

الصحافة الخوارزمية وإعادة تشكيل البنية الإعلامية دراسة تحليلية في تحولات السلطة والمعرفة في الإعلام الرقمي

م.م. حيدر كاطع صيهود

Haider Kati'a Saihood

University of Diyala

haider.g@uodiyala.edu.iq

مستخلص:

تناولت هذه الدراسة موضوع الصحافة الخوارزمية ودورها في إعادة تشكيل البنية الإعلامية في ظل التطورات المتسارعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات داخل البيئة الرقمية. وهدفت إلى تحليل تأثير الخوارزميات في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتوزيع الأخبار، وتشكيل الرأي العام، وبناء المعرفة الرقمية، فضلاً عن دراسة انعكاساتها على الممارسة الصحفية، والمصادقية، والتنوع الإعلامي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استبانة إلكترونية شملت (١٢٠) مفردة من الجمهور والإعلاميين. وأظهرت النتائج أن المنصات الرقمية أصبحت تؤدي دوراً محورياً في توجيه المحتوى الإعلامي عبر آليات التخصيص الخوارزمي، الأمر الذي أسهم في تسريع إنتاج الأخبار، وتحسين كفاءة الوصول إلى المعلومات. وفي المقابل، أثار ذلك جملة من التحديات المرتبطة بالتحيز الخوارزمي، وضعف الشفافية، والأمن الإعلامي، وتراجع تنوع وجهات النظر. كما أكدت الدراسة أن الصحافة الخوارزمية أصبحت عاملاً رئيساً في إعادة توزيع السلطة والمعرفة داخل الإعلام الرقمي، بما يستوجب تطوير أطر مهنية وأخلاقية تضمن تحقيق التوازن بين التطور التقني والقيم الإعلامية التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الخوارزمية، الذكاء الاصطناعي، الخوارزميات الإعلامية، الإعلام الرقمي، البنية الإعلامية.

Abstract

This study addressed the topic of algorithmic journalism and its role in reshaping the media structure amid the rapid developments in artificial intelligence technologies and algorithms within the digital environment. It aimed to analyze the impact of algorithms on media content production, news distribution, public opinion formation, and digital knowledge construction, as well as to examine their implications for journalistic practice, credibility, and media diversity.

The study adopted the descriptive-analytical approach through an electronic questionnaire administered to a sample of (120) respondents from both the public and media professionals. The findings revealed that digital platforms have assumed a pivotal role in directing media content through mechanisms of algorithmic personalization, which has contributed to accelerating news production and improving the efficiency of access to information. On the other hand, this development has raised a number of challenges related to algorithmic bias, lack of transparency, media security concerns, and the decline of diversity in viewpoints.

The study also confirmed that algorithmic journalism has become a major factor in redistributing power and knowledge within digital media, which necessitates the development of professional and ethical frameworks to ensure a balance between technological advancement and traditional media values.

Keywords: Algorithmic Journalism, Artificial Intelligence, Media Algorithms, Digital Media, Media Structure.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تمهيد

شهد المجال الإعلامي تحولاً جذرياً مع التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي والخوارزميات داخل المؤسسات الإعلامية، مما أدى إلى ظهور الصحافة الخوارزمية كنمط جديد لإنتاج وتوزيع المحتوى. ولم يعد العمل الصحفي قائماً على الجهد البشري فقط، بل أصبح جزءاً من منظومة رقمية تتداخل فيها البيانات والخوارزميات والمنصات الرقمية في توجيه المحتوى إلى الجمهور. وتبرز أهمية هذا التحول في تأثيره على البنية الإعلامية وأدوار الصحفيين وآليات العمل والعلاقة بين الوسيلة والمتلقي، مما يجعل دراسته ضرورية لفهم تحولات الإعلام المعاصر.

المبحث الأول: مشكلة البحث وأهميته

المطلب الأول: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التحول الذي أحدثته الصحافة الخوارزمية في البنية الإعلامية التقليدية، عبر الدور المتزايد للخوارزميات في اختيار الأخبار وترتيبها وتوزيعها، مما قلص دور الصحفي في بعض مراحل

الإنتاج الإعلامي. كما تنثير هذه التحولات تحديات تتعلق بالشفافية والمصداقية، وإعادة تشكيل المحتوى وفق منطق الخوارزميات بدلاً من المعايير المهنية التقليدية. (بن صفي الدين وغنيو، ٢٠٢٥).

كما تتمثل المشكلة في أن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي قد يؤدي إلى ظهور أنماط من التحيز غير المرئي داخل الأنظمة الخوارزمية، مما يؤثر على تنوع المعلومات المقدمة للجمهور ويعيد تشكيل المجال العام الرقمي (أبو صالح، ٢٠٢٥). وفي الوقت نفسه، فإن هذا التحول يطرح تساؤلات حول حدود استقلالية العمل الصحفي في ظل تزايد تدخل الأنظمة الذكية في إنتاج الأخبار وصياغتها (فتح الباب والنجار، ٢٠٢٥).

المطلب الثاني: أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من تناوله التحول من الصحافة التقليدية إلى الصحافة الخوارزمية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، إذ يساهم نظرياً في فهم إعادة تشكيل البنية الإعلامية عبر توظيف الخوارزميات في إنتاج وتوزيع المحتوى، كما يوضح العلاقة بين التكنولوجيا والإعلام في تشكيل الخطاب الصحفي الحديث (أبو صالح، ٢٠٢٥).

أما الأهمية التطبيقية فتتمثل في مساعدة المؤسسات الإعلامية على فهم التحديات المرتبطة باستخدام الخوارزميات، خاصة ما يتعلق بالمصداقية والأمن الإعلامي وانتشار الأخبار الزائفة، مما يعزز الحاجة إلى تطوير آليات أكثر دقة في إدارة المحتوى الإعلامي الرقمي (عبدالغفار، ٢٠٢٥). كما يساهم البحث في توضيح دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة الإنتاج الإعلامي مع الحفاظ على جودة المحتوى (فتح الباب والنجار، ٢٠٢٥).

المبحث الثاني: أهداف البحث وحدوده ومصطلحاته

المطلب الأول: أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحليل مفهوم الصحافة الخوارزمية وتحديد خصائصها الأساسية في البيئة الإعلامية الرقمية المعاصرة. كما يسعى إلى توضيح دور الخوارزميات في إعادة تشكيل البنية الإعلامية من حيث إنتاج الأخبار وتوزيعها واستهلاكها.

كما يهدف إلى دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي، والكشف عن انعكاساته على الممارسة الصحفية التقليدية، إضافة إلى تحليل دور المنصات الرقمية في إعادة تنظيم المجال الإعلامي وتوجيه المحتوى نحو الجمهور وفق آليات خوارزمية (بن صفي الدين وغنيو، ٢٠٢٥؛ أبو صالح، ٢٠٢٥).

المطلب الثاني: حدود البحث

يتحدد البحث موضوعياً بدراسة الصحافة الخوارزمية بوصفها نمطاً إعلامياً يعتمد على الذكاء الاصطناعي والخوارزميات في إنتاج المحتوى الإعلامي.

