

## الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي (التحديات، الأخلاقيات، الأهداف، وسبل النهوض)

د. محمد محمد حسن أشتيوي  
أستاذ مشارك، كلية الآداب والعلوم التربوية، جامعة فلسطين التقنية - خضوري، فلسطين  
البريد الإلكتروني: M.Ishtiwi@ptuk.edu.ps

### الملخص

هدفت الدراسة الى التعرف إلى الأخلاقيات والتحديات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي ودور وسائل الإعلام الفلسطينية في عملية بلورة وتشكيل الوعي لدى المجتمع الفلسطيني وحفظ المحتوى، وكيف يمكن حفظ المجتمع من التجاوزات للأخلاقية في الاعلام من خلال الاستخدام غير الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الاعلام.

وتتمثل الإشكالية الرئيسية للدراسة في غياب استراتيجية واضحة لدى الاعلام الفلسطيني تقف أمام التحديات وتحدد الأخلاقيات التي يجب الالتزام بها عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وسبل النهوض بواقع الاعلام بما يحقق العدالة والخصوصية والمساواة الانسانية. وإستخدم الباحث المنهج الوصفي القائم على الدراسات التحليلية، وذلك من خلال الاستفادة من مختلف الأدبيات التي حلت قضايا الاعلام الفلسطيني والذكاء الاصطناعي. ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، وإجراء مقابلات شخصية مع إعلاميين وأكاديميين وخبراء في الذكاء الاصطناعي.

وتوصلت الدراسة إلى أن أهم التحديات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: تعرض المحتوى الفلسطيني للحذف أو التقييد بدعوى مخالفة السياسات، وإنتاج محتوى موجه يتضمن تحيزات ضد القضية الفلسطينية، وضعف مهارات التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي. وأن أهم الاعتبارات الأخلاقية تتمثل في: الالتزام بالقيم الدينية والوطنية الفلسطينية والقيم الإنسانية والثقافية، وضمان موثوقية وأمان الأنظمة الذكية، وعدم التعرض للخصوصية. وأن أهداف الاعلام الفلسطيني تتمثل في: استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز الهوية الثقافية ودعم التراث الوطني الفلسطيني، ومواجهة الدعاية الإسرائيلية المضللة التي تستهدف تشويه الرواية الفلسطينية. وأظهرت النتائج أن أهم سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني تتمثل في: نشر الوعي الإعلامي بأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، وتطوير الكفاءات الاعلامية من خلال برامج تدريبية متخصصة بالذكاء الاصطناعي وأخلاقياته.

أوصت الدراسة بتطوير الكوادر والكفاءات الاعلامية على التقنيات الجديدة من خلال تنظيم برامج تدريبية متخصصة بالذكاء الاصطناعي، وإدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للإعلاميين والمطورين وصناع القرار. وبناء ذكاء اصطناعي فلسطيني وعربي وإسلامي وعالمي يراعي القضايا الأخلاقية والدينية والوطنية.

**الكلمات المفتاحية:** الاعلام الفلسطيني، الذكاء الاصطناعي، الاعلام الجديد، الاعلام الرقمي، أخلاقيات الاعلام ، أخلاقيات الذكاء الاصطناعي، التحديات المهنية.

# Palestinian Media in the Era of Artificial Intelligence (Challenges, Ethics, Objectives, and Ways of Advancement)

**Dr. Mohammed Mohammed Hasan Shtaiwi**  
Associate Professor, College of Arts and Educational Sciences, Palestine Technical University – Kadoorie, Palestine  
Email: M.Ishtiwi@ptuk.edu.ps

## ABSTRACT

This study aimed to examine the ethical considerations and challenges facing Palestinian media in the era of artificial intelligence (AI), as well as the role of Palestinian media outlets in shaping societal awareness, preserving content, and safeguarding society from unethical practices resulting from the misuse of AI in the media. The core issue addressed in this study is the absence of a clear strategy within Palestinian media to address these challenges and define the ethical guidelines that must be adhered to when using AI technologies, along with identifying pathways to advance media practices in a manner that ensures justice, privacy, and human equality. The researcher employed a descriptive methodology based on analytical studies, leveraging various literature that has analyzed issues about Palestinian media and artificial intelligence. To address the analytical aspects of the study, the researcher collected primary data through questionnaires, which served as the main tool of the study, along with conducting personal interviews with media professionals, academics, and AI experts. The study found that the most significant challenges facing Palestinian media in the age of AI include: the deletion or restriction of Palestinian content under the pretext of policy violations, the production of biased content targeting the Palestinian cause, and a lack of skills in dealing with AI technologies. The key ethical considerations identified were: adherence to Palestinian religious and national values, as well as human and cultural values; ensuring the reliability and security of intelligent systems; and respecting privacy. The objectives of Palestinian media were identified as: using AI to enhance cultural identity and support national Palestinian heritage, and countering Israeli misleading propaganda aimed at distorting the Palestinian narrative. The results also highlighted that the most important ways to advance Palestinian media include raising media awareness about AI ethics and developing media competencies through specialized training programs in AI and its ethics.

**Keywords:** Palestinian media, Artificial Intelligence, New media, Digital media, Media ethics, AI ethics, Professional challenges.

## المقدمة:

تقاس المجتمعات المتطورة بما يتوفر لديها من ثروة بشرية تمتلك الوعي والقدرة على النهوض بالواقع، من خلال استثمارها للمقدرات المادية والمعلوماتية وعلى رأسها الاعلام في سبيل خدمة الوطن. وفي الحالة الفلسطينية يقوم الاعلام بدور مهم في توجيه الرأي العام والتوعية، وتحديد أولويات المجتمع في سبيل النهوض والتطوير وذلك من خلال إستراتيجيات محددة في مواجهة الرواية الصهيونية.

نجح الإعلام الفلسطيني في تغطية الأحداث الميدانية، وأوجد البديل الفلسطيني الذي غاب لزمناً طويلاً بسبب الاحتلال، وأصبح الخبر الفلسطيني يصاغ بأيدي وعقول أبناء الشعب الفلسطيني، بعد أن كان يوجه بطريقة تخدم الجهات التي تتبع إليها وسائل الإعلام التي تغطي القضية الفلسطينية. منذ نهاية القرن التاسع عشر وحتى اليوم. لعبت الصحافة الفلسطينية دوراً مهماً في تشكيل الوعي القومي والسياسي والثقافي وفي بلورة الهوية الوطنية الفلسطينية. (خليفة، 2015، ص 3).

عالمياً شهد الاعلام تطوراً كبيراً في ظل دخول الذكاء الاصطناعي الى هذا المجال، إلى جانب التطور المتسارع في التقنيات الحديثة، والتوسع الهائل لنطاق تأثيرها في الحياة العامة. وفي الإيجابيات فإن الاعلام الرقمي يوفر فرصاً غير مسبوقه بفضل انتشاره السريع وتفاعله، مما يسهل التفاعل مع جماهير متنوعة. كما أنه يتفوق على الاعلام التقليدي من حيث سهولة الوصول إليه ومشاركته للجمهور، ومن أهم دوافع التحول الرقمي هو سهولة الوصول إلى الجمهور بأعلى جودة، وهو ما عززته تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقات (Albadri, 2023). في المقابل ظهرت تحديات لا يمكن تجاهلها مثل القضايا المرتبطة بخصوصية البيانات وحمايتها، ومخاوف أخلاقية تتعلق بالتكنولوجيا نفسها (أي تحيز الخوارزميات والاعتماد على التكنولوجيا)، ومخاوف أخلاقية تتعلق أكثر بصناعة الأخبار (احتمال إساءة استخدام التكنولوجيا: التضليل، والتسويق، والإثارة، وجذب الانتباه)، وانتشار الأخبار المزيفة والمحتوى المضلل، والتأثير على الوظائف الصحفية التقليدية نتيجة الأتمتة إضافة إلى التهديدات الأمنية التي قد تواجه قطاع الإعلام، مما يستلزم تعزيز الحماية والتحقق من المحتوى. (Caneda, 2024).

