المملكة الأردنية الهاشمية
مؤتمر عمان للتمكين والتنمية المستدامة
"بناء القدرات وتعزيز الشراكات المجتمعية وصناعة الأثر"
19-20 ديسمبر 2025 | فندق هيلتون عمّان

الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي: نحو مستقبل الإعلام الجديد

ورقة عمل مقدمة لمؤتمر عمّان للتمكين والتنمية المستدامة

أ.د. سمير بن علي البهكلي

شركة المعهد الإداري العالي للتدريب

أستاذ دكتور / الرئيس التنفيذي

ديسمبر 2025

فهرس المحتويات

الملخص 3
الكلمات المفتاحية 3
المقدمة ..... Error! Bookmark not defined.
الإطار النظري 5
التحليل والنتائج 6
التوصيات 14
الخاتمة 15
المراجع والمصادر 16

الملخص

الإعلام الجديد يتطلب دراية إعلامية واعية لفهم الرسائل وتقييم مصادرها، فيما أصبح الذكاء الاصطناعي أداة محورية في إنتاج وتوزيع المحتوى. الهدف الرئيس هو تمكين الجمهور من التمييز بين المعلومة الصحيحة والمضللة، مع مناقشة دور الخوارزميات في تشكيل الرأي العام وتوجيه الاهتمامات. كما يتناول الموضوع أهمية الشفافية والمساءلة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث يفتح المستقبل المجال لإعلام أكثر تفاعلية وشخصية لكنه يحتاج إلى ضوابط أخلاقية واضحة. النتيجة العامة أن الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يصنع إعلامًا واعيًا ومسؤولًا قادرًا على خدمة المجتمع بفعالية.

الكلمات المفتاحية

الدراية الإعلامية ، الذكاء الاصطناعي ، الإعلام الجديد ، الشفافية والمساءلة ، الخوارزميات ، التفاعل الرقمي ، التضليل الإعلامي ، المستقبل الإعلامي ، الأخلاقيات الإعلامية

المقدمة

يشهد الإعلام العالمي تحولات غير مسبوقة بفعل الثورة الرقمية وصعود تقنيات الذكاء الاصطناعي. هذه التحولات تفرض على الأفراد والمؤسسات تطوير **دراية إعلامية** تمكّنهم من التعامل النقدي مع المحتوى، وفهم تأثيراته الاجتماعية والسياسية، والتمييز بين المعلومة الصحيحة والمضللة.

مشكلة البحث

كيف يمكن الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي لضمان مستقبل إعلامي مسؤول وشفاف يخدم المجتمع ويعزز الثقة؟

الهدف الرئيس

توضيح العلاقة التكاملية بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي، وبيان أثرها في تشكيل مستقبل الإعلام الجديد، مع التركيز على التحديات الأخلاقية والفرص التفاعلية.

منهجية البحث

- **المنهج الوصفي التحليلي** :دراسة الأدبيات الحديثة حول الإعلام والذكاء الاصطناعي.
- **المقارنة النظرية** :تحليل نماذج إعلامية تقليدية مقابل الإعلام المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
- **الاستشراف المستقبلي** :استنتاج السيناريوهات المحتملة للإعلام الجديد خلال العقد القادم.

النقاط الرئيسة

1. **الدراية الإعلامية** :أداة أساسية لتمكين الجمهور من التفكير النقدي وفهم الرسائل الإعلامية.
2. **الذكاء الاصطناعي** :خوارزميات قادرة على إنتاج وتوزيع محتوى مخصص، لكنها تحمل مخاطر الانحياز والتضليل.
3. **التحديات الأخلاقية** :ضرورة وضع ضوابط قانونية وأخلاقية لضمان الشفافية والمساءلة.
4. **المستقبل التفاعلي** :الإعلام الجديد يتجه نحو محتوى شخصي وتفاعلي، مما يعزز المشاركة لكنه يتطلب وعيًا نقديًا.

النتائج

- الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يفتح المجال لإعلام أكثر وعيًا ومسؤولية.
- الحاجة ملحّة إلى تشريعات واضحة تحكم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- تعزيز الثقافة الإعلامية لدى الجمهور هو خط الدفاع الأول ضد التضليل.