أما الحدود الزمنية فتشمل الدراسات الحديثة التي تناولت التحولات الإعلامية الرقمية خلال السنوات الأخيرة، خاصة الدراسات الصادرة في عام ٢٠٢٥ والتي ركزت على الإعلام الخوارزمي والذكاء الاصطناعي في الإعلام.

وتتمثل الحدود المكانية في البيئة الإعلامية الرقمية العربية، كما تعكسها الأدبيات والدراسات المعتمدة، مع إمكانية الاستفادة من الإطار النظري العام في بيئات إعلامية أخرى مشابهة.

المطلب الثالث: تحديد مصطلحات البحث

الصحافة الخوارزمية: هي نمط حديث من العمل الصحفي يعتمد على الخوارزميات والذكاء الاصطناعي في جمع البيانات وتحليلها وإنتاج الأخبار وتوزيعها بشكل آلي أو شبه آلي داخل المنصات الرقمية.

البنية الإعلامية: هي النظام المتكامل الذي يشمل المؤسسات الإعلامية، والمنصات الرقمية، وآليات إنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى الإعلامي.

الذكاء الاصطناعي في الإعلام: هو استخدام الأنظمة الحاسوبية الذكية في تحليل البيانات وصناعة المحتوى الإعلامي وأتمتة العمليات الصحفية.

الخوارزميات الإعلامية: هي مجموعة من القواعد الحسابية التي تتحكم في فرز وترتيب وتوزيع المحتوى الإعلامي داخل المنصات الرقمية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

تمهيد

يركز هذا الفصل على الإطار النظري للصحافة الخوارزمية وتأثيرها على إعادة تشكيل البنية الإعلامية، من خلال استعراض مفاهيمها وتحليل تطورها التاريخي والتقني وعلاقتها بالممارسات الصحفية الحديثة. كما يناقش التحول من النموذج التقليدي المعتمد على الجهد البشري إلى نموذج رقمي يستخدم الخوارزميات والذكاء الاصطناعي في إنتاج وتوزيع المحتوى. وقد أفضى هذا التحول إلى إعادة تعريف العمل الصحفي وإعادة ترتيب الأدوار داخل المؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى إحداث تغييرات جوهرية في العلاقة بين

وسائل الإعلام والجمهور، الأمر الذي أبرز الدور المتزايد للمنصات الرقمية والخوارزميات في توجيه المحتوى وطريقة وصوله. هذه التغيرات دفعت إلى ظهور عدد من النظريات الإعلامية والاجتماعية التي تسعى لفهم هذه التحولات وآثارها.

أولاً: نظرية حارس البوابة (Gatekeeping Theory)

تعد نظرية حارس البوابة إحدى الركائز الأساسية لفهم كيفية تدفق المعلومات ضمن النظام الإعلامي. وفقاً لهذه النظرية، يتم اختيار الأخبار وترتيبها استناداً إلى معايير محددة قبل تقديمها للجمهور. مع ظهور التقنيات الرقمية، انتقلت هذه المهمة من المحررين التقليديين إلى الخوارزميات التي باتت تمارس دوراً محورياً في فرز المحتوى ونشره عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث. وقد أسفر هذا التغيير عن إعادة تشكيل أجندة الإعلام وتوجيه اهتمامات الجمهور بشكل غير مسبوق. .
Lewin, K. (1947)

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)

تشير هذه النظرية إلى أن قوة تأثير وسائل الإعلام تتزايد بازدياد اعتماد الأفراد عليها كمصدر رئيسي للمعلومات، خاصة خلال فترات الأزمات والتغيرات الاجتماعية. في العصر الرقمي، ارتفعت وتيرة اعتماد الجماهير على المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي لنقل الأخبار وفهم الأحداث الجارية. هذا التحول البيئي عزز من نفوذ الخوارزميات في صياغة الخطاب العام وتشكيل التوجهات العامة، مما جعلها لاعباً رئيسياً في النظام الإعلامي الحديث. (Fleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J., &.) (1976)

ثالثاً: نظرية المجال العام لهابرماس (Public Sphere Theory)

طرح هابرماس فكرة المجال العام كمكان للنقاش الحر والعقلاني حول القضايا العامة، بما يسهم في تكوين الرأي العام. ومع صعود الإعلام الرقمي، أصبحت المنصات الإلكترونية تمثل شكلاً جديداً لهذا المجال، حيث وفّرت فرصاً أوسع للتفاعل والمشاركة المجتمعية. إلا أن التدخل التقني وهيمنة بعض الشركات الكبرى شوهدت هذه الساحة الافتراضية من خلال التحكم بتدفق المعلومات وطريقة تصنيفها، مما أدى إلى تشويه طبيعة النقاشات العامة وجعلها عرضة لنفوذ المصالح الاقتصادية والتقنية (Habermas, J. (1989).

خلاصة الإطار النظري

خلاصة الإطار النظري تقدم الصحافة الخوارزمية نموذجاً إعلامياً جديداً يعيد تعريف العمليات التقليدية ويبرز دور الخوارزميات بشكل يفوق دور البشر في وظيفة حارس البوابة. كما أن اعتماد الجماهير المتزايد على المنصات الرقمية للحصول على المعلومات يعزز هذا الانتقال ويضفي مزيداً من القوة للخوارزميات في التأثير على الرأي العام. وبذلك، يصبح المجال العام اليوم فضاءً رقمياً يخضع لسيطرة المنصات الكبرى، ما يطرح أسئلة عميقة حول مستقبل الصحافة ووظائفها وتأثيرها في المجتمع. الصحافة الخوارزمية ليست مجرد تقدم تقني، بل إنها تمثل تحولاً هيكلياً يعيد صياغة النظام الإعلامي برمته ويلقي بظلاله الكبرى على العلاقة بين الإعلام والجمهور.

المبحث الأول: مفهوم الصحافة الخوارزمية وتطورها

المطلب الأول: مفهوم الصحافة الخوارزمية

تُعد الصحافة الخوارزمية من أبرز التحولات الإعلامية الحديثة، لاعتمادها على الأنظمة الذكية في جمع البيانات وتحليلها وإنتاج المحتوى الخبري آلياً أو شبه آلي، مما جعلها تعكس الانتقال إلى إعلام قائم على البيانات. كما أسهم تطور الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة الإنتاج وتنظيم تدفق الأخبار وفق اهتمامات الجمهور، وهو ما أدى إلى ظهور نموذج إعلامي أكثر تفاعلاً وتعقيداً داخل البيئة الرقمية. (فتح الباب والنجار، ٢٠٢٥؛ أبو صالح، ٢٠٢٥).

المطلب الثاني: تطور الصحافة الخوارزمية

شهدت الصحافة الخوارزمية تطوراً بدأ بالصحافة الإلكترونية ثم الإعلام التفاعلي، وصولاً إلى اعتماد الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار وتحليل البيانات. ومع ذلك، أصبحت المؤسسات الإعلامية أكثر اعتماداً على الأنظمة الذكية في القرارات التحريرية، وتوسعت مهام الصحفي لتشمل التعامل مع قواعد البيانات والخوارزميات وتحليل سلوك المستخدمين، مما أعاد تشكيل بيئة العمل الإعلامي وعزز. (المرغني وعبدالكريم، ٢٠١٥؛ أبو صالح، ٢٠٢٥).

