جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة – الجزائر
ISSN: 1112-4377, EISSN: 2588-2384
المجلد: 30. العدد. 04. السنة. 2026.
مجلة المعيار
EL MIEYAR

الويب الذكي والوساطة الخوارزمية: تحولات الحقل المعرفي لعلوم الإعلام والاتصال في ظل الثورة الرقمية

The Intelligent Web and Algorithmic Mediation: Transformations in the Epistemological Field of Media and Communication Studies in the Era of the Digital Revolution

نسرين زيادة [1]

nesrine.ziada@univ-alger2.dz

تاريخ الاستلام: 2026/03/31 تاريخ النشر: 2026/09/15

Received: 31/03/2026 published: 15/09/2026

ملخص المقال

تتناول هذه الدراسة اثر الويب الذكي والوساطة الخوارزمية في اعادة تشكيل الحقل المعرفي لعلوم الاعلام والاتصال في سياق التحول الرقمي المتسارع. من خلال رصد التحولات التي طالت عددا من المفاهيم الاتصالية المركزية، مثل الجمهور، والرسالة الإعلامية، وحارس البوابة، في ظل التخصيص الخوارزمي وآليات إدارة الانتباه داخل البيئة الرقمية. كما تسعى إلى تحليل انعكاسات هذه التحولات على الممارسات المهنية الإعلامية، خاصة مع تصاعد الأتمتة وتنامي دور الأنظمة الذكية في إنتاج المحتوى وتوزيعه، إضافة إلى تأثيرها على التكوين الأكاديمي وما يفرضه من ضرورة تبني مقاربات عابرة للتخصصات تجمع بين الإعلام والتكنولوجيا والبيانات. وتخلص الى ان الاعلام المعاصر اصبح مشروطا بمنطق النظم الخوارزمية، مما يفرض اعادة بناء الاسس النظرية والمنهجية وفق رؤية تكاملية تجمع بين الابعاد التقنية والمعرفية والاخلاقية.

الكلمات المفتاحية: الويب الذكي ،الوساطة الخوارزمية ،التحول الرقمي ،الذكاء الاصطناعي ،أخلاقيات الإعلام الرقمي.

Abstract

This study examines the impact of the intelligent web and algorithmic mediation on reshaping the cognitive field of Media and Communication Studies within the context of accelerated digital transformation. It investigates the transformations affecting several central communication concepts, such as the audience, the media message, and the gatekeeper, under conditions of algorithmic personalization and attention management within the digital environment. The study also seeks to analyze the implications of these transformations on professional media practices, particularly with the rise of automation and the growing role of intelligent systems in content production and distribution, as well as their impact on academic training and the need to adopt interdisciplinary approaches that integrate media, technology, and data studies. The study concludes that contemporary media has become conditioned by the logic of algorithmic systems, which necessitates the reconstruction of the theoretical and methodological foundations of Media and Communication Studies according to an integrative vision that combines technical, cognitive, and ethical dimensions.

Keywords: *Intelligent Web (Web 3.0), Algorithmic Mediation, Digital Transformation, Artificial Intelligence, Big Data, Media and Communication Studies, Algorithmic Personalization, Digital Media Ethics*

(1) جامعة أبو القاسم سعد الله الجزائر 2

مقدمة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، وما رافقها من صعود الوساطة الخوارزمية والويب الذكي، يواجه حقل علوم الإعلام والاتصال تحديا معرفيا يتمثل في مدى قدرة أطره النظرية الكلاسيكية على تفسير ديناميات الاتصال في البيئة الرقمية. إذ لم تعد العملية الاتصالية محكومة بالوساطة البشرية التقليدية، بل أصبحت تتشكل ضمن منظومات خوارزمية معقدة تعيد توزيع الأدوار والسلطة داخل المجال الإعلامي ، و بالتالي لم يعد بالإمكان مقاربة علوم الإعلام والاتصال اليوم بالأدوات المفاهيمية ذاتها التي صيغت في سياق إعلامي تقليدي، إذ أفرزت الثورة الرقمية، في امتداداتها المرتبطة بالويب الذكي والوساطة الخوارزمية، تحولات عميقة أعادت تشكيل بنية هذا الحقل المعرفي من الداخل. فمع تصاعد دور تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة، لم تعد العملية الاتصالية تفهم بوصفها تفاعلا بين مرسل ومستقبل عبر قناة محددة، بل أصبحت منظومة مركبة تتداخل فيها الأبعاد التقنية والمعرفية، حيث تلعب الخوارزميات دورا حاسما في تنظيم تدفق المعلومات، وتحديد أولويات الظهور، وصياغة أنماط التفاعل داخل الفضاء الرقمي.

هذا ولم تعد التكنولوجيا مجرد وسيط محايد أو أداة داعمة، بل تحولت إلى عنصر بنيوي يعيد تعريف منطق الاتصال ذاته، ويؤثر في كيفية إنتاج المحتوى وتداوله وتأويله. وهو ما يفرض إعادة النظر في كثير من المسلمات التي قامت عليها النظريات الاتصالية، خاصة في ظل انتقال مركز الثقل من الفاعل البشري الواضح إلى فاعل خوارزمي غير مرئي، لكنه شديد التأثير. فالإشكال لم يعد متعلقا فقط بتطور الوسائط، بل بتحول في طبيعة المعرفة الإعلامية، وفي الكيفية التي يبنى بها المعنى داخل بيئة رقمية تقوم على التخصيص، والتنبؤ، وإدارة الانتباه.

انطلاقا من هذه التحولات البنيوية التي يشهدها المجال الاتصالي المعاصر، تكتسب هذه الدراسة اهميتها من سعيها الى مقاربة الواقع الاعلامي الرقمي من منظور تحليلي نقدي يتجاوز المقاربات الوصفية التقليدية، عبر تفكيك التحولات التي مست المفاهيم المؤسسة لعلوم الاعلام والاتصال، واعادة مساءلة قدرتها التفسيرية في ظل صعود الوساطة الخوارزمية والذكاء الاصطناعي. كما تنخرط الدراسة في تحليل مدى قابلية الاطر النظرية الكلاسيكية لاستيعاب ديناميات الاتصال الجديدة، وربط ذلك بالتحولات التي طالت الممارسة المهنية والتكوين الاكاديمي داخل بيئة اعلامية تتسم بالتعقيد والتسارع والتشابك بين التقني والمعرفي.

وفي هذا السياق، اعتمدت الدراسة على المنهج النظري التحليلي الذي يسمح باستنطاق البنى المفاهيمية والنظرية للحقل الاتصالي، من خلال تفكيك المفاهيم المركزية وتحليل الادبيات العلمية الحديثة تحليلا نقديا معمقا، مع الربط بين التحولات التقنية واعادة تشكل البناء المعرفي لعلوم الاعلام والاتصال. وتهدف هذه المقاربة الى بناء قراءة تفسيرية قادرة على استيعاب التعقيد الذي يميز الاعلام الرقمي المعاصر، وفهم الكيفية التي يعاد من خلالها انتاج المعنى والسلطة والتفاعل داخل الفضاءات الاتصالية الخاضعة لمنطق الخوارزميات والانظمة الذكية، من هنا تطرح الدراسة إشكالية مركزية تتعلق بكيفية إعادة بناء الفهم النظري للاتصال في ضوء هذا التحول البنيوي. ومن هذا المنطلق، يطرح التساؤل الجوهري الآتي: كيف تسهم الوساطة الخوارزمية والويب الذكي في إعادة تشكيل الحقل المعرفي والبنيوي لعلوم الإعلام والاتصال، وما هي انعكاساتها على المستويين المهني والأخلاقي؟

واندرج ضمن هذا للتساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية ندرجها كالاتي :

1. ما هي المقاربات النظرية الكفيلة بتفسير وتفكيك تحولات الاتصال في البيئة الرقمية؟
2. كيف يساهم التحول نحو الوساطة الخوارزمية في إعادة تشكيل البنية الاتصالية وتغيير ملامح السلطة المعرفية؟
3. كيف تؤثر الوساطة الخوارزمية في إعادة صياغة شروط إنتاج الحقيقة، وما هي الإشكالات الأخلاقية والمعرفية المترتبة على تفتيت المجال العام المشترك؟

اهداف الدراسة :

1. **الكشف عن** المقاربات النظرية والمنهجية الحديثة الكفيلة بتفسير وتفكيك تحولات الاتصال المعاصر في البيئة الرقمية، وتحديد مدى قدرة الأطر الكلاسيكية على استيعاب هذه المتغيرات.
2. **تسليط الضوء على** ديناميكيات التحول نحو الوساطة الخوارزمية، ورصد دورها في إعادة تشكيل البنية الاتصالية وتغيير ملامح السلطة المعرفية في عصر البيانات الضخمة.
3. **تقصي** أثر الوساطة الخوارزمية في إعادة صياغة شروط إنتاج الحقيقة وتداولها، وتفكيك الإشكالات الأخلاقية والمعرفية (الإبستمولوجية) المترتبة على تفتيت المجال العام المشترك.