الإطار النظري

محاور البحث

1. الدراية الإعلامية (Media Literacy)

شرح: يقصد بها قدرة الأفراد على تحليل الرسائل الإعلامية وفهم أهدافها، والتمييز بين المعلومة الصحيحة والمضللة. هذا المحور يوضح كيف تصبح الدراية الإعلامية خط الدفاع الأول ضد التضليل والأخبار الزائفة.

2. الذكاء الاصطناعي في الإعلام

شرح: يتناول دور الخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، مثل تخصيص الأخبار للجمهور أو استخدام الروبوتات الصحفية. يناقش أيضًا الفرص والمخاطر المرتبطة بهذه التقنيات.

3. التحديات الأخلاقية والقانونية

شرح: يركز على قضايا الشفافية، المساءلة، وحماية الخصوصية في استخدام الذكاء الاصطناعي داخل الإعلام. يطرح أسئلة حول كيفية وضع ضوابط أخلاقية وتشريعات تحد من الانحياز والتلاعب بالمعلومات.

4. تأثير الإعلام الجديد على الرأي العام

شرح: يوضح كيف تسهم الخوارزميات في تشكيل اهتمامات الجمهور وتوجيه النقاشات العامة، وما يترتب على ذلك من آثار اجتماعية وسياسية.

5. المستقبل التفاعلي للإعلام

شرح: يناقش الاتجاه نحو إعلام شخصي وتفاعلي، حيث يصبح الجمهور مشاركًا في صناعة المحتوى، مع إبراز الفرص التي يتيحها هذا التحول لتعزيز المشاركة المجتمعية.

6. التكامل بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي

شرح: يوضح كيف يمكن الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي لصناعة إعلام مسؤول وواعي، قادر على خدمة المجتمع بفعالية.

7. النتائج والتوصيات

شرح: يقدم خلاصة البحث ويقترح توصيات عملية مثل تعزيز برامج التدريب الإعلامي، تطوير سياسات تنظيمية، ودعم مبادرات التثقيف الإعلامي.

التحليل والنتائج

1. الدراية الإعلامية (Media Literacy)

التحليل:

الدراية الإعلامية تمثل قدرة الجمهور على قراءة الرسائل الإعلامية بوعي نقدي، وفهم السياق الذي تُنتج فيه، والتمييز بين المعلومة الصحيحة والمضللة. في عصر الإعلام الجديد، حيث تتدفق المعلومات بسرعة عبر المنصات الرقمية، تصبح هذه المهارة ضرورة وليست خيارًا. و يمكن أن ننظر لها من النقاط التالية:

- **البعد التربوي** :الدراية الإعلامية ليست فقط مهارة فردية، بل هي جزء من التربية الحديثة التي يجب أن تُدمج في المناهج التعليمية.
- **التأثير الاجتماعي** :غياب الدراية الإعلامية يؤدي إلى انتشار الشائعات، وزيادة الاستقطاب المجتمعي، وضعف الثقة في المؤسسات.
- **التقاطع مع التكنولوجيا** :مع الذكاء الاصطناعي، تصبح القدرة على فهم كيف تعمل الخوارزميات جزءًا من الدراية الإعلامية نفسها.
- **المسؤولية الفردية والجماعية** :الدراية الإعلامية لا تقتصر على المتلقي، بل تشمل المؤسسات الإعلامية التي يجب أن تلتزم بالشفافية.

النتائج:

1. **تعزيز الدراية الإعلامية يقلل من انتشار الأخبار الزائفة**
   - عندما يمتلك الجمهور القدرة على التحقق من المصادر وتحليل الرسائل الإعلامية، يصبح أقل عرضة لتصديق الأخبار الكاذبة أو مشاركتها.
   - هذا يسهم في تقليل سرعة انتشار التضليل عبر المنصات الرقمية، ويحد من تأثير الحملات الإعلامية الموجهة.
2. **تمكين الجمهور من المشاركة الواعية في النقاشات العامة**
   - الدراية الإعلامية تمنح الأفراد أدوات لفهم السياق السياسي والاجتماعي للمحتوى، مما يجعل مشاركتهم في النقاشات أكثر موضوعية.
   - هذا يؤدي إلى حوار عام أكثر نضجًا، ويقلل من الانفعالية أو الاستقطاب الناتج عن المعلومات المضللة.
3. **بناء ثقة أكبر بين المؤسسات الإعلامية والجمهور**
   - عندما يدرك الجمهور أن المؤسسات الإعلامية تلتزم بالشفافية وتقدم محتوى يمكن التحقق منه، تتعزز الثقة المتبادلة.