إن هذه التحديات الأخلاقية تستوجب ضرورة تطوير الأطر الأخلاقية التي تضبط وتنظم عمل أنظمة تلك التطبيقات، وتضمن أن تكون تلك الأنظمة والتطبيقات قابلة للتفسير وأمنة وعادلة، بما يضمن الثقة في كيفية الاستفادة منها وتقنياتها وتطويرها واستخدامها لرفاهية البشرية وحل مشكلاتها. يمكن للذكاء الاصطناعي أن يشكل إضافة نوعية للاعلام الحديث من خلال تعزيز الكفاءات وجودة المحتوى الاعلامي، إلا أن ذلك يتطلب مواجهة التحديات الأخلاقية والاجتماعية وحفظ الحقوق، خاصة أن الاستخدام المفرط للأنظمة الذكية له عواقب خطيرة على رأسها التأثير السلبي على الوظائف والخصوصية والمساواة الإنسانية (Kalfeli, 2025). هنا يجب التأكيد على أن أخلاقيات الذكاء الاصطناعي تعني المبادئ والقيم الأخلاقية التي يجب اتباعها عند تصميم وتطوير واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (الشمراوي، 2024). وعليه تأتي هذه الدراسة في محاولة لرصد أهم الأخلاقيات والتحديات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي وسبل النهوض بواقع الاعلام بما يحقق العدالة والخصوصية والمساواة الإنسانية.

## أولاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور الاعلام الفلسطيني في صناعة الرأي العام في ظل الانتشار الواسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي في حياتنا اليومية، وقد تزايدت الأبحاث والدراسات والتغطية الاعلامية للاعتبارات الاخلاقية لهذه التقنيات. وبما ان الأبحاث أظهرت ان التغطية الاعلامية قادرة على توجيه الرأي العام حول هذه التقنيات الحديثة فإن دراسة الأخلاقيات والتحديات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي قد تسهم في فهم أعمق للتداعيات المحتملة لهذا الخطاب العام. لا سيما فيما يتعلق بتطويره وتنظيمه. كما توسع هذه الورقة البحثية نطاق الأبحاث السابقة من خلال تحليل وتصنيف منهجي لتصوير وسائل الاعلام للقضايا الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، وذلك لفهم أفضل لكيفية تأثير التغطية الاعلامية لهذه القضايا على النقاش العام حول الذكاء الاصطناعي.

### ثانيا: مشكلة الدراسة

في ظل الانتشار الواسع لوسائل الاعلام الفلسطيني المرئي والمسموع والمقروء، والمنافسة الكبيرة في ظل التطور التكنولوجي وصولا الى الذكاء الاصطناعي أثبت الواقع الميداني أن هذه الوسائل تلعب دورا مهما في توجيه الرأي العام وصناعة الوعي في المجتمع الفلسطيني والحاجة إلى مواكبة التطور من أجل النهوض والبناء للمجتمع وتطويره. من هنا جاءت هذه الدراسة لتبحث الأخلاقيات والتحديات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي وسبل النهوض بواقع الاعلام. يأتي ذلك في غياب استراتيجية واضحة لدى الاعلام العالمي تقف أمام التحديات وتحدد الأخلاقيات التي يجب الالتزام بها عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وسبل النهوض بواقع الاعلام بما يحقق العدالة والخصوصية والمساواة الإنسانية.

### ثالثا: أسئلة الدراسة

- أولا: ما هي أهم مراحل تطور الاعلام الفلسطيني وصولا إلى عصر الذكاء الإصطناعي؟
- ثانيا: ما هي التحديات والمعوقات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي؟
- ثالثا: ما هي أهم الأخلاقيات التي يجب على الاعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي؟
- رابعا: ما هي الأهداف التي يجب على الاعلام الفلسطيني تبنيها عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- خامسا: ما هي سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي؟

### رابعا: أهداف الدراسة

التعرف إلى مراحل تطور الاعلام الفلسطيني وصولا إلى عصر الذكاء الإصطناعي.  
تبيان التحديات والمعوقات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.  
تبيان أهم الأخلاقيات التي يجب على الاعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي.  
التعرف إلى الأهداف التي يجب على الاعلام الفلسطيني تبنيها عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.  
إستقصاء إلى سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.

### فرضية الدراسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) لأثر الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي، تبعا لمتغيرات: الجنس، مكان الإقامة، المؤهل العلمي، الوسيلة الاعلامية.  
الطريقة وإجراءات الدراسة:

### منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي القائم على الدراسات التحليلية، وذلك من خلال الاستفادة من مختلف الأدبيات التي حلت الاعلام الفلسطيني. ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، وتم توزيعها على الاعلاميين وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة والتحقق من صحة الفروض النظرية للدراسة. كما قام الباحث بإجراء مقابلات شخصية مع أكاديميين ومختصين في مجالي الاعلام والذكاء الاصطناعي.

### مجتمع الدراسة:

اعتمدت الدراسة على شريحة الأكاديميين الفلسطينيين في الجامعات الفلسطينية والاعلاميين وخبراء الذكاء الاصطناعي في فلسطين، والكفاءات المهاجرة وقد تم اعتماد ذلك، باعتبارهم أكثر الفئات المهنية التي تستطيع تقييم الحالة قيد الدراسة.

### عينة الدراسة:

بلغ حجم عينة الدراسة (120) إعلاميا وأكاديميا وخبراء في الذكاء الاصطناعي، حيث راعى الباحث عند اختيار العينة التوزيع حسب ( الجنس، مكان الإقامة، الجامعة، المؤهل العلمي) بحيث كانت موزعة على كافة الفئات وتحقق الهدف وتم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة المقصودة.

### أداة الدراسة

إعتمد الباحث على أداة الاستبيان كوسيلة للبحث، من خلال مجموعة من الأسئلة المغلقة، وتم تطوير الاستبانة من خلال مراجعة الإطار النظري المتعلق بموضوع الدراسة، ومراجعة البحوث والدراسات والمقالات حول الموضوع. وتكونت الاستبانة من قسمين: القسم الأول: يحتوي على المعلومات الشخصية لأفراد العينة في الدراسة (الجنس، مكان الإقامة، الوسيلة الاعلامية، المؤهل العلمي). والقسم الثاني: فقرات طبقت على العاملين في مجالي الاعلامي والذكاء الاصطناعي سواء كانوا أكاديميين أو كتاب أو صحفيين. وقد تم استخدام مقياس ليكرت لقياس الفقرات حسب الجدول التالي:

**جدول رقم (1)**

الاستجابة الدرجة	موافق بشدة	موافق	متوسط	غير موافق	غير موافق بشدة
1	2	3	4	5	

إختار الباحث الدرجة (1) للاستجابة " موافق بشدة " وبذلك يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو 20% وهو يتناسب مع هذه الاستجابة. ومن أجل تفسير النتائج اعتمدت المتوسطات الحسابية الآتية المعتمدة تربوياً والخاصة بالاستجابة على الفقرات كالاتي: (80%) فأكثر درجة أثر كبيرة جداً. (من 70%-79.99%) درجة أثر كبيرة. (من 60%-69.99%) درجة أثر متوسطة. (من 50%-59.99%) درجة أثر قليلة. (أقل من 50%) درجة أثر قليلة جداً

### الصدق والثبات:

**العينة الاستطلاعية:** تم توزيع عينة استطلاعية حجمها 10 استبانات لاختبار صدقها على عدد من الكفاءات الفلسطينية موزعة على تخصصات متنوعة، وقد تمت الاجابة على جميع أسئلة الاستبانة دون مواجهة أية إشكالية، وبناء على ذلك تم اعتمادها.

**صدق الأداة ( Validity ):** قام الباحث بعرض الأداة على مجموعة من الأساتذة الجامعيين ذوي الخبرة، والاختصاص في الجامعات الفلسطينية، لإبداء رأيهم في مضمون فقرات المقياسين، وفاعليته نحو الفئة المستهدفة. وتم تعديل وحذف بعض الفقرات وإعادة صياغتها بما يتناسب وواقع مجتمعنا الفلسطيني.