أهمية الدراسة :

تكتسي هذه الدراسة اهمية علمية ومعرفية داخل حقل علوم الاعلام والاتصال، بالنظر الى التحولات البنيوية التي فرضها التحول الرقمي على البيئة الاتصالية المعاصرة، وما نتج عنها من اعادة تشكيل لمفاهيم الاتصال وفاعليه ووسائطه. وتنبع اهميتها من سعيها الى مساءلة الاسس الأبستمولوجية التي قامت عليها النظريات الاتصالية الكلاسيكية، ومدى قدرتها على تفسير ديناميات الاتصال الجديدة في ظل صعود الوساطة الخوارزمية والذكاء الاصطناعي باعتبارهما فاعلين مؤثرين في صناعة المحتوى وتوجيه التدفقات الاعلامية وبناء المعنى داخل الفضاء الرقمي. كما تسعى الدراسة الى الاسهام في تجديد البناء النظري لعلوم الاعلام والاتصال من خلال تقديم مقاربة تحليلية تستوعب التداخل بين البعد التقني والمعرفي والاتصالي، بما ينسجم مع منطق البيئة

الرقمية القائمة على التخصيص وادارة الانتباه وتحليل البيانات الضخمة، تبرز اهمية الدراسة كذلك في قدرتها على الربط بين التحليل النظري والتحولات التي مست الممارسة المهنية الاعلامية، من خلال فهم اثر التقنيات الرقمية في اعادة تشكيل الادوار الاتصالية وانماط التفاعل بين المؤسسات الاعلامية والجمهور، في ظل تنامي الاعتماد على الانظمة الذكية والاتمتة الرقمية. كما تساهم في دعم تطوير المناهج الاكاديمية وبرامج التكوين الجامعي في مجال علوم الاعلام والاتصال، بما يسمح بتكوين كفاءات قادرة على استيعاب التحولات الرقمية ومواجهة التحديات المهنية والاخلاقية والمعرفية التي يفرضها الاعلام الرقمي المعاصر.

الاطار النظري للدراسة

1. ضبط مفاهيم الدراسة :

يشكل الاطار المفاهيمي والنظري منطلقا اساسيا لفهم مختلف التحولات التي يعرفها حقل علوم الاعلام والاتصال في ظل البيئة الرقمية المعاصرة، اذ يقوم هذا البحث على تحديد وتحليل مجموعة من المفاهيم المركزية المرتبطة **بالتحول الرقمي والويب الذكي والوساطة الخوارزمية**، باعتبارها مفاهيم محورية تساعد على بناء التصور التفسيري للدراسة وفهم ابعادها المعرفية والاتصالية.

1.1-التحول الرقمي رز هذا المفهوم بوصفه احد المفاهيم الاساسية التي تعكس انتقال المؤسسات والمجتمعات من النظم التقليدية الى نظم رقمية قائمة على التكنولوجيا الحديثة في انتاج المعلومات وتداولها واتخاذ القرار، الامر الذي ادى الى اعادة تشكيل البنى الاقتصادية والاجتماعية والاتصالية بصورة عميقة .(Vial, 2019, p. 118) كما تمثل هذه المفاهيم مدخلا نظريا ضروريا لتحليل طبيعة التحولات التي مست البيئة الاعلامية المعاصرة، والكشف عن الكيفية التي اعادت بها التكنولوجيا والخوارزميات صياغة منطق الاتصال وانتاج المعنى داخل الفضاء الرقمي.

وقد اشار Bharadwaj et al. الى ان التحول الرقمي يقوم على توظيف تقنيات متقدمة مثل الحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، وانترنت الاشياء، والبيانات الضخمة في اعادة تصميم الخدمات والمنتجات، بما يسمح بتقديم تجارب اكثر تخصيصا ومرونة للمستخدمين، ويعزز القدرة التنافسية للمؤسسات في الاقتصاد الرقمي .(Bharadwaj et al., 2013, p. 472) كما ينظر الى التحول الرقمي بوصفه عملية ديناميكية مستمرة تتطلب التكيف مع التغيرات التكنولوجية والسوقية، مما يجعله عاملا اساسيا في تحقيق الاستدامة والنمو في مختلف القطاعات.

هذا و قد أشار الباحث Schwab الى أن التحول الرقمي يمثل تحولا بنيويا عميقا ينتقل بالمؤسسات والمجتمعات من منطق التشغيل التقليدي الى منطق رقمي قائم على البيانات والتكامل التكنولوجي، حيث تصبح المعلومات موردا استراتيجيا فاعلا، وتغدو التكنولوجيا محركا رئيسيا في اعادة تشكيل البنى الاقتصادية والاجتماعية والتنظيمية.(Schwab, 2016, p. 12)

وقد عرفه Vial بانه تحول تنظيمي ناتج عن دمج التقنيات الرقمية في مختلف مجالات النشاط، بما يؤدي الى احداث تغييرات جوهرية في كيفية خلق القيمة وتقديمها داخل المؤسسات .(Vial, 2019, p. 121) وتتقاطع هذه الفكرة مع ما ذهب اليه Westerman et al. الذين اكدوا ان التحول الرقمي لا يرتبط فقط برقمنة البيانات واستخدام الوسائل التقنية، وانما يشمل ايضا اعادة تشكيل الثقافة المؤسسية وانماط التفكير وطرق التفاعل بما يتلاءم مع متطلبات البيئة الرقمية المتسارعة.(Westerman et al., 2014, p. 45)

2.1 الويب الذكي :يقصد بـ Web 3.0 الجيل الثالث من تطور شبكة الانترنت، والذي يتميز بالانتقال من مجرد عرض المعلومات وربطها كما في Web 1.0 و Web 2.0الى بيئة رقمية ذكية قائمة على الفهم الدلالي للمحتوى والقدرة على معالجته اعتمادا على تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات المترابطة. ويهدف هذا النمط من الويب الى تمكين الانظمة من تفسير المعاني والسياقات، وليس فقط قراءة البيانات، بما يسمح بتقديم محتوى اكثر دقة وتخصيصا وفقا لاحتياجات المستخدمين.(Berners-Lee et al., 2001, p. 34)

ويعتمد الويب الذكي على مجموعة من التقنيات المتقدمة، مثل الويب الدلالي، وتعلم الالة، ومعالجة اللغة الطبيعية، حيث تنظم البيانات بصورة مترابطة تمكن التطبيقات من التفاعل معها بذكاء، مما يسهم في تعزيز كفاءة البحث والاسترجاع وتحسين تجربة المستخدم (Antoniou & Van Harmelen, 2004, p. 26).كما يتيح هذا التطور بناء بيئات رقمية اكثر استقلالية، تكون فيها الانظمة قادرة على تقديم توصيات واتخاذ قرارات بصورة شبه ذاتية استنادا الى تحليل البيانات والسلوكيات الرقمية.