- هذه الثقة ضرورية لاستقرار المجتمع، لأنها تجعل الإعلام مصدرًا موثوقًا للمعلومة بدلًا من أن يكون محل شك دائم.

4. **تعزيز التفكير النقدي لدى الجمهور**
   - الدراية الإعلامية لا تقتصر على فهم الرسائل، بل تدفع الأفراد إلى طرح أسئلة نقدية حول أهداف المحتوى ومصداقيته.
   - هذا التفكير النقدي يرفع مستوى الوعي المجتمعي ويجعل القرارات أكثر عقلانية.
5. **تحسين جودة الحوار العام**
   - بفضل الدراية الإعلامية، يصبح النقاش العام مبنيًا على معلومات دقيقة بدلًا من الشائعات.
   - هذا يحسّن من جودة القرارات السياسية والاجتماعية التي تُتخذ على مستوى المجتمع.
6. **دعم الديمقراطية والمشاركة المجتمعية**
   - الإعلام الواعي يعزز قدرة المواطنين على اتخاذ قرارات مستنيرة في القضايا العامة.
   - بذلك تصبح الديمقراطية أكثر فاعلية، لأن المشاركة تعتمد على معرفة دقيقة وليست على تضليل أو عاطفة.
7. **مقاومة الاستقطاب المجتمعي**
   - الدراية الإعلامية تساعد على كشف الانحيازات في المحتوى، مما يقلل من تأثير "فقاعات المعلومات "التي تعزل الجماعات عن بعضها.
   - هذا يسهم في بناء مجتمع أكثر تماسكًا ويحد من الانقسامات الفكرية والسياسية

2. الذكاء الاصطناعي في الإعلام

التحليل:

الذكاء الاصطناعي أصبح أداة مركزية في الإعلام، من خلال الخوارزميات التي تحدد ما يظهر للمستخدمين، والروبوتات الصحفية التي تنتج الأخبار، وتقنيات تحليل البيانات التي تتنبأ بالاتجاهات. لكنه يحمل مخاطر مثل الانحياز الخوارزمي أو التضليل المتعمد.

النتائج:

1. **تحسين سرعة ودقة إنتاج الأخبار**
   - تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات الصحفية (Automated Journalism) قادرة على إنتاج الأخبار العاجلة خلال ثوانٍ، خاصة في المجالات التي تعتمد على البيانات مثل الرياضة أو الاقتصاد.
   - هذا يرفع من كفاءة المؤسسات الإعلامية ويقلل من الأخطاء البشرية، لكنه يتطلب مراجعة تحريرية لضمان الجودة والمصداقية.
   - النتيجة أن الإعلام يصبح أكثر قدرة على مواكبة الأحداث المتسارعة، مع الحفاظ على مستوى مقبول من الدقة.
2. **تخصيص المحتوى بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور**
   - الخوارزميات تحلل سلوك المستخدمين وتفضيلاتهم لتقديم محتوى شخصي، مما يزيد من التفاعل والرضا.
   - هذا التخصيص يعزز تجربة المستخدم لكنه قد يؤدي إلى تكوين "فقاعات معلوماتية "حيث يتعرض الفرد فقط للمحتوى الذي يتفق مع ميوله، مما يحد من التنوع المعرفي.
   - النتيجة أن الإعلام يصبح أكثر قربًا من الجمهور، لكنه يحتاج إلى توازن بين التخصيص والتنوع.
3. **الحاجة إلى مراقبة مستمرة لتقليل الانحياز وضمان الشفافية**
   - الخوارزميات ليست محايدة؛ فهي تعكس البيانات التي تُغذى بها، وقد تؤدي إلى انحيازات في عرض الأخبار أو ترتيبها.

- غياب الشفافية في كيفية عمل هذه الخوارزميات يثير مخاوف حول العدالة والمساءلة.
- النتيجة أن المؤسسات الإعلامية مطالبة بإنشاء آليات رقابية مستقلة، ونشر تقارير دورية توضح كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى.