**ثبات الأداة (Reliability):** بعد تطبيق أداة الدراسة على العينة، تم حساب معامل الثبات للأداة الخاصة بالكفاءات العلمية عن طريق استخدام معادلة (كرونباخ ألفا) للاتساق الداخلي، حيث بلغت قيمة معامل الثبات (0.79 ، 0.88) على الترتيب. وهاتان القيمتان مقبولتان إحصائياً لمعامل الاتساق الداخلي في حدود أغراض هذه الدراسة وطبيعتها.

### حدود الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى تطبيق الحدود الآتية:

الحدود الزمانية: بداية الانطلاقة القوية للإعلام الفلسطيني منذ العام 1994م وحتى اعداد هذه الدراسة عام 2025م. الحدود المكانية: تشمل على جميع وسائل الاعلام الفلسطينية والجامعات والكفاءات في فلسطين التاريخية والمهجر. الحدود المفاهيمية: تقتصر الدراسة على الحدود المفاهيمية والمصطلحات الواردة في الدراسة.

### أصالة الدراسة:

إن فكرة الدراسة أصيلة فهي تقدم رؤية حديثة حول قضية مهمة تتعلق بأخلاقيات الاعلام الحديث في عصر الذكاء الاصطناعي، وتعكس آراء شريحة مهمة لها الدور الكبير في التغيير والنهوض بالواقع الاعلامي والتقني. وتضيف هذه الدراسة للمعرفة جوانب مهمة، فهي بالنسبة للمؤسسات الاعلامية تشكل بوصلة تحدد آلية التعاطي المستقبلي مع صناعة الاعلام الحديث في عصر الذكاء الاصطناعي.



العدد (6)  
أكتوبر 2025  
Volume (6)  
October 2025

المجلة العربية  
للدراستات الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal of Humanities and Social Studies

ISSN online: 3079-4099  
ISSN print: 3079-4080

الاطار النظري والدراسات السابقة:  
أولاً: الاطار النظري

**المبحث الأول: نشأة وتطور الاعلام الفلسطيني وصولاً إلى عصر الذكاء الاصطناعي.**  
تشير معظم الدراسات التي قام بها الباحثون والمهتمون بتاريخ ونشأة الصحافة الفلسطينية إلى أن بداية الصحافة الفلسطينية كانت عام 1876م بصدر صحيفة القدس الشريف، وقد مرت الصحافة الفلسطينية بخمس مراحل مهمة بداية من العهد العثماني حتى اليوم 2025 وهي: المرحلة الأولى : مرحلة النشأة في ظل الحكم العثماني وتبدأ من 1876 – 1918م. المرحلة الثانية : مرحلة الانتداب البريطاني من عام 1918 – 1948. المرحلة الثالثة : مرحلة خضوع الضفة الغربية وقطاع غزة إلى الحكيمين الأردني والمصري وتبدأ هذه المرحلة من 1948 – 1967م المرحلة الرابعة : مرحلة الاحتلال الإسرائيلي من عام 1967 – 1994م. المرحلة الخامسة: مرحلة دخول السلطة الوطنية الفلسطينية من 1994/5/4 وحتى الآن (ياسين ، 2007، ص19). كانت المرحلة الأهم في تاريخ الصحافة كانت في عهد السلطة الوطنية الفلسطينية من حيث الانتشار الواسع للمؤسسات الإعلامية في الفترة (1994- 2025) . وقد عملت السلطة الفلسطينية بموجب قرار رئاسي على إصدار قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لسنة 1995، وتم نشره في صحيفة الوقائع الفلسطينية. والذي ينظم قانون المطبوعات والعلاقة بين السلطة والصحافة. وشكل أهم مرجع بالنسبة لعمل وسائل الاعلام الفلسطينية (العمرى، 2010، ص47).

تعتبر هيئة الإذاعة والتلفزيون الفلسطينية البداية الحقيقية لانطلاق الاعلام المرئي الفلسطيني بقرار صادر عن الرئيس ياسر عرفات رئيس اللجنة التنفيذية لمنظمة التحرير الفلسطينية بتاريخ 6 تموز 1993 ويحمل رقم (4566) القاضي بنشأة هيئة الاذاعة والتلفزيون كهيئة رسمية مستقلة. وتم إنشاء أول مبنى للإذاعة في مدينة أريحا، وإنطلاق اذاعة صوت فلسطين من أريحا في شهر تموز، تلاه إنشاء التلفزيون بغزة نهاية عام 1994. وفي نيسان عام 1995 تم بناء أستوديوهات تلفزيونية في رام الله وأخرى في غزة. وفي عام 1999 تم إطلاق قناة فلسطين الفضائية (خليفة، 2015، ص212).

وكانت قناة الأقصى الفضائية في صدارة وسائل الاعلام المرئية الفلسطينية ، حيث أنها القناة الفلسطينية الإسلامية الأولى من حيث العامل الزمني والتي إنطلقت في 2006/10/8، وقد إمتازت بأن مقرها كان داخل فلسطين في قطاع غزة. بدأت الفكرة بإذاعة الأقصى حينما قام بتأسيسها الشيخ أحمد ياسين بإمكانات مادية متواضعة. وتطورت الفكرة الى انشاء مرئية الأقصى في السابع من كانون ثاني 2005 والتي واكبت الانتخابات البلدية. ثم وضع مجلس إدارة شبكة الأقصى مشروع إنشاء فضائية الأقصى كخيار استراتيجي فكان إطلاق الفضائية عام 2006 ثم إنطلقت قناة فلسطين اليوم عام 2009 من العاصمة اللبنانية بيروت، ومكاتبها المنتشرة داخل فلسطين وخارجها. وفي عام 2011 إنطلقت فضائية معا من خلال علاقة شراكة مع فضائية مكس من خلال البرامج ثم الاخبار ثم شراء اسهم في الفضائية وصولاً للمحطات الى شراء كافة أسهم الفضائية عام 2014 (إشتيوي، 2025، ص672).

**نشأة وتطور الاعلام الجديد في عصر الذكاء الاصطناعي.**

شهد الإعلام تحولاً كبيراً من النماذج التقليدية مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، والتي تعتمد على طرق تقليدية في الإنتاج والنشر والتوزيع، وغالباً ما تنسم بالبيث أحادي الاتجاه، وصولاً إلى الإعلام الجديد الذي ارتبط بظهور الإنترنت وشبكة الويب العالمية، حيث شهدت السنوات الأخيرة تحولات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات. وهنا يمكن الحديث عن ثلاث مراحل في تطور الاعلام: تبدأ بالاعلام التقليدي مروراً بالإعلام الجديد وصولاً إلى الاعلام الرقمي.

يعتبر الاعلام الجديد أوسع من الاعلام الرقمي والتقليدي، ويشمل أي شكل جديد من أشكال الإعلام يعتمد على التكنولوجيا الرقمية، بينما الإعلام الرقمي هو جزء من الإعلام الجديد يركز بشكل خاص على استخدام التكنولوجيا الرقمية في إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي.

**المرحلة الأولى: الإعلام التقليدي:**

يشير الإعلام التقليدي إلى وسائل الإعلام التي كانت سائدة قبل ظهور الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية، وتشمل التلفزيون، والراديو، والصحف، والمجلات، والإذاعة، والسينما. يتميز هذا النوع من الإعلام بالاعتماد على البيث

الأحادي، حيث يتم توجيه الرسالة من جهة واحدة إلى الجمهور، ويهيمن عليه عادةً المؤسسات الإعلامية الكبيرة أو الحكومات وللتوضيح أكثر، تشير وسائل الإعلام التقليدية عمومًا إلى الصحف والمقالات وغيرها من المواد الورقية المسجلة بصيغة كلمات ومع تطور العلم والتكنولوجيا، ظهر البث والإنترنت ووسائل الاتصال الأخرى (Hongbo, 2022).

