صحيفة البيان خلال تقديم موضوعات محددة عن المؤسسات الحكومية، والجامعات الإماراتية، والمستشفيات، وشركات الاتصالات، وفي مجال الإعلام.

وعلى الجانب الآخر، اهتم موقع جريدة البيان بالإطار العام بشكل يفوق موقع جريدة الاتحاد في تناول قضية الذكاء الاصطناعي بنسبة 48.8% في مقابل 41.3%، حيث اعتمد موقع البيان على تناول موضوعات عامة حول الذكاء الاصطناعي تعكس توجه الدولة وسياساتها.

وتشير بعض الدراسات إلى أهمية سرد القصص في الإطار المحدد The Episodic Frame للنهوض بالمحادثات العامة حول القضايا الاجتماعية المهمة. ورغم ذلك، كلما كانت التغطية تعتمد على الإطار العام زادت احتمالية أن يرى المواطنون القضية على أنها مناسبة للعمل الجماعي (Diane Benjamin, 2017)<sup>25</sup>.

### اختبار الفرضيات



### شكل رقم (3) علاقة المتغيرات وبناء الفرضيات

تم بناء فرضيات الدراسة وفقاً للشكل رقم 3 لتوضيح العلاقة بين المتغيرات خلال الاعتماد على الأطر على أنها متغيرات تابعة تُقاس وفقاً للمتغيرات المستقلة.

- الفرضية الأولى: توجد علاقة دالة إحصائياً بين المواقع الصحفية عينة الدراسة والأطر الإعلامية المستخدمة (الفوائد و المخاطر) في المواد الصحفية المنشورة عبرها.

### الجدول رقم (10) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
توجد علاقة دالة إحصائياً بين المواقع الصحفية عينة الدراسة (اسم الصحيفة) والأطر الإعلامية المستخدمة في المواد الصحفية المنشورة عبرها	336	3.78	1.245	.141

الجدول رقم (11) One-Sample Test

توجد علاقة دالة إحصائية بين المواقع الصحفية عينة الدراسة والأطر الإعلامية المستخدمة في المواد الصحفية المنشورة عبرها	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					26.83	336

نجد من جدول الاختبار رقم (9) أعلاه أن متوسط تحليل موضوعات الدراسة فيما يتعلق بمحاور الفرضية الأولى بلغت (3.782) وهو أكبر من المتوسط المفترض. ومن الجدول رقم (10) نجد أن الانحراف المعياري بلغ 0.376 كما بلغت قيمة t: 26.835 عند احتمال الدلالة 0.000 أقل من مستوى دلالة 0.05 وعليه نقول إن الفرضية الأولى حول وجود علاقة دالة إحصائية بين المواقع الصحفية عينة الدراسة والأطر الإعلامية المستخدمة في المواد الصحفية المنشورة عبرها محققة. يشير ذلك إلى أن اختلاف السياسة التحريرية للجريدة يؤثر في أطر تقديم الموضوعات الصحفية المتعلقة بقضية الذكاء الاصطناعي.

- الفرضية الثانية : توجد علاقة دالة إحصائية بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي.

الجدول رقم (12) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
توجد علاقة دالة إحصائية بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي	336	3.56	1.305	.148

الجدول رقم (13) One-Sample Test

توجد علاقة دالة إحصائية بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					24.11	336



نجد من جدول الاختبار رقم (12) أعلاه أن متوسط تحليل موضوعات الدراسة فيما يتعلق بمحاور الفرضية الثانية بلغت (3.564)، وهو أكبر من المتوسط المفترض. ومن الجدول رقم (13) نجد أن الانحراف المعياري بلغ 1.305 وقد بلغت قيمة  $t$ : 24.116 عند احتمال الدلالة 0.000 أقل من مستوى دلالة 0.05 وعليه نقول إن الفرضية الثانية حول وجود علاقة دالة إحصائياً بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي محققة. وتشير هذه النتيجة إلى أن اعتماد المواقع محل الدراسة على المصادر الرسمية يؤدي إلى أن تكون التغطية إيجابية، وكلما كان هناك اعتماد على المصادر الصحفية كانت التغطية تميل إلى الاتجاه السلبي والمختلط بين السلبية والإيجابية.

• الفرضية الثالثة : توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي - دولي - مختلط) واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (14) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي	336	3.77	1.194	.135

جدول رقم (15) One-Sample Test

توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
	27.87	336	.000	3.769	3.50	4.04

نجد من الجدول رقم (9) أن قيمة متوسط تحليل موضوعات الدراسة فيما يتعلق بمحاور الفرضية الثالثة بلغت (3.77)، وهو أصغر من المتوسط المفترض. ومن خلال الجدول رقم (10) نجد أن الانحراف المعياري بلغ (1.194) وقد بلغت قيمة  $t$  (27.871) عند احتمال الدلالة 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 وعليه نقول إن الفرضية الثالثة حول وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي محققة. وتشير هذه النتيجة إلى أن اعتماد المواقع محل الدراسة على الموضوعات المحلية يؤدي إلى أن تكون التغطية إيجابية.