4. **تعزيز القدرة على التنبؤ بالاتجاهات الإعلامية**
   - عبر تحليل البيانات الضخمة، يمكن للذكاء الاصطناعي التنبؤ بالموضوعات التي ستصبح رائجة، مما يساعد المؤسسات الإعلامية على التخطيط المسبق.
   - هذا يعزز القدرة التنافسية لكنه قد يؤدي إلى التركيز على "الموضوعات الرائجة "على حساب القضايا الجوهرية.
5. **إعادة تشكيل دور الصحفي البشري**
   - مع دخول الذكاء الاصطناعي، يتحول دور الصحفي من منتج مباشر للأخبار إلى محرر ومراقب لجودة المحتوى الآلي.
   - النتيجة أن الصحافة تصبح أكثر تكاملًا بين الإنسان والآلة، حيث يتولى الذكاء الاصطناعي المهام الروتينية بينما يركز الصحفي على التحليل العميق.

3. التحديات الأخلاقية والقانونية

التحليل:

استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام يثير قضايا أخلاقية مثل حماية الخصوصية، الشفافية في عمل الخوارزميات، والمساءلة عند حدوث تضليل. كما يطرح أسئلة قانونية حول المسؤولية عند نشر محتوى خاطئ أو منحاز.

النتائج:

1. **ضرورة وضع تشريعات واضحة تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام**
   - غياب التشريعات يجعل المؤسسات الإعلامية تعمل وفق مصالحها الخاصة دون ضوابط، مما يفتح المجال للتلاعب بالمعلومات.
   - وجود قوانين واضحة يحدد المسؤوليات القانونية عند نشر محتوى خاطئ أو منحاز، ويضمن حماية الجمهور من التضليل.
   - التشريعات يجب أن تشمل معايير للشفافية في عمل الخوارزميات، وتوضيح كيفية اختيار وترتيب الأخبار.
2. **تعزيز الضوابط الأخلاقية لضمان احترام حقوق الأفراد**
   - الذكاء الاصطناعي قد ينتهك الخصوصية عبر جمع وتحليل بيانات المستخدمين دون إذن صريح.
   - الضوابط الأخلاقية تفرض على المؤسسات الإعلامية الالتزام بمبادئ العدالة، المساواة، وعدم التمييز في تقديم المحتوى.
   - النتيجة أن الإعلام يصبح أكثر إنسانية، يحترم القيم المجتمعية ويوازن بين حرية التعبير وحماية الحقوق الفردية.
3. **بناء آليات مساءلة لمواجهة التضليل الإعلامي**
   - التضليل الإعلامي المدعوم بالذكاء الاصطناعي قد يكون أكثر خطورة لأنه يعتمد على تقنيات متقدمة مثل التزييف العميق.(Deepfake)
   - آليات المساءلة تشمل إنشاء هيئات رقابية مستقلة، وإلزام المؤسسات الإعلامية بنشر تقارير دورية عن استخدام الذكاء الاصطناعي.
   - هذه الآليات تضمن أن أي محتوى مضلل يمكن تتبعه ومحاسبة الجهة المسؤولة عنه، مما يعزز الثقة بين الجمهور والإعلام.
4. **تحديد المسؤولية القانونية في حالات الخطأ أو الانحياز**
   - من التحديات الكبرى تحديد من يتحمل المسؤولية: المؤسسة الإعلامية، مطوّر الخوارزمية، أم الصحفي الذي يستخدمها؟

- النتيجة أن هناك حاجة إلى إطار قانوني يوضح المسؤولية المشتركة ويمنع التهرب من المحاسبة.

5. **موازنة حرية التعبير مع حماية المجتمع**
   - التشريعات يجب أن تراعي عدم تقييد حرية التعبير، لكنها في الوقت نفسه تمنع استخدام الذكاء الاصطناعي لنشر خطاب الكراهية أو التضليل.
   - النتيجة أن الإعلام يظل مساحة للتعبير الحر، لكن ضمن حدود تحمي المجتمع من الأضرار.

4. تأثير الإعلام الجديد على الرأي العام

التحليل:

الخوارزميات تحدد ما يراه الجمهور، مما يؤثر بشكل مباشر على تشكيل الرأي العام. هذا التأثير قد يكون إيجابيًا عبر تعزيز المشاركة، أو سلبيًا عبر خلق فقاعات معلوماتية وانحيازات معرفية.