#### المرحلة الثانية: الإعلام الجديد

يشير الإعلام الجديد إلى الوسائط الرقمية التفاعلية التي تعتمد على أجهزة الكمبيوتر والإنترنت في إنشائها وتوزيعها ومدى تأثيرها على ثقافتنا وسلوكنا. ويشمل المصطلح وسائل التواصل الاجتماعي، ومجموعة من المنصات، مثل المواقع الإلكترونية، والألعاب الرقمية، والبودكاست، والمدونات، وتطبيقات الهواتف المحمولة، وتقنيات الاتصال، والبث الإذاعي والتلفزيوني، والصحافة. ومن السمات المميزة للإعلام الجديد عامة والإعلام الرقمي خاصة القدرة على استخدام عناصر الوسائط المتعددة، مثل الفيديو والصوت، لإنشاء محتوى جذاب يسهل مشاركته عبر منصات متعددة.

وعليه فإن مفهوم الإعلام الجديد: هو نظام اتصالي يقوم على مبدأ الحرية والمشاركة في نشر المعلومات والتواصل بين أفراد المجتمع عبر شبكة الإنترنت بوصفها نافذة يطل عليها ومن خلالها على العالم، ويستطيع المستخدم أن يؤثر ويتأثر بسهولة وبسرعة فائقة عبر أدوات متعددة تعمل على بناء افتراضي للمستخدم داخل الشبكة بالاعتماد على مهارات المستخدم المختلفة ويصعب الفصل بين عناصر الاتصال ويمتاز بخاصية الحركة (جاسم، 2017).

#### المرحلة الثالثة: الإعلام الرقمي:

في البداية، كانت المدونات والمنصات النصية هي الوسائل الأساسية لنشر المحتوى الرقمي. ولكن مع مرور الوقت، تطورت أدوات الإعلام الرقمي بشكل كبير، حيث ظهرت منصات الوسائط المتعددة مثل يوتيوب وإنستغرام التي تسمح بنشر المحتوى التفاعلي عبر الصور والفيديوهات. وفي بداية الألفية الجديدة، شهد الإعلام الرقمي تحولاً كبيراً مع ظهور منصات التواصل الاجتماعي، التي غيرت طريقة استهلاك المحتوى بشكل جذري، حيث أصبح المستخدمون قادرين على إنتاج المحتوى بأنفسهم والتفاعل معه بشكل مباشر.

ويمكن تعريف الإعلام الرقمي digital media : هو الذي يتم نشره وإصداره على شبكة الإنترنت، ويشتمل على صحف وقنوات وصفحات ومواقع، وتتنوع مضامينه بين الصور وتسجيلات الفيديو والأخبار والمقالات والرسوم المتحركة، بالصوت والصورة واللون والحركة، ما يسمح له ويتميز بمرونة، لكونه مدعوماً بالتجديد والتطور التنوع والانتشار والقدرة على المنافسة، حتى أصبح مثار جدل ونقاش (الحازمي، 2021).

#### نشأة وتطور الذكاء الاصطناعي

شهد العقدان الماضيان تطوراً متسارعاً في مجال استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام الرقمي. هذا التطور دفع بالعديد من مؤسسات النشر الإعلامي والمؤسسات الصحفية لمواكبة هذا التطور خاصة ما يتعلق بصناعة الأخبار.

**الذكاء الاصطناعي:** الذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع علوم الحاسوب والذي يهتم بتطوير الأنظمة والبرامج التي تتمتع بالقدرة على التفكير والتعلم واتخاذ القرارات بشكل مستقل، بطريقة تشبه القدرات العقلية للإنسان. ويعتمد الذكاء الاصطناعي على تقنيات مثل التعلم الآلي ومعالجة اللغات الطبيعية والتعرف على الصوت والصورة والروبوتات والشبكات العصبية الاصطناعية وغيرها من التقنيات الحديثة، ويستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات مثل الطب والصناعة والتجارة والترفيه وغيرها، ويعد من أهم التقنيات الحديثة التي تشكل مستقبل الحياة البشرية (مصطفى، 2025 ، ص 57-76).

إبتداءً من 2010 ، تطور الذكاء الاصطناعي تطوراً مذهلاً فأصبح يستخدم في العديد من التطبيقات الحياتية والصناعية، من الرعاية الصحية إلى القيادة الذاتية للسيارات والترجمة الفورية وغيرها. وبموازاة ذلك زاد الاهتمام بالقضايا الأخلاقية والمخاطر المحتملة للذكاء الاصطناعي. مع ذلك، لا يمكن تجاهل التحديات والأخطار المرتبطة بالذكاء الاصطناعي مثل تأثيراته على سوق العمل والوظائف والأمن والخصوصية، وكلها قضايا تحتاج إلى عناية واهتمام خاص.

إن التعامل مع هذه التحديات يتطلب تكاملاً بين السياسات التنظيمية والأخلاقية والابتكار التكنولوجي لضمان تحقيق أقصى فائدة من الذكاء الاصطناعي مع تقليل أضراره المحتملة. من المهم أن نتأهب لتلك التحديات والفرص، من خلال تطوير مجموعة من الاستراتيجيات الفعالة لضمان التوجيه الأمثل لهذه التكنولوجيا

الواعدة، والعمل على تحقيق توازن بين التطور التكنولوجي والاعتبارات الأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية ووضع السياسات والأطر التي تضمن استخداما آمنا ومسؤولا لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، لضمان أن تكون فوائده أكبر من تحدياته وأخطاره لضمان أن يسهم الذكاء الاصطناعي في بناء مستقبل مستدام ومزدهر للجميع (عليوي، 2023).

#### الذكاء الاصطناعي الاعلامي:

يشمل الذكاء الاصطناعي في العمل الاعلامي التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الاعلامية وأنماط عملها في انتاج وتحرير المحتوى وصياغة المحتوى اليا عن طريق خوارزميات تعمل على جمع المعلومات دون التدخل البشري معتمدة على مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني والرقمي، فالمواقع الالكترونية تعتمد عليه بدرجة كبيرة حيث يتم تحويل البيانات الى نصوص اخبارية سرديّة بعد البرمجة الأولية ونشرها مباشرة. (عبد الحميد، 2020).

إن مجالات الذكاء الاصطناعي في الاعلام تتمثل في ثمانية مجالات رئيسية: توصيات/اكتشاف محتوى الجمهور، وتفاعل الجمهور، وتحسين تجربة الجمهور، وتحسين الرسائل، وإدارة المحتوى، وإنشاء المحتوى، وفهم الجمهور، وأتمتة العمليات. وتواجه هذه المراجعة تحديات كبيرة في تحقيق التوازن بين الفعالية والكفاءة، وبين قدرة الذكاء الاصطناعي والبشري على الحكم (Chan-Olmsted, 2019).

#### ثانيا: الدراسات السابقة

أولا: خلصت دراسة أحمد النادي وعلي دقاسمة وايهاب عوايس (2025) وعنوانها: توظيف الاعلام الرقمي في الدعوة الاسلامية: رؤية استشرافية إلى أن الإعلام الرقمي يوفر فرصا غير مسبوقه بفضل انتشاره السريع وتفاعله، مما يسهل التفاعل مع جماهير متنوعة. كما أنه يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث سهولة الوصول إليه ومشاركته للجمهور. ومع ذلك، يواجه تحديات تتعلق بالصدق والامن، مثل التضليل والهجمات الإلكترونية، مما يستلزم تعزيز الحماية والتحقق من المحتوى وأكدت على الحاجة إلى تصميم رسائل الوعظ بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور، وتعزيز المهارات الرقمية لدى الدعاة، والتعاون مع شركات الأمن السيبراني ومنصات الإعلام الموثوقة لحماية وتوسيع نطاق الوعظ الإسلامي.

(Alnadi, Daqamseh, & Awais, 2025).