- الفرضية الرابعة: توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي – دولي – مختلط) وإطار التأثير في المجتمع .

الجدول رقم (16) One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة وإطار التأثير على المجتمع	385	3.78	1.245	.141

الجدول رقم (17) One-Sample Test

توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة وإطار التأثير على المجتمع	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
	26.83	385	.000	3.782	3.50	4.06

نجد من جدول الاختبار رقم (16) أعلاه أن متوسط تحليل موضوعات الدراسة فيما يتعلق بمحاور الفرضية الرابعة بلغت (3.782)، وهو أكبر من المتوسط المفترض. ومن الجدول رقم (17) نجد أن الانحراف المعياري بلغ 0.376 وقد بلغت قيمة t: 26.835 عند احتمال الدلالة 0.000 أقل من مستوى دلالة 0.05 وعليه نقول إن الفرضية الرابعة حول وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي – دولي – مختلط) وإطار التأثير في المجتمع محققة. وتشير هذه النتيجة إلى أن اعتماد المواقع محل الدراسة على الموضوعات المحلية يؤدي إلى أن يكون إطار التأثير في المستوى المجتمعي.

## خاتمة الدراسة

- خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة، هي:
- بدأت التغطية الصحفية للذكاء الاصطناعي مبكراً في مواقع الصحف الإماراتية، و كانت السنوات الأولى منصرفاً إلى الحديث عن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي ومستقبل هذه التكنولوجيا. ومع التقدم التكنولوجي للذكاء الاصطناعي وبداية اهتمام دولة الامارات بتبنيه، تحول الخطاب الصحفي للمواقع محل الدراسة إلى التوعية بأهمية الذكاء الاصطناعي. ثم تحول الخطاب بعد ذلك إلى الدعم وتشجيع المجتمع على استخدام هذه التقنيات، ومساندة استراتيجيات الدولة بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر حتى يصل إلى 100 % خلال عام 2031. وقد تدرجت الأطر بالترتيب على النحو التالي: إطار " النمو" في الموضوعات الصحفية خلال عام 2018 ، ثم " الأسبقية والريادة" في التغطية الصحفية خلال عام 2019، وبروز إطار "التطوير والمنافسة" خلال عام 2020، وأخيراً بروز إطار "النظرة المستقبلية" خلال الفترة (2021-2022).
  - اعتمدت التغطية الصحفية للمواقع محل الدراسة على الاخبار بشكل أساسي بنسبة 75.5 % . ويعود ذلك إلى أن قضية الذكاء الاصطناعي من الموضوعات التي شهدت تطورات سريعة ومتلاحقة وبالتالي كان من المنطقي اعتماد مواقع الدراسة على الأخبار "البسيطة والمركبة" في التغطية الصحفية. وتوافقت هذه النتيجة مع دراسة (تسنيم رياض ، 2023) في سيطرة الأخبار على التغطية الإخبارية للموضوعات التي تشهد تطورات سريعة.
  - ركزت التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي على الموضوعات المحلية داخل الدولة بنسبة 77.6 % . وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة ( uerdem, Ahmet & Akkiliç , 2021 Serhat ) التي أشارت إلى أن وسائل الإعلام في مختلف البلدان تمثل الذكاء الاصطناعي بطرق تعكس السياق الثقافي والمجتمعي والسياسي الذي يتم تضمينه فيه، ولا تهتم بالتجارب الدولية .
  - كانت أهم الموضوعات التي تناولت الذكاء الاصطناعي على الترتيب، هي: اعتماد المؤسسات الحكومية على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. تلاها أخبار التطورات التكنولوجية في مجال الذكاء الاصطناعي. وفي المرتبة الثالثة جاءت الأخبار المتعلقة بتأثير الذكاء الاصطناعي في الاقتصاد والاستثمار داخل الدولة. تلتها الموضوعات المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التعليم والبحث العلمي. ثم الموضوعات المتعلقة باستخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال الصحة. وتأثرت حتماً بفترة انتشار جائحة كورونا واستغلال دولة الامارات للتكنولوجيا في مواجهة الجائحة.
  - ركزت الموضوعات على التغطية الإيجابية للذكاء الاصطناعي، حيث بلغت نسبة الموضوعات الإيجابية بنسبة 66.3 % في المرتبة الاولى، تلاها الاتجاه المختلط " الذي يعرض الإيجابيات والسلبيات" في المرتبة الثانية بنسبة 30.9 % ، ثم الاتجاه السلبي لعرض القضية بنسبة 2.6 % ليس غير، ما يبرز إطار التشجيع والدعم لتطبيق الذكاء الاصطناعي واستخدامه في المجالات المختلفة داخل دولة الامارات. وفي هذا السياق، ركز إطار الفوائد على إبراز أهمية التطور التكنولوجي في المقام الأول، ثم دور الذكاء الاصطناعي في تحسين حياة الأفراد، ثم التنمية