النتائج:

1. **الإعلام الجديد قادر على توجيه النقاشات العامة بشكل غير مسبوق**
   - الخوارزميات تحدد أولويات المحتوى الذي يظهر للجمهور، مما يجعلها قادرة على دفع قضايا معينة إلى واجهة النقاش العام.
   - هذا التأثير قد يكون إيجابيًا عندما يُستخدم لتسليط الضوء على قضايا مجتمعية مهمة (مثل الصحة أو البيئة)، لكنه قد يكون سلبيًا إذا استُخدم للتلاعب بالرأي العام أو خدمة أجندات سياسية واقتصادية.
   - النتيجة أن الإعلام الجديد أصبح لاعبًا رئيسيًا في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وليس مجرد ناقل للمعلومة.
2. **خطر تكوين مجتمعات مغلقة معرفيًا بسبب تخصيص المحتوى**
   - تخصيص المحتوى عبر الخوارزميات يؤدي إلى ما يُعرف بـ "فقاعات المعلومات(Information Bubbles) "، حيث يتعرض الفرد فقط للمحتوى الذي يتوافق مع ميوله السابقة.
   - هذا يعزز الانحياز المعرفي ويضعف التنوع الفكري، مما يؤدي إلى مجتمعات منقسمة معرفيًا وسياسيًا.
   - النتيجة أن الإعلام الجديد قد يساهم في زيادة الاستقطاب المجتمعي إذا لم تُعالج هذه الظاهرة بآليات تضمن تنوع المحتوى.
3. **الحاجة إلى وعي نقدي لتجنب الانجرار وراء التضليل**
   - مع سرعة انتشار الأخبار عبر المنصات الرقمية، يصبح الجمهور أكثر عرضة للتضليل الإعلامي، خاصة عبر الأخبار الزائفة أو المحتوى الموجه.
   - الوعي النقدي يساعد الأفراد على التحقق من المصادر، وفهم السياق، وعدم الانجرار وراء العناوين المثيرة أو المعلومات غير الدقيقة.
   - النتيجة أن تعزيز الدراية الإعلامية لدى الجمهور هو شرط أساسي لحماية الرأي العام من التلاعب.
4. **إعادة تعريف مفهوم السلطة الإعلامية**
   - لم تعد السلطة الإعلامية مقتصرة على المؤسسات التقليدية، بل أصبحت موزعة بين منصات رقمية وخوارزميات تتحكم في تدفق المعلومات.
   - هذا التحول يعيد تشكيل العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث يصبح الجمهور أكثر اعتمادًا على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومة.
   - النتيجة أن السلطة الإعلامية أصبحت أكثر تعقيدًا، وتحتاج إلى ضوابط جديدة لضمان التوازن بين حرية التعبير وحماية المجتمع.
5. **تأثير مباشر على المشاركة السياسية والاجتماعية**
   - الإعلام الجديد قادر على تحفيز المشاركة السياسية عبر الحملات الرقمية، لكنه أيضًا قد يُستخدم لتضليل الناخبين أو نشر خطاب الكراهية.

- النتيجة أن تأثير الإعلام الجديد على الرأي العام يتجاوز الجانب المعرفي ليصل إلى السلوك السياسي والاجتماعي، مما يجعله أداة قوية تحتاج إلى إدارة واعية.

5. المستقبل التفاعلي للإعلام

التحليل:

يتجه الإعلام نحو التفاعل المباشر مع الجمهور، حيث يصبح المتلقي مشاركًا في صناعة المحتوى عبر التعليقات، المشاركات، والبث المباشر. هذا التحول يعزز الديمقراطية الإعلامية لكنه يتطلب إدارة واعية.

النتائج:

1. **زيادة مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى**
   - الإعلام لم يعد أحادي الاتجاه، بل أصبح الجمهور جزءًا من عملية الإنتاج عبر التعليقات، المشاركات، والبث المباشر.
   - هذه المشاركة تعزز الشعور بالانتماء وتمنح الجمهور دورًا فاعلًا في صياغة الرسائل الإعلامية.
   - النتيجة أن الإعلام يتحول إلى فضاء تشاركي، حيث يصبح المتلقي مساهمًا في تشكيل الخطاب العام وليس مجرد مستهلك سلبي.
2. **تعزيز الشفافية عبر التفاعل المباشر**
   - التفاعل المباشر بين المؤسسات الإعلامية والجمهور يتيح كشف الأخطاء بسرعة وتصحيحها أمام الجميع.
   - هذا يعزز الثقة ويجعل المؤسسات الإعلامية أكثر التزامًا بالمساءلة والوضوح في نقل المعلومات.
   - النتيجة أن الإعلام التفاعلي يرسخ قيم الشفافية ويقلل من الفجوة بين المنتج والمتلقي.
3. **الحاجة إلى أدوات لضبط جودة المحتوى المشارك من الجمهور**
   - مشاركة الجمهور قد تؤدي إلى نشر معلومات غير دقيقة أو محتوى غير لائق.
   - لذلك تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى أدوات تقنية (مثل أنظمة التحقق الآلي) وآليات تحريرية لضبط جودة المحتوى المشارك.
   - النتيجة أن الإعلام التفاعلي يظل مسؤولًا عن ضمان مصداقية المحتوى، حتى مع مشاركة الجمهور.
4. **تعزيز الديمقراطية الإعلامية**
   - الإعلام التفاعلي يمنح الأفراد فرصة أكبر للتعبير عن آرائهم، مما يعزز المشاركة المجتمعية والديمقراطية.
   - النتيجة أن الإعلام يصبح أداة لتمكين المواطنين، ويعكس تنوع الأصوات داخل المجتمع.
5. **إعادة تعريف العلاقة بين الإعلام والجمهور**
   - لم يعد الجمهور مجرد مستقبل للمعلومة، بل أصبح شريكًا في صياغتها ونشرها.
   - هذا التحول يعيد تشكيل السلطة الإعلامية ويجعلها أكثر توزيعًا بين المؤسسات والجمهور.
   - النتيجة أن الإعلام الجديد يخلق علاقة أكثر توازنًا بين الطرفين، قائمة على المشاركة والتفاعل.
6. **تحديات إدارة التفاعل**
   - رغم إيجابيات المشاركة، إلا أن التفاعل المباشر قد يؤدي إلى فوضى معلوماتية إذا لم يُدار بشكل واعٍ.
   - النتيجة أن المؤسسات الإعلامية مطالبة بوضع سياسات واضحة لإدارة التعليقات والمحتوى المشارك، بما يضمن حرية التعبير دون الإضرار بجودة الإعلام.

6. التكامل بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي

التحليل:

الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يخلق منظومة إعلامية أكثر وعيًا ومسؤولية. الدراية الإعلامية تمكّن الجمهور من الفهم النقدي، بينما يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات قوية للإنتاج والتحليل.

النتائج:

1. **بناء إعلام متوازن يجمع بين التقنية والوعي النقدي**
   - الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يضمن أن التكنولوجيا لا تُستخدم بشكل أعمى، بل يتم توظيفها في إطار نقدي واعٍ.
   - هذا التكامل يسمح بخلق منظومة إعلامية قادرة على الاستفادة من سرعة ودقة الذكاء الاصطناعي، مع الحفاظ على قيم التحليل النقدي والشفافية.
   - النتيجة: إعلام أكثر توازنًا يجمع بين الكفاءة التقنية والوعي الإنساني.
2. **تعزيز الثقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور**
   - عندما يرى الجمهور أن المؤسسات الإعلامية تستخدم الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول، مع وجود وعي نقدي يضمن الشفافية، تتعزز الثقة المتبادلة.
   - الثقة هنا لا تأتي من التكنولوجيا وحدها، بل من قدرة المؤسسات على دمج التقنية مع قيم أخلاقية ومهنية واضحة.
   - النتيجة: علاقة أكثر استقرارًا بين الإعلام والجمهور، قائمة على المصداقية والوضوح.
3. **تقليل مخاطر التضليل عبر الجمع بين التكنولوجيا والوعي**
   - الذكاء الاصطناعي قد يُستخدم لنشر التضليل (مثل التزييف العميق)، لكن وجود جمهور واعٍ قادر على التحليل النقدي يقلل من تأثير هذه المخاطر.
   - المؤسسات الإعلامية التي تجمع بين أدوات الذكاء الاصطناعي والدراية الإعلامية تستطيع كشف الأخبار الزائفة بسرعة أكبر.
   - النتيجة: منظومة إعلامية أكثر قدرة على مواجهة التضليل وحماية المجتمع من المعلومات المضللة.
4. **تعزيز القدرة على التحقق من المعلومات**
   - الذكاء الاصطناعي يوفر أدوات قوية للتحقق من صحة الأخبار (مثل أنظمة كشف التزييف)، بينما الدراية الإعلامية تمنح الجمهور القدرة على استخدام هذه الأدوات بوعي.
   - النتيجة: عملية تحقق مزدوجة تجمع بين التقنية والوعي النقدي، مما يقلل من الأخطاء ويزيد من دقة المعلومات المتداولة.
5. **إعادة تعريف دور الصحفي والمؤسسة الإعلامية**
   - الصحفي لم يعد مجرد ناقل للمعلومة، بل أصبح مسؤولًا عن دمج أدوات الذكاء الاصطناعي مع مهاراته النقدية.
   - النتيجة: دور الصحفي يتحول إلى "محرر رقمي واعٍ"، قادر على استخدام التكنولوجيا دون فقدان البعد الإنساني.
6. **بناء منظومة إعلامية مستدامة**
   - التكامل بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يخلق نموذجًا مستدامًا للإعلام، قادرًا على التكيف مع التغيرات التقنية والاجتماعية.
   - النتيجة: إعلام مستقبلي أكثر مرونة، يحافظ على القيم الإنسانية ويستفيد من التطور التكنولوجي.