ومن جهة اخرى، يرتبط مفهوم Web 3.0 بفكرة اللامركزية، خاصة مع بروز تقنيات البلوكشين التي تسعى الى تقليل سيطرة الوسطاء وتعزيز امن البيانات وخصوصية المستخدمين، الامر الذي يجعل الويب الذكي تحولا نوعيا نحو انترنت اكثر تفاعلية وذكاء، تتكامل فيه البيانات والتقنيات من اجل انتاج معرفة قابلة للاستخدام واتخاذ القرار داخل البيئة الرقمية المعاصرة.

ويتقاطع مع هذا التحول مفهوم الوساطة الخوارزمية، الذي يشير الى الدور المتزايد للخوارزميات في تنظيم تدفق المعلومات وتحديد المضامين التي تعرض للمستخدمين داخل محركات البحث ومنصات التواصل الاجتماعي، مما يجعلها فاعلا مركزيا في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الرقمي (Gillespie, 2014, p. 168).كما يرتبط بذلك مفهوم البيانات الضخمة، التي تعرف بوصفها مجموعات هائلة ومتنوعة من البيانات تتجاوز قدرة الادوات التقليدية على معالجتها، ويتم تحليلها باستخدام تقنيات متقدمة لاستخراج الانماط والمعارف الجديدة التي تدعم اتخاذ القرار وتعزز الابتكار في البيئة الرقمية (Mayer-Schonberger & Cukier, 2013, p. 6).

3.1 الوساطة الخوارزمية : ارتبط مفهوم الوساطة الخوارزمية لغويا بكلمتين اساسيتين، هما ''الوساطة'' و''الخوارزمية''. فالوساطة تعني التوسط بين طرفين بغرض الربط او التوجيه او تنظيم عملية التواصل، بينما تعود كلمة ''الخوارزمية'' الى العالم العربي محمد بن موسى الخوارزمي، وتشير الى مجموعة من التعليمات والخطوات الحسابية والمنطقية التي تستخدم لمعالجة البيانات واتخاذ القرارات بصورة آلية ومنظمة. ومن خلال الجمع بين المفهومين، يتضح ان الوساطة الخوارزمية تعبر عن نمط جديد من الوساطة الرقمية التي تقوم بها الانظمة الذكية والخوارزميات داخل البيئة الاتصالية المعاصرة.

يشير مفهوم الوساطة الخوارزمية الى الدور الذي تؤديه الخوارزميات في تنظيم وتوجيه تدفق المعلومات داخل البيئات الرقمية، حيث لم يعد الوصول الى المحتوى يتم بصورة مباشرة، بل عبر انظمة حسابية تقوم بترتيبه وتصفيته وتخصيصه وفقا لمعايير محددة تعتمد على تحليل البيانات والسلوك الرقمي للمستخدمين. وتستخدم هذه الخوارزميات في محركات البحث ومنصات التواصل الاجتماعي لتحديد المضامين التي تظهر للمستخدمين بناء على اهتماماتهم وانماط تفاعلهم السابقة، الامر الذي يجعلها اداة مركزية في التحكم في تدفق المعلومات داخل الفضاء الرقمي.(Gillespie, 2014, p. 168)

وفي هذا السياق، يعكس مفهوم الوساطة الخوارزمية تحولا عميقا في طبيعة الوساطة الاعلامية، حيث انتقلت من الوسيط البشري التقليدي، كالصحفي والمحرر، الى وسيط تقني غير مرئي يعمل وفق نماذج رياضية ومعايير مبرمجة مسبقا، مما منح الخوارزميات سلطة متزايدة في تشكيل المعرفة الرقمية وتوجيه الانتباه العام .(Napoli, 2014, p. 342) كما اسهم هذا التحول في ظهور ما يعرف بفقاعات التصفية، وهي حالة يتعرض فيها المستخدم الى محتوى يتوافق مع اهتماماته وتفضيلاته فقط، الامر الذي قد يؤدي الى تقليص تنوع المعلومات والتأثير في تشكيل الرأي العام والادراك الاجتماعي للقضايا المختلفة.(Pariser, 2011, p. 9)

وعليه، لم تعد الوساطة الخوارزمية مجرد اداة تقنية محايدة، بل اصبحت فاعلا بنيويا داخل البيئة الرقمية المعاصرة، يساهم في اعادة تشكيل العلاقة بين المستخدم والمحتوى، ويطرح اشكالات تتعلق بالشفافية والتحيز والرقابة الرقمية. ومن ثم، باتت الخوارزميات جزءا محوريا في الدراسات الاعلامية والاتصالية الحديثة، بالنظر الى دورها في صناعة المعنى وتوجيه التفاعل داخل الفضاء الرقمي، وبذلك، يشكل هذا النسق المفاهيمي شبكة مترابطة تساعد على فهم التحولات الرقمية من خلال تحليل التفاعل القائم بين التكنولوجيا والبيانات والخوارزميات، بما يسهم في بناء اطار نظري قادر على تفسير الظواهر الاتصالية الجديدة وتحليل ابعادها بصورة علمية ومنهجية

2. -1المقاربات النظرية المفسرة لتحولات الاتصال في البيئة الرقمية

ينطلق هذا البحث من مراجعة نقدية لمجموعة من النظريات الاتصالية الكلاسيكية التي شكلت البناء المرجعي لفهم الظاهرة الاتصالية قبل تمرحلها الرقمي, حيث أسست هذه الأطر لتفسير العلاقات التفاعلية بين الوسيلة، والرسالة، والجمهور داخل البيئة الإعلامية التقليدية. وتتصدر **نظرية حارس البوابة** (Gatekeeping Theory)هذه المقاربات، بافتراضها الكلاسيكي القائم على وجود فاعل مركزي يتحكم في تدفق الأخبار والمعلومات وينتقيها قبل عبورها إلى الفضاء العام، وهو الدور الذي جسده تاريخيا الصحفي أو المؤسسة الإعلامية (Lewin, 1947. White, 1950).

بيد أن البيئة الرقمية الراهنة أعادت هندسة هذا الدور بنيويا, إذ انتقلت سلطة الانتقاء والتنظيم من الوسيط البشري إلى "الخوارزميات الرقمية" التي باتت تهيمن على ترتيب المحتوى وتوجيه مسارات ظهوره عبر المنصات التفاعلية ومحركات البحث. ويتجلى ذلك بوضوح في خوارزميات منصات مثل (فيسبوك) و(تيك توك)، والتي تعتمد على التخصيص الآلي بناء على السلوك الإدراكي والنمط الاستهلاكي للمستخدم. وفي هذا الصدد، يذهب عبد الرحمن عزي إلى أن التقنية الرقمية قد أعادت توزيع السلطة الاتصالية داخل الحقل الإعلامي، مخرجة المؤسسات التقليدية من احتكار تدفق المعلومات، لتنصب الخوارزميات كفاعل بنيوي في تشكيل المجال العمومي الرقمي (عزي، 2010، ص 88).

يستند البحث إلى **نظرية الاستخدامات والاشباعات** (Uses and Gratifications Theory)التي نقلت ثقل التحليل من سلطة الوسيلة إلى فاعلية الجمهور، معتبرة أن الأفراد يتوجهون قصدا نحو وسائل إعلامية محددة لتلبية احتياجات معرفية، ونفسية، واجتماعية (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974).وقد اكتسبت هذه النظرية حيوية جديدة في البيئة الرقمية مع صعود المنصات التفاعلية التي منحت المستخدمين دورا تشاركيا يتجاوز مجرد اختيار المضامين إلى إنتاجها وتداولها، كما هو الحال في منصات مثل (يوتيوب) و(انستغرام). وضمن هذا التحول، يؤكد محمد عبد الحميد أن الوسائط الرقمية عززت مركزية المستخدم داخل العملية الاتصالية، محولة الجمهور من موقع المتلقي السلبي إلى فاعل شريك في صناعة المحتوى الرقمي وتوجيهه (عبد الحميد، 2015، ص 133.(

يتكئ البحث على منظور **الحتمية التكنولوجية** (Technological Determinism)لمارشال ماكلوهان، والذي يرى أن الوسائط الاتصالية ليست مجرد قنوات محايدة لنقل المضامين، بل هي قوى بنيوية تشكل وعي الإنسان، وأنماط تفكيره، وهيكل المجتمع، وهو ما لخصه في مقولته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة .(McLuhan, 1964) "وبموجب هذا التصور، فإن التحول التقني لا يقف عند تحديث الأدوات، بل يمتد ليعيد صياغة البيئة المعرفية والثقافية برمتها. وتتبدى راهنية هذا المنظور اليوم في ظل المنظومات الذكية القائمة على البيانات الضخمة وقدرتها الفائقة على هندسة الانتباه، وصولا إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي التي باتت تنتج النصوص والوسائط المتعددة بشكل مستقل، ملقية بظلالها على طبيعة

الممارسة الإعلامية. وفي هذا الإطار، يوضح نصر الدين لعياضي أن التكنولوجيا الرقمية فرضت منطقا اتصاليا مستحدثا يرتكز على التفاعلية والتخصيص، ويعيد بناء العلاقة الجدلية بين الإنسان والتقنية (لعياضي، 2018، ص 54).