ثانيا: خلصت دراسة Marek Winkel (2024) وعنوانها: المجتمع المسؤول: إتصال الذكاء الاصطناعي، المسؤولية، والأخلاق في الخطاب الإعلامي الألماني إلى أن الذكاء يلعب دورا متزايدا الأهمية في المجتمع، وأن التطبيقات مثل Chat GPT and Dall-E، والتي يمكنها إنتاج النصوص والصور من تلقاء نفسها أصبحت تحظى بشعبية كبيرة، ويثير هذا التطور تساؤلات حول الأخلاق والقيم والمسؤولية، حيث أن المستندات التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي قد تعزز المعلومات المضللة وتؤدي إلى تآكل الديمقراطية، بينما يصعب محاسبة الجهات الفاعلة البشرية. قد تدعم تقنية الذكاء الاصطناعي أيضا مجتمعا فعالا وعقلانيا، وهو ما له مزاياه وعيوبه (Winkel, 2024).

ثالثا: أكدت دراسة نجم عبد الله الراشد (2024) وعنوانها: تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دورا حاسما في تطوير صناعة الإعلام، وتحسين جودة المحتوى وسرعة إنتاجه. ومع ذلك، يجب أن يظل الإنسان هو المحرك الأساسي لهذه التقنيات، مع ضرورة وضع موائيق أخلاقية جديدة تضمن توازن الإنسان والآلة في عملية الإنتاج الإعلامي. ومن ضمن توصيات البحث: ضرورة اهتمام الصحفيين والمهنيين في مجال الإعلام بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى وتبسيط العمليات الإنتاجية (الراشد، 2024).

رابعا: وحول التحديات المهنية والأخلاقية أشارت دراسة الدكتور عبد الكريم علي الديبسي (2023) وعنوانها: صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية. إلى أنه لا تزال التحديات التي تواجه صحافة الذكاء الاصطناعي في مجال الحدود الدلالية، ومن أهمها نقص المعلومات أو عدم دقتها، مما يؤثر على مصداقيتها نتيجة إنتاج أخبار وتقارير بمعلومات متضاربة وغير دقيقة. وتحتاج خوارزميات إنتاج المحتوى الآلي إلى مزيد من الشفافية فيما يتعلق بحدود تطبيق المعايير المهنية في صحافة الذكاء الاصطناعي. (الديبسي، 2023).

خامسا: خلصت دراسة د. مبارك بن واصل الحازمي (2025) وعنوانها: مستقبل مهنة الاعلام في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي إلى أن (66%) من الإعلاميين السعوديين يعتقدون أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تحسن جودة الإنتاج الإعلامي. ومن حيث المهارات التي يحتاج الإعلاميون إلى تطويرها، تصدرت



العدد (6)  
أكتوبر 2025  
Volume (6)  
October 2025

## المجلة العربية للدراستات الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal of Humanities and Social Studies

ISSN online: 3079-4099  
ISSN print: 3079-4080

كتابة المحتوى القائمة، حيث أشار (62.7%) من العينة إلى أهمية إتقان هذه المهارة لمواكبة تقنيات الذكاء الاصطناعي. وبشأن التحديات أعرب (74.7%) من الإعلاميين السعوديين في العينة عن اعتقادهم الراسخ بأن تقنيات الذكاء الاصطناعي يُمكن أن تحل محل وظائف الإعلام التقليدية، وأعرب (62.7%) من العاملين في مجال الإعلام السعودي عن مخاوفهم بشأن إمكانية استبدال الوظائف التقليدية بتقنيات الذكاء الاصطناعي (الحازمي، 2025).

**سادسا:** وفي سبل النهوض خلصت دراسة (Stamatis Karnouskos (2020) إلى أننا كمجتمع لسنا مستعدين للتعامل مع ظهور التزييف العميق على أي مستوى. ولم نشهد أي آثار وخيمة حتى الآن، ويعود ذلك إلى مراحل تطورها المبكرة، والتي تُظهر قصورا في معالجة هذه المشكلة. لذا، ثمة حاجة ماسة إلى مزيج من التكنولوجيا والتعليم والتدريب والحوكمة. (Karnouskos, 2020).

### التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استخلاص النتائج النهائية تبين أن نتائج هذه الدراسة تتفق مع ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة التي تقاربت مع موضوع الدراسة:

**أولا:** اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة أحمد النادي وعلي دقاسمة وإيهاب عوايس (2025) وعنوانها: **توظيف الإعلام الرقمي في الدعوة الإسلامية: رؤية استشرافية.** حول التحديات وسبل المهوض وأكدت الدراسة على أن الإعلام الرقمي يوفر فرصا غير مسبوقة بفضل انتشاره السريع وتفاعله، مما يُسهّل التفاعل مع جماهير متنوعة. كما أنه يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث سهولة الوصول إليه ومشاركته للجمهور. ومع ذلك، يواجه تحديات تتعلق بالمصداقية والأمن، مثل التضليل والهجمات الإلكترونية، مما يستلزم تعزيز الحماية والتحقق من المحتوى. كما سلّطت الدراسة الضوء على إمكانات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي في توسيع نطاق الوعظ الإسلامي، في حين يُمكن لتقنية سلسلة الكتل (البلوك تشين) تحسين مصداقية المحتوى ومصداقيته.

**ثانيا:** تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (Marek Winkel (2024) حيث أظهرت النتائج أن أهم الاعتبارات الأخلاقية التي يجب على الإعلام الحديث الالتزام بها تتمثل في: ضمان موثوقية وأمان الأنظمة الذكية وتقليل مخاطرها المحتملة، والالتزام بالقيم الإنسانية والثقافية عند تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي وصدق المعلومات المنتجة أو الموجهة عبر الأنظمة الذكية وتحقيق الشفافية.

**ثالثا:** اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة نجم عبد الله الراشد (2024) وعنوانها: **تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام**

**حول أهمية** وضع مبادئ أخلاقية جديدة تضمن توازن الإنسان والآلة في عملية الإنتاج الإعلامي وضرورة اهتمام الصحفيين والمهنيين في مجال الإعلام بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى وتبسيط العمليات الإنتاجية.

**رابعا:** اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة الدكتور عبد الكريم علي الدبيسي (2023) وعنوانها: **صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية.** أن أهم التحديات تتمثل في نقص المعلومات أو عدم دقتها، مما يؤثر على مصداقيتها نتيجة إنتاج أخبار وتقارير بمعلومات متضاربة وغير دقيقة. وتحتاج خوارزميات إنتاج المحتوى الآلي إلى مزيد من الشفافية فيما يتعلق بحدود تطبيق المعايير المهنية في صحافة الذكاء الاصطناعي وصياغة مفهوم جديد في صحافة الذكاء الاصطناعي، وهو "بوابة الخوارزمية"، لمراعاة المسؤولية الاجتماعية والمعايير المهنية والأخلاقية.

**خامسا:** اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة د. مبارك بن واصل الحازمي (2025) وعنوانها: **مستقبل مهنة الاعلام في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي حول أهداف الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.** أن أهم المهارات التي يحتاج الإعلاميون إلى تطويرها، تصدرت كتابة المحتوى القائمة، وبشأن التحديات أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يُمكن أن تحل محل وظائف الإعلام التقليدية.

**سادسا:** تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (Stamatis Karnouskos (2020) حول أهم سبل النهوض بالاعلام العالمي في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: إدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للإعلاميين والمطورين وصناع القرار. وتطوير الكفاءات الاعلامية وتقنيات الأمان وتنظيم برامج

تدريبية متخصصة حول استخدام الذكاء الاصطناعي [16]. أظهرت النتائج أن أهم سبل النهوض بالاعلام العالمي في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: نشر الوعي الإعلامي بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي، وتحديث المبادئ الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بانتظام لمعالجة أي تغييرات أو تطورات مستقبلية. وقد اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة، بتناولها موضوعا جديدا يتحدث عن الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي والأخلاقيات التي يجب أن يتحلى بها، والتحديات والأهداف وسبل النهوض. وإعتمدت الدراسة على منهجية بحثية شاملة، تجمع بين الأدبيات السابقة والمسوحات والمقابلات مع النخبة الأكاديمية والخبراء في مجالي الاعلام والذكاء الاصطناعي بالإضافة الى استخدام الكتب الحديثة والدراسات العلمية ذات الصلة.

وتميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها تضيف إلى المكتبة الفلسطينية مصدرا جديدا يختص بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي والأخلاقيات التي يجب أن يتحلى بها، والتحديات والأهداف وسبل النهوض، الأمر الذي يعطي أهمية لإجراء مثل هذه الدراسة، وهو موضوع حديث تمت دراسته بشكل محدود الأمر الذي يجعل من الدراسة مرجعا للباحثين والاعلاميين وصانعي القرار في المجتمع.

#### نتائج الدراسة ومناقشتها:

المحور الأول: التحديات والمعوقات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (2): يوضح النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي ينص على: ما هي التحديات والمعوقات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي؟

الرقم في الاستبانة	التحديات والمعوقات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.	المتوسطات الحسابية	النسبة المئوية
1	تعرض المحتوى الفلسطيني للحذف أو التقييد بدعوى مخالفة السياسات وإنتاج محتوى موجه يتضمن تحيزات ضد القضية الفلسطينية.	4.25	85
2	ضعف مهارات التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي الأمر الذي يستوجب تدريب الكوادر والكفاءات الإعلامية على التقنيات الجديدة.	4.15	83
3	ارتفاع تكلفة اعتماد الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.	3.05	61
4	مخاوف من تأثير الذكاء الاصطناعي على الوظائف الصحفية التقليدية.	3.65	73
5	إساءة استخدام الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي والأخبار والمقاطع المفبركة.	4.05	81
6	تحديات أخلاقية في خوارزميات الذكاء الاصطناعي (كالتحيز وعدم المساواة).	4	80
7	الذكاء الاصطناعي لا يقدم أي فائدة للإعلام الفلسطيني مقارنة بالأساليب التقليدية	2.15	43
8	لا يوجد أي خطر في الاعتماد الكامل على أنظمة الذكاء الاصطناعي الإعلامية	2.75	55
9	أثق بالأخبار والبرامج الإعلامية المنتجة بواسطة الذكاء الاصطناعي.	2.55	51
10	ضعف مجابهة التضليل الإسرائيلي من خلال الذكاء الاصطناعي	3.9	78
11	مخاوف التعرض للخصوصية.	3.75	75
	المجموع	3.47	69.54



العدد (6)  
أكتوبر 2025  
Volume (6)  
October 2025

المجلة العربية  
للدراستات الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal of Humanities and Social Studies

ISSN online: 3079-4099  
ISSN print: 3079-4080

أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يشكل تحديات كبيرة لصناعة الإعلام الفلسطيني، من بينها: تعرض المحتوى الفلسطيني للحذف أو التقييد بدعوى مخالفة السياسات وإنتاج محتوى موجه يتضمن تحيزات ضد القضية الفلسطينية. وذلك وفق 85% من المبحوثين. فيما تحدث 83% عن ضعف مهارات التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي الأمر الذي يستوجب تدريب الكوادر والكفاءات الإعلامية على التقنيات الجديدة. ويرى 81% أن من أهم التحديات أيضا إساءة استخدام الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي وتزييف المحتوى والأخبار والمقاطع المفبركة. وقال 80% بوجود تحديات أخلاقية في خوارزميات الذكاء الاصطناعي (كالتحيز وعدم المساواة). بالإضافة الى مخاوف التعرض للخصوصية وفق 75%. وضعف مجابهة التضليل الإسرائيلي من خلال الذكاء الاصطناعي وذلك وفق 78%. فيما قال 73% إن المخاوف من تأثير الذكاء الاصطناعي على الوظائف الصحفية التقليدية تعتبر من التحديات المهمة.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة زين العابدين علي جريو، أحمد جابر خيون (2025) وعنوانها: تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام: الفرص والتحديات. حول التحديات التي قد تنشأ عن الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام، مثل انتشار الأخبار الكاذبة والمحتوى المضلل، والتحيز الخوارزمي، وفقدان الوظائف الصحفية التقليدية وقضايا الخصوصية وحماية البيانات، بالإضافة إلى التهديدات الأمنية التي قد يواجهها قطاع الإعلام، مع التأكيد على ضرورة تطوير القوانين واللوائح لحماية الخصوصية وضمان الشفافية في استخدام هذه التقنيات (جريو، 2025).

في المقابل فإن هذه النتائج تلتقي أيضا مع دراسة هناء السيد مختار خليفة (2025) وعنوانها: مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة استشرافية. أكبر التحديات التي ستواجه تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي هي نقص المهارات والخبرات، كما يمثل "فقدان الوظائف البشرية" تحدي كبير حيث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي قد تؤدي إلى تقليل الحاجة للعديد من الوظائف التقليدية، في المقابل أنفق الخبراء بنسبة 45% أن السيناريو المتوقع لمستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي هو "السيناريو التفاؤلي" (خليفة، 2025).

ويرى الدكتور فريد أبو ظهير أستاذ الاعلام في جامعة النجاح بخصوص هذه النتائج (مقابلة شخصية، 2025): أنه من المهم التأكيد على أن ما ذكر آنفاً بخصوص الاعتبارات الأخلاقية تتعلق بشكل أساس بالقائمين على منصات الذكاء الاصطناعي، وهذه إشكالية معقدة. فتجربتنا السابقة مع منصات التواصل الاجتماعي كانت سيئة، حيث استطاعت الولايات المتحدة ودولة الاحتلال الإسرائيلي أن تهيمن عليها، وتفرض عليها معايير بعيدة كل البعد عن الموضوعية مثلاً. بل وُظفت لمحاربة المحتوى الفلسطيني، أو أي محتوى يتعارض مع السياسات الغربية والإسرائيلية، ولكن كل ما ذكر، يحتاج إلى جهود هائلة، وقبل ذلك وبعده عي كبير لدى المستخدمين. وهذا يُعدُّ تحدياً كبيراً.

ويعلق الدكتور نشأت الجلاد عميد كلية تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي في جامعة فلسطين التقنية-خضوري على هذه النتيجة (مقابلة شخصية، 2025) بالقول: هذه نتيجة تعتبر واقعية، إذ تشير الدراسات الحديثة إلى أن المحتوى الإعلامي يتعرض للحذف أو التقييد أحياناً لأسباب سياسية أو ناتج عن تطبيق خوارزميات مراجعة غير شفافة. كما تؤكد الأبحاث أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تستخدم فعلياً في إنتاج ونشر الأخبار المضللة والمحتوى المفبرك، خاصة مع انتشار ظاهرة "المواطن الصحفي" وسعي بعض الأفراد أو الصفحات إلى جذب المشاهدات والترنادات دون التحقق من صحة المعلومات المنشورة.

ويرى الباحث أن هذه النتائج حققت الهدف الثاني للدراسة المتمثل في تبيان التحديات والمعوقات التي تواجه الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي، والتي كانت منطقية وتعكس الواقع الذي يعيشه الاعلاميين في ظل الانفتاح العالمي على التقنيات الحديثة المتاحة لكافة فئات المجتمع. إن هذه النتائج تؤكد على الحاجة الى تعزيز المهنية والموضوعية وتسهيل مهمة الاعلاميين والمؤسسات الاعلامية وضمان خصوصيتهم. وحماية أنظمة الذكاء الاصطناعي من القرصنة أو الهجمات الإلكترونية وتطوير تقنيات الأمان والتأكد من تلبيةها للمعايير القانونية والاجتماعية.