المطلب الثالث: خصائص الصحافة الخوارزمية

تتميز الصحافة الخوارزمية بسرعة إنتاج المحتوى عبر الأنظمة الآلية، ودقة تحليل البيانات الضخمة، إضافة إلى قدرتها على تخصيص المحتوى وفق اهتمامات المستخدمين وسلوكهم الرقمي. وفي المقابل، تواجه تحديات تتعلق بالتحيز الخوارزمي وضعف الشفافية في اختيار المحتوى، فضلاً عن تأثيرها في التنوع

الإعلامي عبر حصر المعلومات ضمن نطاقات يحددها النظام الرقمي، مما يثير تساؤلات حول مستقبل المهنة الصحفية. (بن صفي الدين وغنيو، ٢٠٢٥؛ أبو صالح، ٢٠٢٥).

المبحث الثاني: الصحافة الخوارزمية وإعادة تشكيل البنية الإعلامية

المطلب الأول: دور الخوارزميات في تشكيل المحتوى الإعلامي

أصبحت الخوارزميات عنصراً رئيسياً في تشكيل المحتوى الإعلامي على المنصات الرقمية، عبر اعتمادها على بيانات المستخدمين وسلوكهم الرقمي في تحديد المحتوى الظاهر والمخفي. وقد أدى ذلك إلى انتقال جزء من السلطة الإعلامية إلى المنصات الرقمية وتأثيرها في توجيه الرأي العام، إضافة إلى ظهور "الفلتر الإعلامية" التي تحد من تنوع المحتوى وفق معايير رقمية غير واضحة، مما غير العلاقة بين الجمهور والمحتوى الإعلامي. (بن صفي الدين وغنيو، ٢٠٢٥).

المطلب الثاني: الذكاء الاصطناعي وصناعة المحتوى الإعلامي

أحدث الذكاء الاصطناعي تحولاً في الإعلام عبر قدرته على إنتاج الأخبار وتحليل البيانات وإدارة جوانب من العملية التحريرية، مما رفع كفاءة الإنتاج وقلل زمن إعداد المحتوى. كما أعاد تشكيل دور الصحفي ضمن بيئة تجمع الإنسان والآلة في منظومة إنتاج ذكية. وفي المقابل، أثار هذا التحول تساؤلات حول دقة المحتوى وحدود المسؤولية المهنية نتيجة احتمالية تأثر الأنظمة الذكية بانحيازات البيانات. (فتح الباب والنجار، ٢٠٢٥؛ أبو صالح، ٢٠٢٥).

المطلب الثالث: المصداقية والأمن الإعلامي في البيئة الخوارزمية

تُعد المصداقية والأمن الإعلامي من أهم تحديات الصحافة الخوارزمية بسبب انتشار الأخبار الزائفة والاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية، مما استدعى تطوير آليات للتحقق من المعلومات. كما قد تؤدي الخوارزميات إلى تضخيم بعض الأخبار أو تهيمش أخرى وفق معايير غير شفافة، بما يهدد توازن المحتوى الإعلامي. وفي المقابل، أصبحت تقنيات الأمن السيبراني ضرورية لحماية المحتوى الرقمي وضمان جودة واستقرار الإنتاج الإعلامي. (عبدالغفار، ٢٠٢٥؛ أبو صالح، ٢٠٢٥).

المبحث الثالث: انعكاسات الصحافة الخوارزمية على الممارسة الإعلامية

المطلب الأول: التحول في دور الصحفي

أعدت الصحافة الخوارزمية تشكيل دور الصحفي، فلم يعد مقتصرًا على جمع الأخبار وكتابتها، بل أصبح يشمل التعامل مع البيانات الضخمة وفهم الخوارزميات والتفاعل مع الأنظمة الذكية المشاركة في إنتاج

المحتوى. كما فرض هذا التحول تطوير مهارات التحليل الرقمي والتفكير البياناتي، ليعمل الصحفي ضمن بيئة هجينة تجمع بين الخبرة البشرية والدقة الآلية، بما يعكس تحولاً عميقاً في المهنة الصحفية في العصر الرقمي. (فتح الباب والنجار، ٢٠٢٥).

المطلب الثاني: تأثير المنصات الرقمية على المجال الإعلامي

ساهمت المنصات الرقمية في إعادة تشكيل المجال الإعلامي عبر خوارزميات تتحكم في ترتيب المحتوى وتوجيهه للمستخدمين، مما غير طبيعة تدفق المعلومات. وأصبح الجمهور يتلقى الأخبار وفق سلوكه الرقمي، الأمر الذي قلل التنوع الإعلامي أحياناً وزاد تخصص المحتوى أحياناً أخرى. كما أصبحت هذه المنصات تؤدي دور "الوسيط الخفي" بين الإعلام والجمهور من خلال التحكم غير المباشر بالمحتوى المعروض، مما غير طبيعة السلطة الإعلامية التقليدية. (بن صفي الدين وغنيو، ٢٠٢٥).

المطلب الثالث: التحديات المهنية والأخلاقية

تواجه الصحافة الخوارزمية تحديات مهنية وأخلاقية تتعلق بالشفافية في استخدام الخوارزميات، والتحيز الرقمي، والمسؤولية عن المحتوى المنتج آلياً. كما يثير الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي تساؤلات حول استقلالية الصحفي مع تدخل الأنظمة الذكية في صياغة المحتوى واختيار الأخبار. لذلك، تبرز الحاجة إلى أطر تنظيمية وأخلاقية تواكب هذا التحول وتحافظ على جودة العمل الإعلامي ومصداقيته في البيئة الرقمية. (أبو صالح، ٢٠٢٥؛ عبدالغفار، ٢٠٢٥).

الفصل الثالث: منهجية الإطار العملي

تمهيد:

هدفت منهجية الدراسة الميدانية إلى تحديد مجتمع الدراسة وحجم العينة وآلية اختيارها، حيث اعتمد الباحث على العينة العشوائية ضمن الإطار الزمني المحدد، كما وُزعت الاستبانة إلكترونياً. وشملت الدراسة توصيف الخصائص الديموغرافية وتحليل المتغيرات للتعرف على أثر الصحافة الخوارزمية في إعادة تشكيل البنية الإعلامية ضمن تحولات السلطة والمعرفة في الإعلام الرقمي.

١-مجتمع الدراسة: يُقصد بمجتمع الدراسة الفئة الكلية التي يستهدفها الباحث بهدف تعميم النتائج المرتبطة بالمشكلة البحثية محلّ الدراسة. ويتكوّن مجتمع هذه الدراسة من الجمهور العراقي المستخدم للمنصات الرقمية، فضلاً عن الصحفيين العاملين في بغداد، بوصفهم الفئات الأكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة ومحاورها الإعلامية.