7. النتائج والتوصيات

التحليل:

التحولات الإعلامية تفرض تحديات وفرص في آن واحد. الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي هو الحل الأمثل لضمان إعلام مسؤول.

النتائج:

- الإعلام الجديد قادر على خدمة المجتمع بفعالية إذا أُدير وفق ضوابط أخلاقية.
- التوصيات تشمل :
  - تطوير برامج تدريب للإعلاميين والجمهور حول الدراية الإعلامية.
  - وضع تشريعات واضحة لتنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي.
  - دعم مبادرات التثقيف الإعلامي في المدارس والجامعات

8. ملخص تنفيذي

المحور	التحليل	النتائج
الدراية الإعلامية	تمثل قدرة الجمهور على قراءة الرسائل الإعلامية بوعي نقدي وفهم السياق والتمييز بين الصحيح والمضلل.	– تقليل انتشار الأخبار الزائفة. – تعزيز المشاركة الواعية. – بناء ثقة أكبر بين المؤسسات والجمهور.
الذكاء الاصطناعي في الإعلام	أصبح أداة مركزية عبر الخوارزميات والروبوتات الصحفية وتحليل البيانات، لكنه يحمل مخاطر الانحياز والتضليل.	– تحسين سرعة ودقة الأخبار. – تخصيص المحتوى للجمهور. – الحاجة لمراقبة مستمرة لتقليل الانحياز.
التحديات الأخلاقية والقانونية	يثير قضايا مثل الخصوصية، الشفافية، والمساءلة عند استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.	– ضرورة تشريعات واضحة. – تعزيز الضوابط الأخلاقية. – بناء آليات مساءلة فعالة.
تأثير الإعلام الجديد على الرأي العام	الخوارزميات تحدد ما يراه الجمهور، مما يؤثر على تشكيل الاهتمامات والنقاشات العامة.	– توجيه النقاشات العامة. – خطر الفقاعات المعلوماتية. –ا لحاجة إلى وعي نقدي دائم.
المستقبل التفاعلي للإعلام	الإعلام يتجه نحو مشاركة الجمهور المباشرة في صناعة المحتوى عبر التعليقات والبث المباشر.	– زيادة مشاركة الجمهور. – تعزيز الشفافية. – الحاجة لضبط جودة المحتوى المشارك.
التكامل بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي	الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يخلق منظومة أكثر وعيًا ومسؤولية.	– بناء إعلام متوازن. – تعزيز الثقة. – تقليل مخاطر التضليل.
النتائج والتوصيات	التحولات الإعلامية تفرض تحديات وفرص، والحل الأمثل هو الدمج بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي.	– إعلام مسؤول يخدم المجتمع. – تطوير برامج تدريب. – وضع تشريعات واضحة. – دعم التثقيف الإعلامي.