وتستحضر الدراسة كذلك السجال النظري حول **تأثيرات وسائل الإعلام**، بدءا من **نظرية التأثيرات المحدودة** التي رهنت قوة الوسيلة بالسياقات الاجتماعية والعلاقات البينية(Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944) ، وصولا إلى الأطروحات المفترضة لـ **التأثيرات القوية والمباشرة** (كنموذج الرصاصة السحرية). إن إشكالية التأثير قد عاودت الصعود بقوة في البيئة الشبكية, نظرا لاعتماد المنصات على خوارزميات التوصية التي تحصر المستخدم داخل غرف صدى فكرية محددة، مما يمنح هذه الأنظمة الحسابية قدرة غير مسبوقة على توجيه الرأي العام، وصياغة الاتجاهات، والتحكم في السلوكيات السياسية والاجتماعية عبر الفضاءات الافتراضية.

وأخيرا، يستأنس البحث بـ **نماذج الاتصال الكلاسيكية الخطية**، وفي مقدمتها نموذج (شانون وويفر)، الذي اختزل الاتصال في مسار ميكانيكي يبدأ من المرسل نحو المستقبل عبر القناة، متمحورا حول كفاءة النقل الهندسي للمعلومة .(Shannon & Weaver, 1949) غير أن واقع الممارسة الاتصالية الرقمية قد كشف عن قصور هذه النماذج الأحادية, إذ تحولت العملية إلى منظومة شبكية معقدة، فائقة التفاعلية، وتقوم على التغذية الراجعة الفورية والتشارك، وتتدخل فيها الخوارزميات كعنصر فاعل في تصفية المعلومات وإعادة تشكيل المعنى، مما يعلن رسميا الانتقال من نمط الاتصال الخطي العمودي إلى نمط الاتصال الشبكي الأفقي المتكامل.

الجدول يوضح : الانتقال الجذري من النموذج الخطي أحادي الاتجاه إلى النظام الشبكي المعقد والقائم على التفاعل وتدخل الخوارزمية كعنصر فاعل.

أوجه المقارنة	النموذج الرقمي التفاعلي	نموذج الاتصال التقليدي (Shannon & Weaver)
طبيعة النموذج العام	نظام شبكي معقد وقائم على التفاعل.	نموذج خطي أحادي الاتجاه.
أطراف عملية الاتصال	**منتج / مرسل ومنتج / مستقبل**)تبادل مستمر للأدوار.(	**مرسل** صريح و**مستقبل** صريح.
المراحل والخطوات	تدفق مستمر للمعلومات وبيئة تشاركية.	رسالة ترميز قناة فك الترميز.
العنصر الوسيط التكنولوجي	**الخوارزمية** :(**AI**) تحليل وتنقية المعلومات، إعادة تشكيل المعنى، وتنظيم تدفق المعلومات.	**قناة** (معرضة للتشويش والضوضاء).
البيئة والرجوع	فضاء رقمي تشاركي وتغذية راجعة فورية.	لا يظهر بيئة تفاعلية فورية.
الخلاصة المرجعية	تدخل الخوارزمية كعنصر فاعل يوجه ويربط الشبكة الاتصالية.	انتقال خطي للمعلومة من المصدر إلى الهدف.

من اعداد الباحثة بالاعتماد على الادبيات

تشكل هذه النظريات مجتمعة نقطة الانطلاق النظرية لهذا البحث، غير ان التحولات الرقمية الراهنة كشفت عن حدودها التفسيرية امام تعقيد البيئة الاتصالية المعاصرة التي لم تعد تقوم على علاقات خطية او ادوار ثابتة، بل على تفاعلات ديناميكية تتحكم فيها انظمة خوارزمية غير مرئية. ومن هنا، يسعى البحث الى اعادة قراءة هذه النظريات وتفكيكها في ضوء التحولات التي فرضها الويب الذكي والذكاء الاصطناعي والوساطة الخوارزمية، بما يسمح ببناء تصور نظري جديد يستوعب التحولات التي يشهدها الحقل الاعلامي والاتصالي في العصر الرقمي.

3. التحول نحو الوساطة الخوارزمية(Algorithmic Mediation Shift)

1.3 التحول نحو الوساطة الخوارزمية: إعادة تشكيل البنية الاتصالية والسلطة المعرفية:

شهدت دراسة الاتصال منعطفا معرفيا عميقا مع التحول نحو الوساطة الخوارزمية(Algorithmic Mediation Shift) ، حيث لم تعد العملية الاتصالية خاضعة للوساطة البشرية الكلاسيكية، بل أصبحت تدار عبر أنظمة خوارزمية معقدة تعيد هندسة وتوزيع السلطة داخل الفضاء

الرقمي. ففي المشهد الإعلامي التقليدي، كانت سلطة اختيار المحتوى وتوجيهه محصورة في يد فاعلين بشريين محددين كالصحفيين والمحررين والمؤسسات الإعلامية، إلا أن هذا التوازن تغير جذريا مع هيمنة المنصات الرقمية التي اتخذت من الخوارزميات وسيطا مركزيا لتنظيم تدفق المعلومات، مما نقل السلطة من العنصر البشري إلى الخوارزمية باعتبارها فاعلا خفيا لكنه شديد التأثير.(Gillespie, 2014 p)

يبرز الذكاء الاصطناعي كمحرك أساسي في إعادة تشكيل بنية الوساطة الاتصالية، إذ تتولى الخوارزميات مهمة انتقاء المحتوى استنادا إلى تحليل البيانات السلوكية للمستخدمين وتفضيلاتهم الشخصية، وهو ما يسفر عن تشكيل بيئات إعلامية مخصصة (Personalized Media Environments)تفصل على مقاس كل فرد .(Napoli, 2014 p89) وعلاوة على ذلك، تعتمد هذه الأنظمة في ترتيب المعلومات على معايير تفتقر للشفافية وتستند إلى نماذج التعلم الآلي، بحيث لا يتحدد ظهور المحتوى في واجهات المستخدم بناء على معيار زمني أو موضوعي، وإنما وفق حسابات احتمالية غايتها القصوى تعظيم معدلات التفاعل .(Kitchin, 2017 p112) أما في ما يتعلق بتوجيه الانتباه، فإن الدور الخوارزمي يتجاوز مجرد العرض إلى هندسة انتباه المستخدم وتشكيله عبر آليات التوصية والتنبيهات المستمرة، مما يجعل الخوارزمية لاعبا رئيسيا في صياغة الإدراك وتوجيه الاهتمامات داخل البيئة الرقمية.(Zuboff, 2019p5) ، ويؤدي هذا التحول البنيوي إلى دحض أحد أهم الفرضيات المركزية في النظريات الإعلامية الكلاسيكية والمتمثل في مبدأ الحياد الإعلامي, فالوسيط اليوم لم يعد مجرد قنوات محايدة لتمرير المعلومات، بل تحول إلى نظام خوارزمي يمارس آليات دقيقة من التحكم(Algorithmic Governance) ، حيث تخضع أولويات الظهور والحجب لمنطق اقتصادي وتقني محكوم برغبة المنصات الرقمية في تعظيم الربح والنفوذ .(Beer, 2017p56) بناء على ذلك، تتحول الخوارزميات إلى قوى سلطوية جديدة تعيد صياغة المجال العام الرقمي، ليس فقط من خلال المحتوى الذي تبرزه، بل وأيضا عبر ما تقصيه وتهمشه، الأمر الذي يثير تساؤلات وإشكالات نقدية ملحة ترتبط بالشفافية والتحيز والمساءلة.