٢- عينة الدراسة: تُعرّف عينة الدراسة بأنها الجزء الذي يتم اختياره من مجتمع الدراسة وفق أساليب علمية متعددة، بما يضمن تمثيل المجتمع تمثيلاً دقيقاً يخدم أهداف البحث. ونظراً لصعوبة تحديد الحجم الكلي لمجتمع الدراسة، اعتمد الباحث أسلوب المسح الشامل لمجتمع البحث في تحديد حجم العينة، بوصفه الأسلوب الأكثر ملاءمة لتمثيل مجتمع الدراسة وتحقيق قدر أكبر من الدقة في النتائج. وقد أسفر ذلك عن جمع (١٢٠) استجابة صحيحة، توزعت بواقع (٧٠) استجابة من الجمهور العراقي المستخدم للمنصات الرقمية، و(٥٠) استجابة من الإعلاميين والصحفيين العاملين في العراق.

٣- أسلوب جمع البيانات: قام الباحث بإعداد استمارة الاستبيان إلكترونياً، ومن ثم توزيعها على عينة الدراسة بهدف جمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث. واعتمد الباحث مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لقياس اتجاهات أفراد العينة وآرائهم، وذلك بهدف توظيف الأوزان الترحيحية للإجابات بما يسهم في تحقيق قدر أكبر من الدقة والمرونة في تقييم الأوزان النسبية لمتغيرات الدراسة. ويُعد هذا المقياس مدخلاً أساسياً في عمليات الاستدلال والتحليل الإحصائي واختبار فروض الدراسة الميدانية.

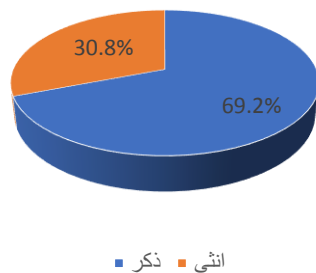
أولاً: توصيف عينة الدراسة:

أولاً: الاحصائيات التكرارية لديموغرافيات الدراسة

جدول رقم (١) الاحصائيات التكرارية لديموغرافيات الدراسة

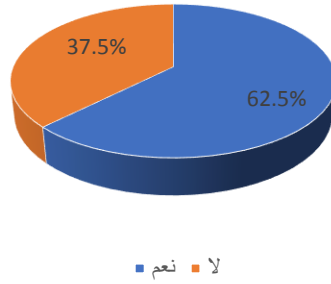
ديموغرافيات	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	٨٣	69.2%
	انثى	٣٧	30.8%
هل تستخدم منصات إعلامية رقمية بشكل يومي؟	نعم	٧٥	62.5%
	لا	٤٥	37.5%
العمر	أقل من ١٨ سنة	١١	9.2%
	١٨ - ٢٥ سنة	٢٢	18.3%
	٢٦ - ٣٥ سنة	٦٣	52.5%
	أكثر من ٣٥ سنة	٢٤	20.0%

ديموغرافيات	الفئات	التكرارات	النسبة
ما أكثر منصة تستخدمها لتتابع الأخبار	فيسبوك	٥٣	44.2%
	تويتر (إكس)	١٢	10.0%
	نستغرام	٩	7.5%
	تيك توك	٦	5.0%
	مواقع إخبارية مباشرة	٤٠	33.3%
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل	١٣	10.8%
	دبلوم	٢٧	22.5%
	بكالوريوس	٥٣	44.2%
	دراسات عليا	٢٧	22.5%
اجمالي	١٢٠		١٠٠%



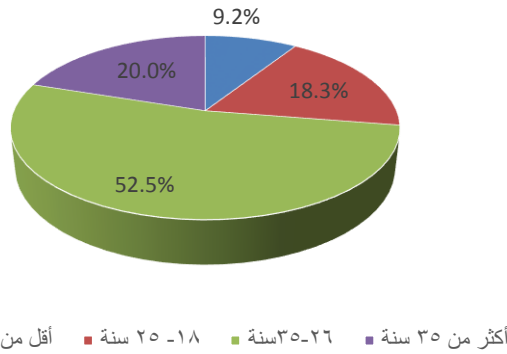
الشكل رقم ١ : توزيع وفق الجنس

يوضح جدول والرسم البياني أن أعلى نسبة استجابة تمثلت في الذكور بواقع ٦٩,٢% وبتكرار ٨٣ مستجيب.



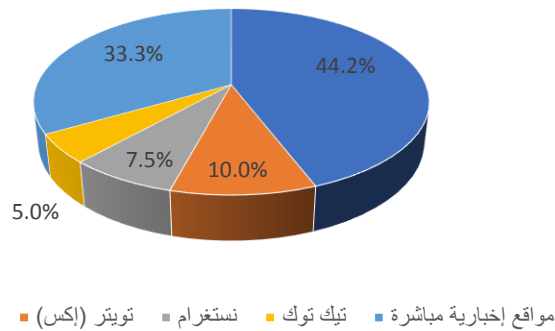
الشكل رقم ٢: توزيع وفق استخدام منصات إعلامية رقمية بشكل يومي

يوضح جدول والرسم البياني أن أعلى نسبة استجابة تمثلت في الإجابة نعم بواقع ٦٢,٥% وبتكرار ٧٥.



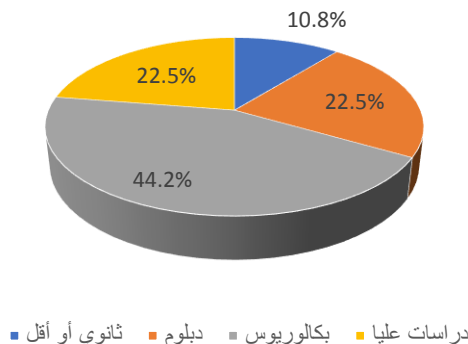
الشكل رقم ٣: توزيع وفق العمر

يوضح جدول والرسم البياني أن أعلى نسبة استجابة تمثلت في الأعمار التي تتراوح ما بين ٢٦ - ٣٥ سنة بواقع ٥٢,٥% وبتكرار ٦٣.



الشكل رقم ٤: توزيع وفق أكثر منصة تستخدمها لمتابعة الأخبار

يوضح جدول والرسم البياني أن أعلى نسبة استجابة تمثلت في متابعين منصة فيسبوك بواقع ٤٤,٢% بتكرار ٥٣ ثم تليها مباشرة منصة المواقع الاخبارية بواقع ٣٣,٣% وبتكرار ٤٠



الشكل رقم ٥: توزيع وفق المستوى التعليمي

يوضح جدول والرسم البياني أن أعلى نسبة استجابة تمثلت في الحاصلين على مؤهل بكالوريوس بواقع ٤٤,٢% وبتكرار ٥٣.

ثانيا: اختبار الاتساق الداخلي وثبات فقرات الاستبيان

تم تطبيق أسلوب معامل الارتباط ألفا كرو نباخ وذلك للتحقق من درجة الاتساق الداخلي والثبات على المستوى الإجمالي لمحوري الدراسة (بواقع ١٠ فقرات)، وقبل إجراء هذا التحليل، فقد تقرر استبعاد أي متغير يحصل على معامل أقل من ٠,٦ وذلك عند درجة ثقة مقدارها ٩٥%

واظهرت النتائج أن تحليل الاعتمادية لمعامل ألفا كرو نباخ للمتغيرات ككل تمثل ٠,٨٦ وهو مؤشر لدرجة مرتفعة من الاعتمادية. ويعكس معامل ألفا كرو نباخ الذي تم التوصل إليه لدرجة عالية من الثقة /الثبات في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية ويتمتع بدرجة ٠,٩٣ عالية من الاتساق الداخلي وهي درجة الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية لكل محور، مما يدل على الاتساق المرتفع لمحتوى الاستقصاء وفقاً لآراء عينة الدراسة ومن ثم يمكن الاعتماد عليه في مراحل التحليل الإحصائي لهذه الدراسة.