المحور الثاني: الأخلاقيات التي يجب على الاعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (3): يوضح النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي ينص على: ما هي أهم الأخلاقيات التي يجب على الاعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي؟

الرقم في الاستبانة	الأخلاقيات التي يجب على الاعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي	المتوسطات الحسابية	النسبة المئوية
1	حماية خصوصية المستخدمين ومنع تسريب واستغلال بياناتهم وإلحاق الضرر بهم.	4.15	83
2	الالتزام بالقيم الدينية والوطنية الفلسطينية والقيم الإنسانية والثقافية عند تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي.	4.35	87
3	ضمان موثوقية وأمان الأنظمة الذكية وتقليل مخاطرها المحتملة.	3.9	78
4	تحقيق الشفافية وإمكانية تفسير قرارات الأنظمة الإعلامية الذكية.	4.05	81
5	المساءلة القانونية وتحمل المسؤولية الأخلاقية عن القرارات والاجراءات عند حدوث أخطاء أو نتائج سلبية.	4	80
6	الالتزام بالتشريعات واللوائح الناظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي.	3.95	79
7	الحفاظ على موضوعية ومهنية المحتوى الإعلامي وصدق المعلومات المنتجة أو الموجهة عبر الأنظمة الذكية.	4.1	82
8	استقلالية الوسيلة الإعلامية سياسيا وحزبيا في تبني واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.	3.75	75
	<b>المجموع</b>	<b>4.03</b>	<b>80.62</b>

أظهرت النتائج أن أهم الاعتبارات الأخلاقية التي يجب على الاعلام العالمي الحديث الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: الالتزام بالقيم الدينية والوطنية الفلسطينية والقيم الإنسانية والثقافية عند تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي وذلك وفق 87%. حماية خصوصية المستخدمين ومنع تسريب واستغلال بياناتهم وإلحاق الضرر بهم وفق 83%. الحفاظ على موضوعية ومهنية المحتوى الإعلامي وصدق المعلومات المنتجة أو الموجهة عبر الأنظمة الذكية وفق 82%. وتحقيق الشفافية وإمكانية تفسير قرارات الأنظمة الإعلامية الذكية وفق 81%.

تلقت هذه النتائج مع دراسة: ( Buenfil,2019) والتي أكدت على أن الانتشار السريع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي عالميا يبرز الحاجة الى معايير أخلاقية لحماية الحقوق الفردية مثل الخصوصية، وتعزيز الصالح العام، وتعتبر حوكمة الأجهزة الشخصية، وحوكمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل التعرف على الكلام والوجه، وتتبع الأفراد باستخدام أجهزتهم الإلكترونية الشخصية، ضرورة لمنع إساءة استخدام هذه التقنيات من قبل الشركات أو الحكومات.

ويؤكد الدكتور بسام عويضة أستاذ الاعلام في جامعة بير زيت على هذه النتيجة (مقابلة شخصية، 2025) بالقول: أنا أتباع الاعلام الألماني بقوة بحكم معرفتي باللغة ووجودي في هذا البلد لسنوات طويلة، أكاد أجزم أن المحتوى الاعلامي لا يعني شيئا للوسيلة الاعلامية الحديثة والقديمة ولكن كل ما يعني هذه الشركات الاعلامية الطرف القوي وصاحب الرواية القوية وصاحب الرواية الأصح، اذا تصفحت لا توجد قيم انسانية في الاعلام القديم والحديث في الغرب، لأنه في اعتقادي ان الاعلام الحديث وحتى القديم وخاصة الغربي منه لا يوجد لديهم أدنى مستوى من الأخلاق حتى يحافظ على بيانات وخصوصية المستخدمين هذه عبارة عن شركات المبدأ فيها الربح والخسارة.

ويلحق الدكتور رامي يوسف الخبير في الذكاء الاصطناعي من جامعة فلسطين التقنية - خضوري (مقابلة شخصية، 2025): بالقول: اتفق مع الاعتبارات الأخلاقية وهي تمثل اساسيات مهمه مع وجود اعتبارات أخرى مثل عدم تعزيز الاعلام التحيزات الموجودة او إيجاد تحيزات جديدة ومناخ للجميع وكذلك ان يكون هناك مساءلة

قانونية و تحديد المسؤول عنها، والزام المؤسسات الإعلامية بنشر التوعية و التنقيف حول كيفية التعامل مع المحتوى بالإضافة الى الحفاظ على دور الانسان في اتخاذ القرارات النهائية خاصة في القضايا الحساسة وتوفير اليات للأفراد والجماعات للطعن في المحتوى الإعلامي المنتج بواسطة الذكاء الاصطناعي وتصحيح المعلومات الخاطئة.

يرى الباحث هذه النتائج حققت الهدف الثالث للدراسة المتمثل في تبيان أهم الأخلاقيات التي يجب على الاعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي. إن هذه الأخلاقيات موجودة أصلاً في الاعلام الفلسطيني والتي طالما كانت مرجعية أصيلة للاعلاميين الملتزمين بالمهنية والموضوعية في عملهم الاعلامي وصولاً إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بطريقة تحافظ على السلامة والأمان والخصوصية للأفراد والمجتمعات، وتحافظ على العدالة والمساواة في الوصول إلى تلك التقنيات الحديثة وسهولة التعامل معها. هذه النتائج تؤكد على أهمية إدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للاعلاميين والمطورين وصناع القرار. وبناء ذكاء إصطناعي عالمي يراعي القضايا الأخلاقية والدينية، ومواجهة التحديات عالمياً.

**المحور الثالث: أهداف الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.**  
**جدول رقم (4): يوضح النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي ينص على: ما هي أهم أهداف الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي؟**

الرقم في الاستبانة	المحور الثالث: أهداف الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.	المتوسطات الحسابية	النسبة المئوية
1	إستخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز الهوية الثقافية ودعم التراث الوطني الفلسطيني.	4.35	87
2	إستخدام الذكاء الاصطناعي في مواجهة الدعاية الإسرائيلية المضللة التي تستهدف تشويه الرواية الفلسطينية.	4.25	85
3	نشر التوعية بمخاطر إساءة استخدام الذكاء الاصطناعي، مثل القرصنة والهجمات الرقمية.	4	80
4	تسهيل إجراء البحوث الإعلامية من خلال أدوات تحليل ذكية ومتقدمة.	2.75	55
5	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث في مناطق خطرة كالحروب والكوارث الطبيعية.	2.05	41
6	الكشف عن الأخبار والمقاطع المزيفة والحدّ من انتشار المعلومات المضللة.	3.9	78
7	دعم الشفافية والمساءلة من خلال تحليل البيانات وتتبع مصادر المعلومات.	4	80
8	بناء ذكاء إصطناعي فلسطيني وإسلامي وعالمي يراعي القضايا الأخلاقية والدينية.	3.75	75
9	بناء خطاب إعلامي فلسطيني مؤثر موجه للغرب بالتعاون بين الخبراء والأكاديميين.	3.75	75
10	تحسين الكفاءة والإنتاجية والتوظيف في وسائل الاعلام، مما يتيح للإعلاميين التفرغ للمهام الإبداعية.	4.15	83
11	رفع مستوى العمل الإعلامي وتقليل التكاليف والأخطاء البشرية.	3.5	70
	<b>المجموع</b>	<b>3.67</b>	<b>73.54</b>

أظهرت النتائج أن أهداف الاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي والتي يجب أن يعمل الاعلام الفلسطيني على تحقيقها تتمثل في: إستخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز الهوية الثقافية ودعم التراث الوطني الفلسطيني وفق 87% من المبحوثين. فيما يرى 85% أن إستخدام الذكاء الاصطناعي في مواجهة الدعاية



العدد (6)

أكتوبر 2025

Volume (6)  
October 2025

المجلة العربية  
للدراستات الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal of Humanities and Social Studies