تأسيسا على ما سبق، لا يمكن النظر إلى الوساطة الخوارزمية بوصفها مجرد تطور تقني عابر، بل هي تحول بنيوي في جوهر العملية الاتصالية، والتي انتقلت من نموذج إنساني يرتكز على الاختيار الواعي، إلى نموذج حسابي يعتمد على التنبؤ والتوجيه, وهو ما يفرض بالضرورة إعادة بناء الأطر النظرية والمفاهيمية لتكون قادرة على تفسير هذا التحول وتفكيك تداعياته المعرفية والاجتماعية والسياسية

2.3 إعادة تشكيل المفاهيم الاتصالية(Reconfiguration of Communication Concepts)

يمر الحقل الاتصالي المعاصر بتحولات مفاهيمية عميقة طالت بنيته الأساسية، بعد أن عجزت الأطر الكلاسيكية عن تفسير ديناميات البيئة الرقمية، حيث أعيد تشكيل هذه المفاهيم جذريا في ضوء صعود الوساطة الخوارزمية .(Algorithmic Mediation Shift) فمن ناحية، انتقل مفهوم الجمهور من كونه مجرد متلق سلبي في النماذج التقليدية يتلقى الرسائل دون قدرة تذكر على التأثير، إلى فاعل رقمي نشط يشارك في إنتاج المحتوى وتداوله ضمن بيئات تفاعلية(Jenkins, 2006) ، غير أن هذا التحول تطور إلى مرحلة أكثر تعقيدا, إذ أصبح الجمهور يختزل إلى "موضوع بيانات" (Data Subject) تجمع عنه البيانات وتحلل سلوكياته للتنبؤ بأفعاله وتوجيهها .(Couldry & Mejias, 2019) ومن ناحية أخرى، تحولت الرسالة الإعلامية من محتوى ثابت وموحد يبث إلى جمهور واسع، إلى محتوى مخصص (Personalized Content) يجري إنتاجه وتكييفه خوارزميا وفق خصائص كل مستخدم وسلوكه الرقمي، ليتلاشى الخطاب الإعلامي الواحد لصالح خطابات متعددة مصممة فرديا ومبنية على البيانات أكثر من الاعتبارات التحريرية التقليدية.(Napoli, 2014 p86) ،بالتوازي مع هذه التحولات، شهد مفهوم حارس البوابة إعادة تعريف جذرية إذ انتقل من الصحفي أو المؤسسة الإعلامية التي تتحكم في تدفق الأخبار، إلى الخوارزمية التي تقوم بعمليات الفرز والترتيب والتوصية بشكل آلي وغير شفاف(Gillespie, 2014 p 24) ، ليتحول الحارس من كيان بشري يمكن مساءلته إلى نظام تقني يعمل وفق منطق احتمالي يعقد مسألة المسؤولية والرقابة. وبالمثل، تطور مفهوم التفاعل من نموذج خطي قائم على الإرسال والاستقبال كما في نموذج شانون وويفر، إلى نموذج شبكي متعدد الاتجاهات يتيح تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي(Castells, 2009) ، وصولا إلى نموذج خوارزمي تتحكم فيه الأنظمة الذكية التي لا تكتفي بتمكين التفاعل، بل توجهه وتعيد تشكيله وفق منطق التوصية والتصفية، مما يجعل التفاعل ذاته مبرمجا ومؤطرا ضمن بنية خوارزمية. وتكشف

هذه التبدلات في مجملها عن انتقال نوعي من منظومة اتصال تقليدية قائمة على الوضوح النسبي للأدوار، إلى منظومة رقمية معقدة تتداخل فيها الأدوار وتصاغ بفعل الخوارزميات والبيانات، الأمر الذي يفرض ضرورة إعادة بناء الأطر النظرية والمفاهيمية لتتلاءم مع هذا الواقع الحسابي الجديد وتفسر آثاره المعرفية والاجتماعية والسياسية.

يلخص الجدول التالي التحولات الجوهرية التي طرأت على عناصر العملية الاتصالية:

أوجه المقارنة	السياق الكلاسيكي التقليدي	السياق الرقمي والخوارزمي المعاصر
الجمهور	متلق سلبي، ومستهلك للمحتوى الموحد.	فاعل منتج للمحتوى، و"موضوع بيانات" خاضع للتنبؤ السلوكي.
الرسالة	خطاب إعلامي موحد، ثابت، ومحكوم باعتبارات تحريرية.	محتوى مخصص وفردي، ديناميكي، ومحكوم بالبيانات الرقمية.
حارس البوابة	فاعل بشري واضح (صحفي، محرر، مؤسسة إعلامية).	نظام تقني غير مرئي (خوارزميات الفرز والتوصية الآلية).
التفاعل	خطي وبسيط (مرسل ومستقبل عبر قنوات جامدة).	شبكي، متبادل الأدوار، ومبرمج خوارزميا لتوجيه الانتباه.

3.3 التحولات البنيوية في علوم الإعلام والاتصال في ظل الوساطة الخوارزمية

باتت العملية الاتصالية محكومة بمنطق خوارزمي يعيد تشكيل بنيتها ووظائفها (Napoli, 2014. Kitchin, 2017). فقد أعادت الخوارزميات تعريف مفاهيم أساسية مثل الجمهور، الذي لم يعد مجرد متلق أو فاعل تفاعلي، بل أصبح كيانا بياناتيا تحلل سلوكياته وتستثمر لتوجيه المحتوى(Couldry & Mejias, 2019) ، كما تحولت الرسالة الإعلامية من خطاب موحد إلى محتوى مخصص يبنى وفق أنماط الاستخدام والتفضيلات الفردية .(Napoli, 2014) وفي السياق ذاته، أعيد تشكيل مفهوم حارس البوابة، حيث انتقلت هذه الوظيفة من الفاعل البشري إلى أنظمة خوارزمية غير مرئية تتحكم في تدفق المعلومات وفق معايير حسابية غير شفافة.(Gillespie, 2014)

شهد العمل الإعلامي تحولات عميقة، إذ أصبحت المؤسسات الإعلامية تعتمد بشكل متزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وتحريره وتوزيعه، مما أدى إلى بروز نموذج إعلامي هجين يجمع بين الكفاءة البشرية والقدرة الحسابية .(Diakopoulos, 2019) وبالتوازي مع ذلك، برزت الحاجة إلى إعادة بناء التكوين الأكاديمي وفق مقاربة عابرة للتخصصات، تدمج بين علوم الإعلام وعلوم البيانات، وتؤسس لما يعرف بالكفاءة الخوارزمية النقدية، بما يمكن الفاعلين من فهم منطق اشتغال الأنظمة الرقمية وتفكيك تحيزاتها.(UNESCO, 2021) ،غير أن هذه التحولات لم تخل من إشكالات أخلاقية ومعرفية معقدة، تتعلق بتحيز الخوارزميات، وإعادة إنتاج اللامساواة المعلوماتية، وتهديد موضوعية المعرفة الإعلامية .(Beer, 2017. Zuboff, 2019) كما أسهمت في إعادة تشكيل شروط إنتاج الحقيقة داخل المجال العام، حيث لم يعد المعنى يبنى ضمن فضاء مشترك، بل ضمن بيئات رقمية مخصصة تختلف من مستخدم إلى آخر .(Couldry & Mejias, 2019) وعليه، فإن هذه التحولات مجتمعة تؤكد أن علوم الإعلام والاتصال تقف اليوم أمام ضرورة إعادة تأسيس معرفي عميق، يتطلب تطوير أطر نظرية قادرة على استيعاب التداخل المتزايد بين الإنسان والتقنية والخوارزميات.