ثالثا: الإحصاء الوصفي لفقرات الاستبيان.

قام الباحث باستخدام كل من الوسط الحسابي (كمقاييس للنزعة المركزية) بهدف التعرف على الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة بشأن المحاور الرئيسية للدراسة.

- المحور الأول: آليات التخصيص الخوارزمي وتأثيرها على تجربة المستخدم الإخبارية

جدول رقم (٢) الإحصائيات الوصفية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	التقدير	الترتيب
١	تؤثر الخوارزميات على نوع الأخبار التي أراها يومياً	٤,٣٥	مرتفع جداً	١
٢	أشعر أن المحتوى الإخباري أصبح مخصصاً حسب اهتمامي	٤,٢١	مرتفع جداً	٢
٣	تعتمد المنصات الإعلامية الرقمية على الخوارزميات في عرض الأخبار	٤,١٨	مرتفع	٣
٤	تساعدني الخوارزميات في الوصول إلى أخبار تهمني بسرعة	٣,٨٩	مرتفع	٤
٥	أثق بالمحتوى الذي تقدمه المنصات الرقمية بناءً على توصيات خوارزمية	٢,٧٦	متوسط	٥
المتوسط العام للمحور		٣,٨٨	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط العام للمحور بلغ ٣,٨٨ بتقدير مرتفع، مما يشير إلى إدراك مرتفع لدى عينة الدراسة لدور الخوارزميات في تشكيل تجربتهم الإخبارية. وقد جاءت العبارة "تؤثر الخوارزميات على نوع الأخبار التي أراها يومياً" في المرتبة الأولى بمتوسط ٤,٣٥، وهو ما يؤكد تنامي الوعي بوظيفة الخوارزمية كأداة للتحكم في تدفق المحتوى الإخباري.

في المقابل، حصلت عبارة "أثق بالمحتوى الذي تقدمه المنصات الرقمية" على أقل متوسط ٢,٧٦ بتقدير متوسط، وبالمرتبة الأخيرة. ويظهر ذلك فجوة واضحة بين مستوى إدراك المستخدمين لآليات التخصيص الخوارزمي، ومستوى ثقتهم في حيادية المخرجات الناتجة عنها.

تشير النتائج إلى أن الصحافة الخوارزمية قد نجحت في إعادة تشكيل تجربة الاستهلاك الإخباري من حيث السرعة والتخصيص، إلا أنها لم تتجح في بناء مستوى مماثل من الثقة المعرفية لدى المستخدم. إن ارتفاع الوعي بالتأثير الخوارزمي مع انخفاض الثقة يمثل مؤشراً على ما يمكن تسميته "أزمة الشرعية الخوارزمية"، حيث يتعامل المستخدم مع المحتوى المخصص مع إدراكه لإمكانية تحيزه. وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت

إليه أدبيات "فقاعة الترشيح" من أن التخصيص المفرط قد يؤدي إلى بيئة معلوماتية مغلقة، حتى مع استفادة المستخدم من ملاءمة المحتوى.



الشكل رقم ٦: مستويات آليات التخصيص الخوارزمي وتأثيرها على تجربة المستخدم الإخبارية

- المحور الثاني: تحولات السلطة والمعرفة والتحيز في البيئة الإعلامية الرقمية

جدول رقم: (٣) الاحصائيات الوصفية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	التقدير	الترتيب
١	أصبحت المنصات الرقمية تتحكم في ما يصلني أكثر من الإعلام التقليدي	٤,٤٢	مرتفع جداً	١
٢	تؤثر الصحافة الخوارزمية على تشكيل الرأي العام	٤,٢٨	مرتفع جداً	٢
٣	أصبح الإعلام الرقمي أكثر قوة في تشكيل المعرفة مقارنة بالإعلام التقليدي	٤,١١	مرتفع	٣
٤	تقلل الخوارزميات من تنوع وجهات النظر التي أتعرض لها	٣,٩٥	مرتفع	٤

٥	مرتفع	٣,٨٢	أعتقد أن الخوارزميات تعزز التحيز في المحتوى الإعلامي	٥
	مرتفع	٤,١٢	المتوسط العام للمحور	

سجل المحور الثاني متوسطاً عاماً قدره ٤,١٢ بتقدير مرتفع، وهو أعلى من المتوسط العام للمحور الأول. وقد احتلت العبارة "أصبحت المنصات الرقمية تتحكم في ما يصلني أكثر من الإعلام التقليدي" المرتبة الأولى بمتوسط ٤,٤٢، مما يدل على إجماع العينة على انتقال مركز التحكم في التدفق الإعلامي من المؤسسات التقليدية إلى المنصات الرقمية القائمة على الخوارزميات. كما أن حصول العبارات المتعلقة بتشكيل الرأي العام ٤,٢٨ وتشكيل المعرفة ٤,١١ على تقدير "مرتفع جداً" و"مرتفع"، يؤكد إدراك العينة للبعد السلطوي للصحافة الخوارزمية. أما العبارتان المتعلقةتان بتقليل التنوع ٣,٩٥ وتعزيز التحيز ٣,٨٢، فرغم وقوعهما في المراتب الأخيرة، إلا أنهما لا تزالان ضمن التقدير "المرتفع".

تعكس نتائج هذا المحور التحول الجوهري في بنية السلطة الإعلامية، حيث لم تعد سلطة "حراسة البوابة الإعلامية" حكرًا على المحرر البشري، بل انتقلت إلى الخوارزميات التي تحدد أولويات الظهور والانتشار. إن اقتران ارتفاع الوعي بالتحكم ٤,٤٢ مع ارتفاع الوعي بالتحيز ٣,٨٢ يثبت فرضية "صدى الغرفة" التي يتشكل فيها وعي المستخدم داخل نطاق معرفي محدود يعاد إنتاجه خوارزمياً.

رابعاً: خاتمة النتائج

وتشير النتائج إلى أن عينة الدراسة تدرك أن تأثير الخوارزميات يتجاوز البعد الوظيفي إلى البعد المعرفي والسلطوي، وهو ما يمثل جوهر إشكالية إعادة تشكيل البنية الإعلامية في العصر الرقمي.

بمقارنة المتوسط العام للمحورين، يتضح أن متوسط المحور الثاني ٤,١٢ أعلى من متوسط المحور الأول ٣,٨٨. ويدل ذلك على أن إدراك عينة الدراسة للأبعاد المتعلقة بتحويلات السلطة والمعرفة والتحيز كان أعلى من إدراكهم للأبعاد المتعلقة بالمنفعة الوظيفية للتخصيص الخوارزمي. ويستنتج من ذلك أن التحدي الرئيسي الذي تفرضه الصحافة الخوارزمية لا يتمثل في كفاءة التوصيل، بل في مشروعية التأثير.