التوصيات

1. **تعزيز برامج التدريب الإعلامي**
   - إدماج مقررات عن الدراية الإعلامية في الجامعات والمدارس.
   - تنظيم ورش عمل للإعلاميين حول استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول.
2. **تطوير سياسات وتشريعات واضحة**
   - وضع قوانين تنظم عمل الخوارزميات في الإعلام لضمان الشفافية.
   - تحديد مسؤوليات المؤسسات الإعلامية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
3. **دعم مبادرات التثقيف الإعلامي**
   - إطلاق حملات توعية للجمهور حول كيفية التحقق من الأخبار.
   - تشجيع المنظمات غير الحكومية على نشر ثقافة التفكير النقدي.
4. **إنشاء هيئات رقابية مستقلة**
   - مراقبة استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
   - ضمان التوازن بين حرية التعبير وحماية المجتمع من التضليل.
5. **الاستثمار في البحث والتطوير**
   - دعم الدراسات الأكاديمية حول العلاقة بين الإعلام والذكاء الاصطناعي.
   - تطوير أدوات تقنية تساعد على كشف الأخبار الزائفة بشكل أسرع.
6. **تعزيز التعاون الدولي**
   - تبادل الخبرات بين الدول في مجال الإعلام الرقمي.
   - وضع معايير عالمية مشتركة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.

الخاتمة

يشهد الإعلام العالمي تحولات جذرية بفعل الثورة الرقمية وصعود تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يفرض ضرورة تعزيز الدراية الإعلامية لدى الجمهور والمؤسسات. يهدف هذا البحث إلى استكشاف العلاقة التكاملية بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي في تشكيل مستقبل الإعلام الجديد، مع التركيز على التحديات الأخلاقية والقانونية، وتأثير الخوارزميات على الرأي العام، والاتجاه نحو إعلام أكثر تفاعلية وشخصية. وتخلص النتائج إلى أن الجمع بين الدراية الإعلامية والذكاء الاصطناعي يفتح المجال لإعلام واعٍ ومسؤول قادر على خدمة المجتمع بفعالية، بشرط أن يُدار وفق ضوابط أخلاقية وتشريعات واضحة. ويوصي البحث بضرورة تطوير برامج تدريبية، ودعم مبادرات التثقيف الإعلامي، وإنشاء هيئات رقابية مستقلة لضمان الشفافية والمساءلة في الإعلام الجديد .

المراجع والمصادر

مراجع عربية

- شحاته السيد .(2024) *الدراية بالذكاء الاصطناعي في الصحافة: الإشكاليات والآليات والتحديات* .المجلة العلمية لدراسات الإعلام الرقمي والرأي العام، المجلد 1، العدد 2، الصفحات 160-197.
- أحمد جابر خيون وزين العابدين علي جريو .(2025) *تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام: الفرص والتحديات* .مجلة الشرق الأوسط للعلوم الإنسانية والثقافية.
- نجم العيساوي .(2024) *الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام والعلاقات العامة* .منظمةOSBU ، 614 صفحة.
- نجم عبد الله الراشد .(2024) *تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام* .المجلة الدولية للبحوث العلمية(IJSR) ، المجلد 3، العدد 7.
- كامل نجيب .(2024) *الذكاء الاصطناعي في الإعلام: مفهوم جديد في صناعة الأخبار ومخاطر جديدة* .المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 7، العدد 3.

مراجع أجنبية

- Tiernan, P., Costello, E., Donlon, E., Parysz, M., & Scriney, M. (2023). *Information and Media Literacy in the Age of AI: Options for the Future. Education Sciences*, 13(9), 906. DOI: 10.3390/educsci13090906.
- Olanipekun, S. O. (2024). *AI as a Media Literacy Educational Tool: Developing Critical Technology Awareness. GSC Advanced Research and Reviews*, 21(03), 281-292.
- Mansoor, H. M. H., et al. (2024). *Artificial Intelligence Literacy among University Students: A Comparative Transnational Survey. Frontiers in Communication*, Volume 9.
- Ndungu, M. W. (2024). *Integrating Basic Artificial Intelligence Literacy into Media and Information Literacy Programs in Higher Education. Journal of Information Literacy*, 18(2).
- Saliu, H. (2024). *Navigating Media Literacy in the AI Era: Analyzing Gaps in Two Classic Media Literacy Books. Journal of Applied Learning and Teaching*, 7(2).