4.3.التحولات في الممارسات المهنية(Professional Transformations)

الممارسة الإعلامية اليوم لم تعد تفهم بالمعنى التقليدي الذي يحصر العمل الصحفي في جمع المعلومات وصياغتها ونشرها، لأن البيئة الرقمية أعادت توزيع الوظائف داخل غرفة الأخبار نفسها. فمع صعود الصحافة المدعومة بالذكاء الاصطناعي أصبح جزء معتبر من العمل الصحفي ينجز عبر أدوات حسابية قادرة على النسخ الآلي، والتفريغ، والترجمة، والتلخيص، واقتراح العناوين، بل والمساعدة في البحث الأولي داخل كميات ضخمة من الوثائق

والبيانات. وتشير تقارير معهد رويترز إلى أن استخدامات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار لم تعد مقتصرة على المهام التقنية الهامشية، بل امتدت إلى مهام أكثر قربا من صلب العمل التحريري مثل البحث القصصي، وتنظيم المواد، ودعم اتخاذ القرار التحريري، وهو ما يعني أن الذكاء الاصطناعي لم يعد مجرد أداة مساعدة، بل أصبح جزءا من البنية التشغيلية للمؤسسة الإعلامية نفسها.

ومن هنا يمكن فهم الأتمتة الإعلامية لا باعتبارها استبدالا كاملا للصحفي، بل باعتبارها انتقالا من الصحافة القائمة على الجهد اليدوي المتكرر إلى صحافة هجينة تتقاسم فيها الخوارزميات والإنسان الأدوار. فالمؤسسة الإعلامية لم تعد تكتفي بإنتاج المحتوى، بل أصبحت تدير دورة رقمية كاملة تشمل الرصد، والتحليل، والنشر متعدد المنصات، وقياس التفاعل، ثم إعادة تخصيص المحتوى وفق سلوك الجمهور. وقد أبرزت دراسات عربية حديثة أن المؤسسات الصحفية العربية، ومنها المصرية، بدأت تنظر إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي بوصفها وسيلة لتحسين جودة الإنتاج، وتسريع التحرير، وإعادة هيكلة العمل الصحفي، مع ما يرافق ذلك من تحول في المهارات المطلوبة داخل السوق الإعلامية (عبداللطيف، 2021)، كما افادت الادبيات إلى أن واقع الصحافة العربية صار يتأثر فعليا بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة وأدوات الأتمتة في بيئات العمل التحريري.

وفي ذات السياق يتغير أيضا معنى إ دارة المحتوى الرقمي. فالمحتوى لم يعد مادة تنتج ثم تنشر فقط، بل أصبح كيانا ديناميكيا يعاد تشكيله باستمرار وفق المنصة والجمهور والخوارزمية. وهنا يبرز التحول المهم: إذا كانت النظريات الكلاسيكية قد ربطت الرسالة الإعلامية بقرار تحريري بشري واضح، فإن الواقع الرقمي يفرض علينا فهم الرسالة بوصفها ناتجا مشتركا بين الصحفي، ونظام إدارة المحتوى، ومعايير المنصة، وخوارزميات التوصية. وهذا يعني أن الممارسة المهنية لم تعد منفصلة عن البنية التقنية، بل أصبحت مشروطة بها إلى حد بعيد .(Napoli, 2014 .p14) ومن ثم، فإن دور الصحفي في البيئة الرقمية لا يختفي، لكنه يعاد تعريفه: من منتج منفرد للخبر إلى محرر ومدقق معنى، ومفسر بيانات، وحارس أخلاقي أمام الآلة. هذه هي النقطة المفصلية: كلما زادت قدرة الأنظمة على إنتاج النصوص، ازدادت قيمة الإنسان في التحقق، والتفسير، والمساءلة، والتمييز بين ما هو قابل للنشر وما هو جدير بالثقة.

4. الإشكالات الأخلاقية والمعرفية الناتجة عن الوساطة الخوارزمية

التكوين الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال لم يعد قادرا على الاستمرار ضمن براديغماته التقليدية، في ظل التحول العميق الذي فرضته البيئة الخوارزمية .فالتحولات الراهنة تكشف عن انتقال الحقل من نموذج قائم على إنتاج الخطاب إلى نموذج أكثر تعقيدا يمكن تسميته بـ "هندسة المعرفة الإعلامية"، حيث تتشكل المضامين ضمن تفاعل ديناميكي بين الإنسان والخوارزمية والبيانات .وبالتالي، لم يعد التحدي متعلقا بمدى كفاية المناهج الحالية، بل بقدرتها على إعادة تعريف ذاتها إبستمولوجيا داخل سياق تتداخل فيه المعرفة الإعلامية مع المنطق الحسابي، غير أن الإشكال الأعمق لا يكمن فقط في نقص التحديث، بل في غياب تصور نظري متكامل للتكوين الإعلامي في العصر الرقمي، وغياب نموذج تكويني يستند إلى السياق العربي ذاته .ومن هنا، فإن تحديث التكوين الأكاديمي لم يعد خيارا تطويريا، بل ضرورة بنيوية لحماية الحقل الإعلامي من الانزلاق نحو التبعية التقنية, فالإعلامي الذي لا يمتلك أدوات فهم الخوارزميات سيجد نفسه خاضعا لها، لا فاعلا فيها.

و بالتالي يمكن القول أن التعليم الإعلامي لم يعد منفصلا عن قضايا الذكاء الاصطناعي والمواطنة الرقمية والوعي بالخوارزميات، بل أصبح مشروطا بها .(UNESCO, 2021) لذا، يتطلب الأمر تحولا في بنية التكوين ذاته، من نموذج تخصصي مغلق إلى نموذج عابر–تخصصي (Transdisciplinary)يعيد دمج الإعلام بعلوم البيانات، والذكاء الاصطناعي، والسوسيولوجيا الرقمية .فالمهارات المطلوبة اليوم لا تقتصر على الكفاءة التحريرية، بل تشمل ما يمكن تسميته بـ "الكفاءة الخوارزمية النقدية(Critical Algorithmic Literacy) "، أي قدرة الطالب على فهم منطق اشتغال الخوارزميات، وتفكيك تحيزاتها، وإدراك أثرها في تشكيل المجال العام .كما يبرز مفهوم "الذكاء الإعلامي الهجين"، الذي يجمع بين الحس التحريري التقليدي والقدرة على تحليل البيانات، بوصفه شرطا أساسيا لإنتاج معرفة إعلامية ذات معنى في البيئة الرقمية.

وعليه، يصبح إدماج الذكاء الاصطناعي في المناهج ضرورة تتجاوز البعد التقني إلى البعد النقدي، بحيث لا يدرس كأداة، بل كنسق معرفي يعيد تشكيل العلاقة بين المعرفة والسلطة .كما يفرض تحليل البيانات نفسه بوصفه لغة جديدة للممارسة الإعلامية، حيث يتحول الصحفي إلى

ما يمكن تسميته بـ "محلل سياقات رقمية"، قادر على قراءة أنماط التفاعل وفهم دلالاتها .أما أخلاقيات الإعلام الرقمي، فلم تعد مجرد إطار معياري، بل أصبحت مجالا تحليليا يتقاطع مع قضايا التحيز الخوارزمي، والشفافية، والعدالة المعلوماتية، وهو ما تؤكد عليه توصيات اليونسكو بشأن أخلاقيات الذكاء الاصطناعي.(UNESCO, 2022) و من ثم، فإن الرهان الحقيقي للتكوين الإعلامي اليوم يتمثل في الانتقال من تعليم يركز على "إنتاج المحتوى" إلى تعليم يؤسس لـ "فهم البنى التي تنتج المحتوى وتتحكم في تداوله ."وهذا التحول هو ما يمنح التكوين الأكاديمي معناه في سياق إعلامي لم يعد فيه المعنى ينتج فقط، بل يعاد تشكيله خوارزميا.