الشكل رقم ٧: مستويات تحولات السلطة والمعرفة والتحيز في البيئة الإعلامية الرقمية

الفصل الرابع: نتائج الدراسة والاستنتاجات والتوصيات

تمهيد

يمثل هذا الفصل المرحلة الختامية للبحث، إذ يربط بين الجانب النظري والتطبيقي عبر عرض نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها وفق أهداف البحث وإشكاليته، وصولاً إلى استنتاجات علمية توضح العلاقة بين الصحافة الخوارزمية وإعادة تشكيل البنية الإعلامية، مع تقديم توصيات تسهم في تطوير الفهم الأكاديمي والممارسات الإعلامية في ظل التحول الرقمي. كما اعتمدت الدراسة على التحليل الإحصائي الوصفي لاستخراج مؤشرات حول دور الخوارزميات في تشكيل المحتوى الإعلامي وتأثيرها في السلطة والمعرفة داخل البيئة الرقمية.

المبحث الأول: نتائج الدراسة بين النظريات

التحليل العام للعلاقة بين النظريات والنتائج توضح الدراسة أن النظريات الإعلامية التقليدية لا تزال تقدم أسساً صالحة لفهم التحولات الرقمية الراهنة، إلا أنها بحاجة إلى مراجعة وتحديث في ظل البيئة الخوارزمية المعاصرة. فقد أظهرت النتائج أن دور الخوارزميات بات يمتد إلى ما هو أبعد من الجوانب التقنية البحتة، ليصل إلى التأثير في ديناميكية السلطة الإعلامية، وبناء المعرفة، وتحديد محتوى ما يستهلكه الجمهور وما يُسنتى من المجال العام. كما أشارت الدراسة إلى أن الجمهور لم يعد متلقياً سلبياً للمحتوى الإعلامي، بل أصبح أكثر وعياً بالدور الذي تؤديه الخوارزميات في تشكيل تجربته الإعلامية. ويعكس ذلك تزايد ظهور وعي نقدي جديد تجاه الإعلام الرقمي، على الرغم من استمرار الاعتماد المكثف على المنصات الرقمية كمصدر رئيسي للمعلومات. بناءً على ذلك، توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الخوارزمية تشكل تحولاً هيكلياً عميقاً في المنظومة الإعلامية، إذ أعادت صياغة مفاهيم مثل حراسة البوابة، والاعتماد الإعلامي، والمجال العام، في سياق بيئة رقمية تهيمن عليها البيانات والخوارزميات والمنصات الكبرى.

المطلب الأول: النتائج المتعلقة بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

أظهرت نتائج التحليل أن عينة الدراسة تعكس تنوعاً نسبياً في الخصائص الديموغرافية، وهو ما يساهم في تعزيز موثوقية النتائج. فقد تبين أن نسبة الذكور كانت أعلى من الإناث، وهو ما يشير إلى هيمنة نسبية للذكور على التفاعل مع أدوات الاستبيان المرتبطة بالبيئة الإعلامية الرقمية. كما أوضحت النتائج أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً كانت بين ٢٦ و ٣٥ سنة، وهو ما يعكس أن الفئة الشابة والمتوسطة هي الأكثر تفاعلاً مع المنصات الرقمية وأكثر إدراكاً للتحويلات الإعلامية المرتبطة بالصحافة الخوارزمية.

أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة يستخدمون المنصات الإعلامية الرقمية يومياً، مما يعكس ارتفاع الاعتماد على الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومات. كما تصدر فيسبوك المنصات الأكثر استخداماً لمتابعة الأخبار، تليه المواقع الإخبارية المباشرة، بما يؤكد استمرار تأثير المنصات الاجتماعية في تشكيل الاستهلاك الإعلامي. ومن حيث المستوى التعليمي، كانت النسبة الأعلى لحاملي شهادة البكالوريوس، ما يشير إلى امتلاك العينة مستوى تعليمياً يساعد على فهم وتحليل ظواهر إعلامية معقدة كالصحافة الخوارزمية.

المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بمحور آليات التخصيص الخوارزمي

أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن أفراد العينة يدركون بشكل واضح تأثير الخوارزميات في تشكيل تجربتهم الإخبارية اليومية، حيث جاء المتوسط العام للمحور في مستوى مرتفع، مما يعكس وعياً متزايداً بدور الخوارزميات في اختيار وتوجيه المحتوى الإعلامي. وقد تبين أن أغلب المشاركين يشعرون بأن المحتوى الإخباري الذي يتعرضون له أصبح مخصصاً وفق اهتماماتهم الرقمية، وهو ما يدل على فاعلية أنظمة التخصيص الخوارزمي في إعادة تشكيل تجربة المستخدم الإعلامية.

أظهرت النتائج اعتماد المنصات الإعلامية بشكل كبير على الخوارزميات في عرض الأخبار وترتيبها، بما يؤكد انتقال "حراسة البوابة الإعلامية" من الإنسان إلى النظام الرقمي. وفي المقابل، جاءت الثقة بالمحتوى الناتج عن التوصيات الخوارزمية بمستوى متوسط، مما يعكس فجوة بين الاستفادة من التخصيص الرقمي والثقة في حيادية النتائج. كما يدل ذلك على وجود وعي نقدي لدى الجمهور تجاه تأثير الخوارزميات في تشكيل المحتوى الإعلامي.

المطلب الثالث: النتائج المتعلقة بتحويلات السلطة والمعرفة والتحيز

أظهرت النتائج أن أفراد العينة يتفوقون بدرجة مرتفعة على أن المنصات الرقمية أصبحت تتحكم في تدفق المعلومات بشكل أكبر من الإعلام التقليدي، وهو ما يعكس تحولاً واضحاً في بنية السلطة الإعلامية. كما

تبين أن الصحافة الخوارزمية تسهم في تشكيل الرأي العام وإعادة إنتاج المعرفة داخل الفضاء الرقمي، مما يؤكد أن الخوارزميات لم تعد مجرد أدوات تقنية بل أصبحت فاعلاً معرفياً مؤثراً في المجال العام.

كما أشارت النتائج إلى أن الخوارزميات قد تقلل من تنوع وجهات النظر التي يتعرض لها المستخدم، بالإضافة إلى احتمال تعزيز بعض أشكال التحيز في المحتوى الإعلامي، وإن كان ذلك بدرجات متفاوتة. وهذا يعكس وجود إدراك عام لدى العينة بأن البيئة الإعلامية الرقمية ليست محايدة بالكامل، بل تخضع لمنطق خوارزمي قد يعيد تشكيل الواقع الإعلامي وفق أنماط محددة من التصفية والاختيار.

المطلب الرابع: خاتمة النتائج

تشير النتائج مجتمعة إلى أن الصحافة الخوارزمية لم تعد مجرد تطور تقني في صناعة المحتوى الإعلامي، بل أصبحت عاملاً أساسياً في إعادة تشكيل البنية الإعلامية من حيث السلطة والمعرفة والتأثير. كما توضح النتائج أن الجمهور يمتلك وعياً متزايداً بدور الخوارزميات في توجيه المحتوى، لكنه في الوقت نفسه لا يزال يتعامل معها بشكل يومي باعتبارها جزءاً أساسياً من تجربته الإعلامية. وبناءً على ذلك يمكن القول إن التحول الخوارزمي في الإعلام لا يغير فقط طريقة إنتاج الأخبار، بل يعيد بناء العلاقة بين المستخدم والمعلومة داخل الفضاء الرقمي.