- المجتمعية في المجالات كلها، وأخيراً الفائدة الاقتصادية، ما يشير إلى تركيز التغطية الصحفية على مخاطبة المجتمع وتشجيع الأفراد على تقبل الذكاء الاصطناعي واستخدامه.
- أبرزت النتائج اعتماد الصحف على المصادر الرسمية للقيادة السياسية والوزراء ومسؤولي الحكومة كأبرز المصادر، ما يشير إلى تبني قيادة الدولة تشجيع المجتمع على استخدام التكنولوجيا الجديدة. تلاها الاعتماد على الخبراء والعلماء. وأوضحت الدراسة تفاوت المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة.
- اعتماد المواقع عينة الدراسة على الإطار المحدد The Episodic Frame بنسبة 58.3 % حيث تم عرض الموضوعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في وقائع محددة، مثل استخدام الشرطة أو النيابة أو البلدية أو الجامعات للذكاء الاصطناعي، وجاء الاعتماد على الإطار العام The Thematic Frame في المرتبة الثانية بنسبة 44.6 %.
- سيطرة إطار التأثير في المجتمع على التغطية الصحفية للمواقع محل الدراسة على بنسبة 70.8 % في مقابل نسبة 3.8 % للإطار الفردي، ما يجعل التغطية الصحفية لقضية الذكاء الاصطناعي تظهر في شكل إطار تعبوي يهدف إلى تشجيع الجمهور على تبني الذكاء الاصطناعي، ومحاولة التكيف المستمر مع التطورات التكنولوجية.
- وأوضحت الدراسة صحة الفرضيات التالية :
  - الفرضية الأولى : توجد علاقة دالة إحصائياً بين المواقع الصحفية عينة الدراسة والأطر الإعلامية المستخدمة (الفوائد والمخاطر) في المواد الصحفية المنشورة عبرها.
  - الفرضية الثانية : توجد علاقة دالة إحصائياً بين مصادر التغطية الصحفية للمواقع عينة الدراسة واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي.
  - الفرضية الثالثة : توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي - دولي - مختلط) واتجاه التغطية الصحفية لقضايا الذكاء الاصطناعي.
  - الفرضية الرابعة : توجد علاقة دالة إحصائياً بين نوع التغطية الصحفية عينة الدراسة (محلي - دولي - مختلط) وإطار التأثير في المجتمع .

#### توصيات الدراسة

- إجراء دراسات للمقارنة بين أطر تناول موضوعات الذكاء الاصطناعي في الدول المختلفة لتوضيح تأثير السياق في التغطية الصحفية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.
- ضرورة اعتماد المواقع الصحفية عينة الدراسة على الأشكال الصحفية الاستقصائية، وزيادة المواد التفسيرية لإثراء التغطية الخاصة بالذكاء الاصطناعي.
- ضرورة اعتماد المواقع الصحفية على الروابط التشعبية بين المقالات لتمكين القارئ من الحصول على خلفيات معرفية متعددة، حيث لاحظ الباحثان غياب الاعتماد على الروابط إلا في حالات قليلة. وتفيد هذه الروابط ضمن إطار الاعتماد على الإطار المحدد في معرفة تسلسل الاعتماد على الذكاء الاصطناعي وتطوره في المؤسسات المختلفة، نظراً للتطورات المستمرة في مجال الذكاء الاصطناعي.