4 .1 الأبعاد الأخلاقية والمعرفية(Ethical & Epistemological Dimensions)

إذا كان الذكاء الاصطناعي قد منح العمل الإعلامي سرعة وكفاءة وقدرة غير مسبوقة على المعالجة، فإنه في المقابل فتح جبهة أخلاقية ومعرفية شديدة التعقيد، تضعف مركزية الفاعل البشري وتطرح إشكالات عميقة تمس صميم المعرفة الإعلامية وشروط الفهم المشترك للواقع.

أول هذه الإشكالات هو تحيز الخوارزميات, فالخوارزمية لا تعمل في فراغ، بل تبنى على بيانات، وتصميمات، وأولويات مؤسسية، ولهذا فإنها قد تعيد إنتاج انحيازات موجودة أصلا في المجتمع أو في المؤسسة التي طورتها .وقد نبهت تقارير بحثية ومؤسساتية حديثة إلى أن التحيز في أدوات الذكاء الاصطناعي ليس خللا عرضيا دائما، بل قد يكون نتيجة بنيوية لطبيعة البيانات والنماذج وآليات التدريب، الأمر الذي يجعل استخدام هذه الأدوات في الإعلام مسألة تتعلق بالعدالة والتمثيل والدقة بقدر ما تتعلق بالكفاءة، ويتصل بذلك فقدان السيطرة البشرية، وهو بعد ينبغي فهمه على نحو مؤسسي دقيق .فالمشكلة ليست أن الآلة "تفكر بدل الإنسان"، بل أن القرارات الإعلامية تتوزع تدريجيا على أنظمة تقنية تعمل وفق معايير لا تكون دائما شفافة للمحرر نفسه .هنا يظهر ما يمكن تسميته بـ "الاغتراب التحريري :"الصحفي يشارك في إنتاج محتوى أو توزيعه، لكنه لا يملك دائما تفسيرا كاملا لسبب ظهوره، أو انتشاره، أو حجبه، أو توجيهه إلى فئة دون أخرى .في هذه اللحظة، تصبح السلطة الفعلية موزعة بين الإنسان والمنصة والخوارزمية، ويصبح سؤال المسؤولية أكثر تعقيدا :من المسؤول عن الخطأ؟ الكاتب؟ المحرر؟ النظام؟ المؤسسة؟ هذا التعقيد هو أحد أخطر آثار الوساطة الخوارزمية، لأنه يضعف مركزية الفاعل البشري دون أن يوفر بديلا واضحا للمساءلة.

أما الإشكال الثالث فهو التضليل الإعلامي .فحين تصبح أدوات التوليد النصي والبصري في متناول الفاعلين الإعلاميين وغير الإعلاميين، يصبح إنتاج المحتوى المضلل أكثر سهولة، وأشد قابلية للانتشار، وأصعب كشفا في بعض الأحيان .وهذا لا يهدد فقط صدقية الرسالة الإعلامية، بل يربك البنية المعرفية التي يقوم عليها المجال العام .فالمشكلة لم تعد مجرد وجود خبر كاذب، بل صرنا أمام بيئة تتكاثر فيها النصوص والصور والمقاطع التي تبدو معقولة ومقنعة من الناحية الشكلية، بينما تفتقر إلى الأصل الموثوق والسياق الصحيح .لهذا تربط اليونسكو بين التربية الإعلامية والمعلوماتية وبين مواجهة تصاعد التضليل في عصر الذكاء الاصطناعي، لأن المعركة هنا ليست تقنية فقط، بل معرفية أيضا :كيف نعيد تدريب المتلقي والمهني معا على التحقق، والتمييز، والنقد؟

تضعنا البيئة الرقمية المعاصرة أمام تحول معرفي وفلسفي عميق يعيد تعريف مفهوم الحقيقة وصناعة المعنى. فالمعرفة الإعلامية اليوم لم تعد تقاس بمدى مطابقتها للواقع المادي المشهود كما استقرت عليه النظريات الاتصالية الكلاسيكية، بل أصبحت نتاجا مباشرا لآليات الهندسة الخوارزمية التي تدير المحتوى وتصممه وتخصصه بناء على البيانات السلوكية للمستخدمين. هنا، تخلت الخوارزميات عن دورها التقني التقليدي بوصفها مجرد أداة محايدة لتنظيم التدفقات الرقمية، لتتحول إلى فاعل معرفي نشط يعيد صياغة الوعي ويوجه الانتباه البشري عبر التحكم في ديناميكيات الإظهار والحجب داخل الفضاء السيبراني.

إن هذا الترشيح والفرز الخوارزمي الذكي ينتج ما يمكن تسميته بالحقائق المتشظية أو المخصصة؛ حيث يعاد بناء الواقع الرقمي لكل مستخدم بما يتوافق مع بصمته السلوكية وانحيازاته المسبقة. هذا التخصيص المفرط ينقلنا من نموذج الحقيقة المشتركة التي تجمع المجتمع حول قضايا موحدة، إلى نموذج الحقائق الذاتية المعزولة، مما يؤدي إلى تفتيت المرجعية المعرفية الجمعية والضرورية لإدارة أي نقاش عمومي عقلاني وتداولي (هابرماس، 2008، ص 61).

ويتلاقى هذا الطرح البنيوي مع ابحاث يورغن هابرماس حول المجال العام، والذي يفترضه فضاء تواصليا مفتوحا لتشكيل الفهم المشترك بين الأفراد. إلا أن هندسة التخصيص الخوارزمي في البيئة الاتصالية الراهنة تعمل على تقويض هذا الفضاء عبر عزل المستخدمين داخل فقاعات معلوماتية مغلقة(Filter Bubbles) ، مما يضعف من إمكانية بناء وعي جمعي متسق حول القضايا العامة (هابرماس، 2008، ص 89).من جهة أخرى، يرى مانويل كاستلز أن مجتمع الشبكات لا يمثل مجرد طفرة في تكنولوجيا الاتصال، بل هو تحول هيكلي في آليات إنتاج السلطة والمعنى في المجتمع الحديث، حيث أصبحت شبكات التدفق الرقمي هي الموجه الأساسي لصناعة التمثلات الاجتماعية وصياغة الوعي (الغزواني، 2020، ص 160). اذن يمكن القول ان الخوارزميات لم تعد مجرد وسيط ناقل للبيانات، بل تحولت إلى بنية معرفية حاكمة تشكل إدراكنا للحقيقة وتتحكم في إمكانية إعادة إنتاجها.

وعليه فإن التحول الرقمي الراهن ليس مجرد قفزة تكنولوجية في تقنيات الذكاء الاصطناعي ومعالجة البيانات، بل هو تحول معرفي (إبستمولوجي) جذري أعاد صياغة طبيعة الحقيقة ذاتها؛ من حقيقة موضوعية تشاركية إلى حقيقة خاضعة لمنطق التشخيص والنمذجة الخوارزمية، وهو ما يفرض علينا إعادة قراءة شروط المعرفة والتواصل والوعي في مجتمع الذكاء الاصطناعي المعاصر.