المبحث الثاني: استنتاجات الدراسة

المطلب الأول: استنتاجات حول الصحافة الخوارزمية

توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الخوارزمية أصبحت تمثل أحد المكونات الجوهرية في البنية الإعلامية المعاصرة، إذ لم تعد مجرد إضافة تقنية إلى العمل الصحفي، بل تحولت إلى عنصر بنيوي يعيد تشكيل طريقة إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه واستهلاكه. كما تبين أن المؤسسات الإعلامية باتت تعتمد بشكل متزايد على الخوارزميات والأنظمة الذكية في تحليل البيانات الضخمة، واختيار الأخبار، وتحديد أولويات النشر، وهو ما أدى إلى رفع مستوى الكفاءة والسرعة في الأداء الإعلامي، وجعل العملية الصحفية أكثر دقة وتنظيماً من حيث تدفق المعلومات وإدارتها.

أظهرت النتائج أن التحول الخوارزمي رافقته تحديات تتعلق بالشفافية وصعوبة معرفة المعايير التي يتم وفقها اختيار المحتوى أو استبعاده، مما أدى إلى نوع من "التحكم غير المرئي" في تدفق المعلومات. كما بينت الدراسة أن التخصيص الخوارزمي أصبح سمة أساسية في البيئة الرقمية عبر تقديم محتوى يتوافق مع سلوك واهتمامات المستخدمين، وهو ما يعزز التجربة الشخصية، لكنه قد يحد من تنوع المعرفة الإعلامية ويؤدي إلى نوع من الانغلاق المعلوماتي داخل الفضاء الرقمي.

المطلب الثاني: استنتاجات حول البنية الإعلامية

خلصت الدراسة إلى أن البنية الإعلامية التقليدية تحولت نحو نموذج رقمي قائم على البيانات والخوارزميات، حيث انتقلت سلطة اختيار المحتوى وتوجيهه من المحرر البشري إلى الأنظمة الذكية والمنصات الرقمية المعتمدة على تحليل سلوك المستخدمين. كما أصبحت هذه المنصات الوسيط الرئيس بين المؤسسات الإعلامية والجمهور، مما أعاد تعريف المجال الإعلامي العام داخل بيئة رقمية ديناميكية تتحكم فيها الخوارزميات بدرجة كبيرة.

أظهرت النتائج أن التحول الخوارزمي لم يقتصر على الجانب التقني، بل شمل إعادة توزيع القوة داخل النظام الإعلامي، إذ أصبحت الخوارزميات فاعلاً رئيسياً في تحديد المحتوى المنشور وتعزيز ظهوره أو تقليصه. ويعكس ذلك تحولاً بنوياً في الإعلام المعاصر، حيث لم تعد السلطة الإعلامية حكراً على المؤسسات التقليدية، بل باتت موزعة بين المنصات الرقمية والأنظمة الذكية التي تتحكم في تدفق المعلومات داخل الفضاء الرقمي.

المطلب الثالث: استنتاجات حول السلطة والمعرفة

أظهرت الدراسة أن الصحافة الخوارزمية تسهم في إعادة تشكيل السلطة المعرفية داخل المجال الإعلامي، عبر إخضاع المعرفة لمنطق خوارزمي قائم على الترتيب والتصنيف والتخصيص، مما يجعل إنتاجها وتداولها مرتبطين بمعايير رقمية غير ظاهرة للمستخدم. كما بينت أن هذا الواقع قد يحد من تنوع الآراء وتعددية المصادر، ويوجه المستخدم نحو محتوى يتوافق مع تفاعلاته وسلوكه الرقمي السابق.

أشارت النتائج إلى أن الجمهور أصبح أكثر وعياً بتأثير الخوارزميات في تشكيل المحتوى الإعلامي، فلم يعد ينظر إلى الأخبار بوصفها محايدة بالكامل، بل يدرك وجود تدخل خوارزمي في توجيه المعلومات المعروضة له. ويعكس ذلك تنامي الوعي النقدي تجاه الإعلام الرقمي، وتحول المستخدم من متلقٍ سلبي إلى أكثر إدراكاً لآليات التوجيه الخوارزمي، رغم أن هذا الوعي ما يزال غير مكتمل.

المبحث الثالث: توصيات الدراسة

المطلب الأول: توصيات موجهة للمؤسسات الإعلامية

توصي الدراسة بتعزيز الشفافية في استخدام الخوارزميات داخل المؤسسات الإعلامية عبر توضيح آليات اختيار الأخبار وترتيبها، بما يعزز ثقة الجمهور بالمنصات الرقمية. كما تدعو إلى تطوير سياسات تحريرية توازن بين التخصيص الخوارزمي والحفاظ على التنوع الإعلامي، لمنع إقصاء بعض الآراء أو تكرار المحتوى بشكل محدود. كذلك تؤكد أهمية الاستثمار في أنظمة نكاء اصطناعي أكثر عدالة وشفافية، مع

تعزيز الرقابة البشرية على المخرجات الخوارزمية لضمان الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية. إضافة إلى ذلك، توصي بتدريب الكوادر الإعلامية على فهم آليات عمل الخوارزميات والتعامل معها كجزء من العملية التحريرية الحديثة.

المطلب الثاني: توصيات موجهة للباحثين

توصي الدراسة بالتوسع في الأبحاث المستقبلية حول تأثير الذكاء الاصطناعي والخوارزميات على الإعلام، خاصة في الجوانب الأخلاقية والمعرفية والاجتماعية والنفسية، لفهم تحولات الإعلام الرقمي. كما تدعو إلى إجراء دراسات مقارنة بين البيئات الإعلامية العربية والعالمية لرصد اختلافات تطبيق الصحافة الخوارزمية وانعكاساتها على الجمهور والبنية الإعلامية. وتقتراح اعتماد مناهج بحثية تجمع بين التحليل الكمي والنوعي، مع التوسع في دراسة الخطاب الإعلامي وسلوك المستخدم داخل المنصات الرقمية.

المطلب الثالث: توصيات موجهة للجمهور

يتوجب على الجمهور أولاً رفع مستوى وعيه الرقمي والإعلامي ليتمكن من فهم آليات عمل الخوارزميات وتأثيرها في تشكيل ما يراه من محتوى إخباري. إذ أصبحت الصحافة الخوارزمية تتحكم بشكل كبير في تدفق المعلومات، لذا ينبغي على المستخدمين التعرف على مفهوم «فقاعة التصفية» وكيفية عمل التخصيص الخوارزمي (Thurman et al., 2019). كما أكدت مراجعة Sonni et al (2024) أن الوعي بتأثير الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار يُعد خطوة أساسية نحو استهلاك إعلامي أكثر استقلالية.