## المراجع:

- 1- تسنيم رياض إبراهيم. (2023) ، أطر المعالجة الصحفية لقضايا تطور التعليم قبل الجامعي و علاقتها باتجاهات طلاب الثانوية العامة و المعلمين نحوها ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام – رسالة دكتوراه غير منشورة).
- 2 -Suerdem, Ahmet & Akkiliç, Serhat. (2021). Cultural Differences in Media Framing of AI. 10.1007/978-981-16-5379-7\_10.
- 3 - Warttainen, M. (2020). Media frames of artificial intelligence : A comparative study between USA and China (Dissertation). Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-413171>
- 4- Ding, Huiling. Kong, Yeqing. (2019). Constructing Artificial Intelligence in the U.S. and China: A Cross-Cultural, Corpus-Assisted Study. China Media Research (Vol. 15, Issue 1). Edmondson Intercultural Enterprises.
- 5 - Nguyen, D., Hekman, E. (2022). The news framing of artificial intelligence: a critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI & Soc* . <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>
- 6 -Maxime Crépel, Dominique Cardon. (2021). Criticism and Prophecy in media coverage of AI Controversies. *Society for Social Studies of Science - 4S annual meeting*, Oct 2021, Toronto, Canada. ([hal-03384124](https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03384124))
- 7 - Mathias-Felipe, and Wilson Ceron. 2022. Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. *Journalism and Media* 3: 13–26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
- 8 - Ching-Hua Chuan<sup>1</sup>, Wan-Hsiu Sunny Tsai, and Su Yeon Cho. (2019). Framing Artificial Intelligence in American Newspapers. In Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society (AIES '19). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 339–344. <https://doi.org/10.1145/3306618.3314285>
- 9 - Yu K, Kohane IS. (2019) Framing the challenges of artificial intelligence in medicine *BMJ Quality & Safety* 2019; **28**:238-241.
- 10 - Matthew Gentzkow, “Media and Artificial Intelligence”, TNIT working paper, 2018.retrieved online at: <https://www.tse-fr.eu/publications/media-and-artificial-intelligence>
- 11 - Bellman, Richard Ernest 1978, An introduction to artificial intelligence: can computers think?, Boyd & Fraser Pub. Co, San Francisco.
- 12 - Warttainen, M. (2020). Media frames of artificial intelligence : A comparative study between USA and China (Dissertation). Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-413171>
- 13 - Andreu-Perez, Javier & Deligianni, Fani & Ravi, Daniele & Yang, Guang-Zhong. (2017). Artificial Intelligence and Robotics. “accessed January 9, 2023”. <https://bit.ly/2SW2yEJ> .
- 14 - Marvin Minsky,(2010) “The machine of emotions: Common Sense, artificial intelligence and the future of the human mind (Barcelona: Random House Mondadori) in I. Salazar, (2018) “Robots and Artificial Intelligence. New challenges of journalism,” *Doxa Comunicación*, 27.

15- جريدة البيان . (2023) . إيلون ماسك يؤسس شركة «إكس. إيه آي» المتخصصة في الذكاء الاصطناعي ، متاح على الانترنت بتاريخ 2023/4/15 على :  
<https://www.albayan.ae/economy/global/2023-04-15-1.4648292>

16- إدارة الدراسات و السياسات الاقتصادية.(2019) ،الذكاء الاصطناعي في دولة الامارات العربية المتحدة - متاح على الانترنت على :-  
<https://u.ae/-/media/About-UAE/Strategies/AI-Report-2018.ashx>

17 - Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of communication.

18 --Nisbet, Matthew C., (2008). Framing Science: A New Paradigm in Public Engagement. School of Communication, American University, Washington DC. Nisbet, Matthew C., (2008). Framing Science: A New Paradigm in Public Engagement. School of Communication, American University, Washington DC.

19 - Jörg Matthes,(2009 ) What's in a Frame? A Content Analysis of Media Framing Studies in the World's Leading Communication Journals, 1990-2005- Article in Journalism & Mass Communication Quarterly .

20 - Paschal Proston (2008). “Making the News: Journalism and News Cultures in Europe”. (New York: Routledge).

21 - Springer, Sheila & Harwood, Jake. (2014). The Influence of Episodic and Thematic Frames on Policy and Group Attitudes: Mediation Analysis. Human Communication Research. 41. 10.1111/hcre.12045.

22- خالد صلاح الدين حسن على.(2020) الإعلام و اللغة الإخبارية: فى إطار نظرية الأطر الإخبارية ، ( مجلة البحوث الإعلامية – كلية الإعلام جامعة الأزهر ، العدد 55 ، ج 1 ) .

23- محمد عبد الحميد.(2000)، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، ( القاهرة : عالم الكتب، ط2 ) ، ص 35.  
24- المحكمون هم :

- ا.د / هشام عطية . عميد كلية الاعلام بجامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا
- د . عصام الدين فرج . مدرس بقسم الصحافة بجامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا
- د. لمياء سامح . مدرس بقسم الصحافة بجامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا
- د. باكينام حسن. مدرس بقسم الصحافة بجامعة مصر للعلوم و التكنولوجيا

25 - Diane Benjamin.(2017). Episodic vs. Thematic Stories, A Frame Works Institute FrameByte, available online at:  
<https://www.frameworksinstitute.org/article/episodic-vs-thematic-stories/> accessed at:22/2/2023