اهم النتائج المتوصل اليها : تكشف نتائج الدراسة عن مجموعة من التحولات الجوهرية يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. **كشفت الدراسة** أن التحول الرقمي الراهن يتجاوز مجرد الاستبدال التقني للوسائل والوسائط الإعلامية، لينتقل نحو تحول معرفي (إبستمولوجي) وبنيوي يعيد هندسة منطق إنتاج المعنى، ويصيغ الواقع الإدراكي للمستخدمين عبر آليات توجيه الخوارزميات ومعالجة البيانات.
2. **أفادت النتائج** بتجاوز البيئة الرقمية لنموذج "اقتصاد الانتباه" التقليدي القائم على مجرد استقطاب المستخدم، والعبور نحو "هندسة الانتباه" التي تعيد توجيه السلوك الإدراكي وتشكيله بصورة مستمرة عبر خوارزميات التوصية والأنظمة الذكية المخصصة.
3. **أوضحت الدراسة** تولد مفهوم جديد للسلطة المعرفية والهيمنة داخل المجال العام، حيث لم يعد النفوذ الإعلامي رهينا بامتلاك وسائل الإنتاج التقليدية، بل بالقدرة التقنية على إدارة البيانات الضخمة، وهندسة تدفقها، والتحكم في مسارات توزيعها.
4. **أكدت المؤشرات** حتمية التجديد النظري والإبستمولوجي في علوم الإعلام والاتصال, نظرًا لسيولة الأدوار المعاصرة وتداخلها مقارنة بالوضوح الكلاسيكي بين المرسل والمستقبل، مما يستدعي إعادة تأويل المفاهيم المحورية (كحارس البوابة، والاستخدامات والإشباعات) بما يتوافق مع الآليات الخوارزمية.
5. **أظهرت الأدبيات والتحليل** أن الفجوة الناتجة عن التأخر النظري تستوجب انتقالا منهجيا حاسما من "دراسة الوسائل الإعلامية" (التي تكتفي بتحليل محتوى الرسائل) إلى "دراسة النظم الرقمية" (التي تفكك البنى التكنولوجية المتحكمة في إنتاج الظواهر الاتصالية وتوجيهها).
6. **كشفت الدراسة** عن بروز حقول بحثية مستقبلية واعدة تفرضها البيئة الراهنة، وعلى رأسها "الإعلام الخوارزمي"، مع ضرورة فحص أدوار الذكاء الاصطناعي باعتباره فاعلا شريكا في صناعة المعنى واتخاذ القرار، مما يثير إشكالات بحثية مستحدثة تتعلق بالشفافية والمساءلة الأخلاقية.

حدود الدراسة و آفاق البحث المستقبلي

تتمثل حدود هذه الدراسة في طبيعتها النظرية التحليلية، حيث ركزت على تحليل التحولات المعرفية والمنهجية التي احدثها الويب الذكي والوساطة الخوارزمية داخل حقل علوم الاعلام والاتصال، دون التوسع في الجانب الميداني او التطبيقي المرتبط بقياس تأثير هذه التحولات على جمهور محدد او مؤسسات اعلامية بعينها. كما اقتصرت الدراسة على معالجة بعض المفاهيم المركزية، مثل الخوارزميات والذكاء الاصطناعي والتخصيص الرقمي، في حين تبقى هناك مفاهيم اخرى مرتبطة بالتحول الرقمي تستحق المزيد من التحليل والتفكيك العلمي كما واجهت الدراسة صعوبة مرتبطة بالتسارع المستمر للتطورات التكنولوجية، الامر الذي يجعل البيئة الرقمية متغيرة بصورة دائمة، ويحد من امكانية الوصول الى نتائج نهائية ثابتة في موضوع يرتبط بتقنيات تتطور باستمرار.

كما تفتح الدراسة افاقا بحثية متعددة، من بينها انجاز دراسات ميدانية حول تأثير الوساطة الخوارزمية على تشكيل الرأي العام والسلوك الرقمي، وتحليل انعكاسات الذكاء الاصطناعي على الممارسة الصحفية والاتصالية، اضافة الى دراسة الابعاد الاخلاقية والقانونية المرتبطة بالخوارزميات والبيانات الضخمة. كما يمكن مستقبلا التوسع نحو مقاربات بينية تجمع بين علوم الاعلام والاتصال وعلوم البيانات والذكاء الاصطناعي، بما يسمح ببناء نماذج تفسيرية اكثر قدرة على فهم التحولات التي يشهدها الاعلام الرقمي المعاصر.

خاتمة:

بناء على ما تقدم، يمكن القول إن التحول الخوارزمي لا يمكن اختزاله في كونه مجرد طفرة تقنية طرأت على بنية الاتصال، بل هو انتقال نوعي وبنيوي أعاد صياغة الأسس الإبستمولوجية لإنتاج المعرفة الإعلامية وتداولها. لقد أصبحت الخوارزميات فاعلا شريكا في تحديد ماهية المحتوى وآليات فهمه، مما يضع علوم الإعلام والاتصال أمام لحظة فارقة تستوجب تجاوز الثنائيات الكلاسيكية (مرسل/مستقبل، إنتاج/تلقي) لصالح أطر نظرية جديدة تستوعب تعقيد البيئة الرقمية القائمة على التخصيص وإدارة الانتباه.

إن هذا التحول لم يقف عند حدود الممارسة المهنية، بل امتد ليعيد تشكيل شروط بناء الحقيقة وتفتيت المجال العام المشترك، مما ينقل أولويات البحث الإعلامي المعاصر نحو قضايا الشفافية الخوارزمية، والعدالة المعلوماتية، والمساءلة الأخلاقية. كما بات من الضروري إعادة تعريف دور الفاعل الإعلامي وتطوير برامج التكوين الأكاديمي وفق مقاربة عابرة للتخصصات تدمج بين العمل الإعلامي، وعلوم البيانات، والذكاء الاصطناعي.

وفي النهاية، يتجلى الرهان الحقيقي اليوم في قدرة الحقل المعرفي على تحقيق توازن دقيق بين استيعاب الإمكانات الرقمية والحفاظ على مركزية الإنسان كفاعل أخلاقي, فالمستقبل يظل مرهونا بالانتقال الحاسم من "دراسة وسائل الاتصال" إلى "دراسة النظم الاتصالية الرقمية" بوصفها بنيات معقدة تتقاطع فيها السلطة والمعرفة والتقنية، وهو ما يفتح الآفاق أمام بناء مشروع معرفي يصون قيم الحقيقة والعدالة المشتركة.

المصادر والمراجع:

1. الدبيسي، عبدالكريم علي جبر. (2023). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 31(3)، 72 –94.
2. عبدالحليم، راشد صلاح الدين راشد. (2024). واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية، (69)، 1289 –1348.
3. عبداللطيف، محمود رمضان أحمد. (2021). تبني المؤسسات الصحفية المصرية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية: في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 20(3)، 1 –68. DOI: 10.21608/JOA.2021.205331.
4. **الغزواني، إدريس** .(2020) .مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات: من المجتمع إلى الشبكة. مجلة عمران، 33، 155–170.
5. **هابرماس، يورغن** .(2008) .المجال العمومي: بحث في فئة من المجتمع البرجوازي (ترجمة حسن صقر). بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
6. Antoniou, G., & Van Harmelen, F. (2004). A semantic web primer. MIT Press.
7. Beer, D. (2017). The social power of algorithms. Information, Communication & Society, 20(1), 1–13.
8. Berners-Lee, T., Hendler, J., & Lassila, O. (2001). The semantic web. Scientific American, 284(5), 34
9. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. MIS Quarterly, 37(2), 471–482.
10. Broussard, M. (2018). Artificial unintelligence: How computers misunderstand the world. MIT Press.

11. Bryman, A. (2016). Social research methods (5th ed.). Oxford University Press.
12. Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). The costs of connection: How data is colonizing human life. Stanford University Press.
13. Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage.
14. Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The Sage handbook of qualitative research (5th ed.). Sage.
15. Diakopoulos, N. (2019). Automating the news: How algorithms are rewriting the media. Harvard University Press.
16. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), Media technologies: Essays on communication, materiality, and society (pp. 167–194). MIT Press.
17. Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere. MIT Press.
18. Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. NYU Press
19. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), The uses of mass communications (pp. 19–32). Sage.
20. Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. Information, Communication & Society, 20(1), 14–29.
21. Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). The people's choice. Columbia University Press.
22. Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics. Human Relations, 1(2), 143–153.
23. Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think. Houghton Mifflin Harcourt.
24. Napoli, P. M. (2014). Automated media: An institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. Communication Theory, 24(3), 340–360.
25. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). AI adoption by UK journalists and their newsrooms: Surveying applications, approaches, and attitudes.
26. Schwab, K. (2016). The fourth industrial revolution. World Economic Forum.
27. Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The mathematical theory of communication. University of Illinois Press.
28. UNESCO. (2024). Media and Information Literacy Responses to Generative AI / policy brief and related resources.
29. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118–144.
30. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press.
31. White, D. M. (1950). The"gate keeper": A case study in the selection of news. Journalism Quarterly, 27(4), 383–390.