وبناءً على ذلك، ينصح الجمهور بتتبع مصادر الحصول على الأخبار وعدم الاعتماد على منصة واحدة أو خوارزمية واحدة. وفي هذا السياق، أشار Dodds et al (2025) إلى أن الاعتماد المفرط على التخصيص الخوارزمي قد يحد من التعرض لوجهات نظر متنوعة، مما يؤثر سلباً على تشكيل الرأي العام والمعرفة الرقمية. كذلك شدد تقرير Tow Center for Digital Journalism (2024) على أهمية كسر الفقاعات الخوارزمية من خلال البحث النشط عن مصادر متعددة للحصول على صورة أكثر توازناً للواقع.

بالإضافة إلى ذلك، يجب على الجمهور تطوير مهارات التحقق من المعلومات والتفكير النقدي تجاه المحتوى المقدم خوارزمية. وقد أبرزت Danzon-Chambaud (2021) في مراجعتها المنهجية ضرورة أن يتبنى الجمهور موقفاً نقدياً تجاه المصادقية والتحيزات المحتملة في الأنظمة الآلية. وأخيراً، يُشجع المستخدمون على المشاركة الواعية والمسؤولة في الفضاء الرقمي، مع دعم المؤسسات الإعلامية التي تلتزم بالشفافية الخوارزمية، بما يساهم في بناء بيئة إعلامية رقمية أكثر توازناً ومصادقية.

هذه التوصيات مجتمعة تُمكن الجمهور من الانتقال من دور المتلقي السلبي إلى متلقٍ نشيط وواعٍ، قادر على التعامل مع تحديات الصحافة الخوارزمية والاستفادة من فرصها في الوقت نفسه.

الاستنتاجات

خلصت الدراسة إلى أن الصحافة الخوارزمية تمثل تحولاً جذرياً في بنية الإعلام المعاصر، حيث أصبح الإعلام نظاماً رقمياً تتداخل فيه الخوارزميات والذكاء الاصطناعي مع الممارسة الصحفية في إنتاج المحتوى وتوجيهه. كما أظهرت النتائج أن هذا التحول يوفر فرصاً لتحسين كفاءة الإنتاج وتسريع تدفق المعلومات وتخصيص المحتوى، لكنه يفرض تحديات تتعلق بالشفافية والتنوع والمصداقية والتحكم غير المرئي في تدفق المعلومات.

يتطلب مستقبل الإعلام في ظل الصحافة الخوارزمية إعادة النظر في أدوار المؤسسات الإعلامية والصحفيين والجمهور، لتحقيق توازن بين التطور التقني والحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية. لذلك، لا يُعد هذا التحول مجرد تطور تقني، بل إعادة تشكيل شاملة لمنظومة.

مصادر:

١. أبو صالح، مي أحمد عزت. (٢٠٢٥). ما بعد الحداثة والإعلام الخوارزمي: أثر الخوارزميات المدعومة بالذكاء الاصطناعي في تشكيل الهوية والسلوك. مجلة كلية الآداب بقنا، ع٦٩، ٥٥٧ - ٦٣٨. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1674049>
٢. بن صفي الدين، الحاج عيسى، و غنيو، سفيان. (٢٠٢٥). الحجاج بواسطة الخوارزميات: كيف تكبح منصات التواصل الاجتماعي الخطاب الرقمي العربي؟. مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والانسانية، مج٩، ع٢، ١٩٣ - ٢٠٦. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1638559>
٣. فتح الباب، هالة السيد يسري، و النجار، لميس متولي محمد أحمد. (٢٠٢٥). الاتجاهات المعاصرة في توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٩٣، ٩٣ - ١٢٣. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1637566>
٤. عبدالغفار، وفاء جمال درويش. (٢٠٢٥). ضوابط المؤسسات الصحفية لضمان مصداقية المحتوى الإخباري المتداول عبر المنصات الرقمية وانعكاساتها على تعزيز ثقة الجمهور في ظل انتشار الأخبار الزائفة: دراسة على الجمهور والقائم بالاتصال في إطار النظرية السيبرانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج٢٤، ع٤، ١ - ١١٨. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1638128>

٥. نائب، إبراهيم، المرشد، طه عبداللطيف، و سلطان، نسرین. (٢٠١٧). اتخاذ قرار التداول بتكامل خوارزمية أمثلية سرب الطيور مع خوارزمية آلة شعاع الدعم بالتطبيق على سوق دمشق للأوراق المالية. مجلة بحوث جامعة حلب - سلسلة العلوم الاقتصادية، ع٢٧، ١ - ٢٢. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1565012>

٦. أبو صالح، مي أحمد عزت. (٢٠٢٥). فاعلية استخدام تقنيات الأمن السيبراني المدعومة بالذكاء الاصطناعي في حماية المنصات الإعلامية الرقمية وتحسين جودة المحتوى الصحفي. مجلة كلية الآداب، ع٦٥، ج٤، ٢٠٧ - ٢٩٠. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1620439>

٧. المرغني، عادل عاشور محمد، و عبدالكريم، عبدالكريم سالم. (٢٠١٥). نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية. مجلة العلوم الإنسانية والتطبيقية، ع٢٧، ٥٠٧ - ٥٢٣. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/766450>

٨. بصلي، فضاة عباسي. (٢٠٠٨). المرأة الجزائرية وتطور الإعلام: من موضوع كتابة إلى مساهمة في بناء الرسالة الإعلامية. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، ع١٤، ١٩٩ - ٢٤٨. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/97962>

٩. العمار، علي حسين حسن. (٢٠١٩). نشأة وتطور الصحافة العسكرية والأمنية في اليمن. مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع٢٣، ٢٨٦ - ٣٢٢. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/999153>

١٠. قادم، جميلة. (٢٠١٦). نشأة وتطور الصحافة الخاصة في الجزائر ومراحلها من ١٩٩٠ إلى غاية ٢٠١٥: دراسة وصفية تحليلية لتطور المشهد الإعلامي المكتوب في الجزائر. مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، ع٧، ١٣٦ - ١٥٦. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/769763>

١١. بوعمامة، العربي، و بوخاري، حفيظة. (٢٠١٥). الصحافة الاستقصائية في الإعلام التلفزيوني والإعلام الجديد: التطور التاريخي ومعايير البناء الخبري. مجلة العلوم الإنسانية، ع٣، ٢٢٩ - ٢٤٢. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/822703>

12. Algorithms, automation, and news: New directions in the study of computation and journalism. Digital Journalism, 7(8), 980-992. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1685395>

13. Digital newsroom transformation: A systematic review of AI's impact on journalistic practices. Journal of Media and Communication Studies (أو MDPI) .(<https://www.mdpi.com/2673-5172/5/4/97>)
14. The AI turn in journalism: Disruption, adaptation, and democratic futures. <https://ptml.sjmc.wisc.edu/wp-content/uploads/sites/2406/2025/09/dodds-et-al-2025-the-ai-turn-in-journalism-disruption-adaptation-and-democratic-futures.pdf>
15. Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena (2024). Columbia Journalism Review (Tow Center). https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php/
16. A systematic review of automated journalism scholarship: Guidelines and suggestions for future research. Digital Journalism. (PMC). <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10445913>
17. Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society (T. Burger, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)
18. Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. Communication Research, 3(1), 3-21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
19. Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research. Human Relations, 1(2), 143-153. <https://doi.org/10.1177/001872674700100201>