ISSN online: 3079-4099  
ISSN print: 3079-4080

الإسرائيلية المضللة التي تستهدف تشويه الرواية الفلسطينية هدف مهم. وتحسين الكفاءة والإنتاجية والتوظيف في وسائل الاعلام، مما يتيح للإعلاميين التفرغ للمهام الإبداعية وهذا ما قاله 83% من الباحثين. ويرى 80% أن الأهداف تتحقق من خلال دعم الشفافية والمساءلة من خلال تحليل البيانات وتتبع مصادر المعلومات. ويرى 78% أن الكشف عن الأخبار والمقاطع المزيفة والحد من انتشار المعلومات المضللة هدف مهم يجب العمل على تحقيقه.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة ليث محمد نزال و هاني خليل الفران (2025) وعنوانها: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الهوية الثقافية الفلسطينية بالفضاء الداخلي السكاني. أن أدوات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تؤدي دوراً محورياً في الحفاظ على الهوية الثقافية الفلسطينية من فضاءات داخلية مبتكرة، تجمع بين التراث والحداثة، وأن دمج استخدام هذه الأدوات مع التقنيات التقليدية يُعزز من استدامة التراث الثقافي الفلسطيني، ويحقق توازناً بين الحداثة والتقليد، وأوصت بتوسيع استخدام هذه التقنيات في مشاريع الفضاء الداخلي، التي تعزز الهوية الثقافية، وتطور برامج تعليمية موجهة لمصممي الديكور؛ لتمكينهم من استخدام هذه الأدوات في الحفاظ على التراث الثقافي بفاعلية.

كما وتتفق مع دراسة (Springer, 2025) والتي أوصت بالتكامل الأخلاقي لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وضمان تعزيز الديمقراطية السليمة، وحماية حرية التعبير، والحد من المعلومات المضللة. وفي هذا السياق تقول الدكتورة روية عواد المختصة بالاعلام في جامعة فلسطين التقنية (مقابلة شخصية، 2025): من الواجب في عصرنا الحديث أن يتم الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي والكشف والقضاء على هذه المواقع التي تنشر مثل هذه الاخبار المزيفة للتقليل من انتشارها ودعم الشفافية وعدم التهاون بالمسائلة لمثل هذه العادات التي تستهدف الانسان والقيم الانسانية.

ويرى الباحث أن هذه النتائج حققت الهدف الرابع للدراسة في التعرف إلى الأهداف التي يجب على الاعلام الفلسطيني تبنيها عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. إن تحقيق هذه الأهداف ممكن في حالة توفر الإرادة لدى صانعي القرار في المؤسسات الاعلامية والزام الاعلاميين والجمهور بأخلاقيات الاعلام والتقنيات الحديثة. وأن إنجاز هذه الأهداف سيحقق نقلة نوعية في الاعلام الأمر الذي سيمكن الاعلاميين ومؤسساتهم وخبراء الذكاء الاصطناعي التفرغ لمهام أرقى في سبيل النهوض بالقضايا الأكثر أهمية في عالمي الاعلام والذكاء الاصطناعي. إن هذه الأهداف التي يسعى الاعلام إلى تحقيقها لكن الواقع مختلف تماماً بسبب سيطرة جهات محددة على الذكاء الاصطناعي العالمي. فهل يسمح القائمون على الأمر لوسائل الاعلام الحديث بتحقيق هذه الأهداف المثالية؟

المحور الرابع: سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (5): يوضح النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي ينص على: ما هي سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي؟

الرقم في الاستبانة	سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي.	المتوسطات الحسابية	النسبة المئوية
1	تحديث المبادئ الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بانتظام لمعالجة أي تغييرات أو تطورات مستقبلية.	4.05	81
2	نشر الوعي الإعلامي بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي.	4.25	85
3	تقديم المشورة والارشاد والدعم الفني للجهات الإعلامية المستخدمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي	3.75	75
4	مراقبة مدى التزام المؤسسات الإعلامية بالمبادئ الأخلاقية.	3.65	73
5	حماية أنظمة الذكاء الاصطناعي من القرصنة أو الهجمات الإلكترونية وتطوير تقنيات الأمان.	4	80
6	إدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للاعلاميين والمطورين وصناع القرار.	4.2	84
7	متابعة وسائل الاعلام ورصد البرامج الإعلامية وتقييم مدى	3.9	78



العدد (6)

أكتوبر 2025

Volume (6)  
October 2025

## المجلة العربية للدراستات الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal of Humanities and Social Studies

ISSN online: 3079-4099

ISSN print: 3079-4080

العدد	العدد	المصداقيتها والتزامها بالأخلاقيات.	العدد
77	3.85	تعزيز الشراكة بين الإعلاميين وصناع القرار والمجتمع لمواجهة التحديات وتطبيق معايير الذكاء الاصطناعي .	8
83	4.15	تطوير الكفاءات الاعلامية وتنظيم برامج تدريبية متخصصة حول استخدام الذكاء الاصطناعي.	9
75	3.75	استضافة خبراء في القانون والإعلام لمناقشة التحديات المستقبلية.	10
73	3.65	مراجعة محتوى البرامج الإعلامية وتحديد الانحرافات الأخلاقية إن وجدت.	11
<b>78.54</b>	<b>3.92</b>	<b>المجموع</b>	

أظهرت النتائج أن أهم سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: نشر الوعي الإعلامي بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي وفق 85% من المبحوثين . فيما قال 84% من المبحوثين إن ذلك يتم من خلال إدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للاعلاميين والمطورين وصناع القرار. ويرى 83% إن ذلك ستم من خلال تطوير الكفاءات الاعلامية وتنظيم برامج تدريبية متخصصة حول استخدام الذكاء الاصطناعي. وقال 81% إن ذلك يتم من خلال تحديث المبادئ الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بانتظام لمعالجة أي تغييرات أو تطورات مستقبلية. ويرى 80% إن ذلك ممكن من خلال حماية أنظمة الذكاء الاصطناعي من القرصنة أو الهجمات الإلكترونية وتطوير تقنيات الأمان.

وأكدت دراسة نجم عبد الله الراشد (2024) وعنوانها: تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام. أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا حاسمًا في تطوير صناعة الإعلام، وتحسين جودة المحتوى وسرعة إنتاجه. ومع ذلك، يجب أن يظل الإنسان هو المحرك الأساسي لهذه التقنيات، مع ضرورة وضع ميثاق أخلاقية جديدة تضمن توازن الإنسان والآلة في عملية الإنتاج الإعلامي. ومن ضمن توصيات البحث: ضرورة اهتمام الصحفيين والمهنيين في مجال الإعلام بتقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة المحتوى وتبسيط العمليات الإنتاجية (الراشد، 2024).

في المقابل فإن وسائل الإعلام تُركز على الجانب الواقعي والعملي في تغطيتها لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي، إلا أن هذه التغطية لا تزال سطحية. هناك حاجة إلى نهج متعدد الجوانب للتعامل مع القضايا الاجتماعية والأخلاقية والسياسية المتعلقة بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك زيادة إمكانية وصول الجمهور إلى المعلومات الصحيحة من خلال نشرات وقائع وبيانات قيم أخلاقية على صفحات ويب موثوقة (مثل الوكالات الحكومية)، والتعاون مع خبراء الأخلاقيات والذكاء الاصطناعي وإشراكهم في كل من البحث والنقاش العام، ووضع سياسات حكومية أو أطر تنظيمية متسقة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي (Ouchchy, 2020).

ويقول الدكتور أنس لمحم المختص في مجال الذكاء الاصطناعي في جامعة فلسطين التقنية - خضوري (مقابلة شخصية، 2025) : من المهم سن وتحديث القوانين التي تلبى الحاجات الناتجة عن ظهور هذه التكنولوجيا، ولكن سن القوانين دون نشر الوعي بها يجعل من الصعب تطبيقها من ناحية، لذلك من المهم نشر الوعي بأخلاقيات استخدام هذه التكنولوجيا ومبادئ القيم الإنسانية بين أهل الاعلام وممارسي وخبراء هذه المهنة لإيجاد رادع ذاتي يقلل الحاجة للجوء للقوانين، فالوقاية خير من العلاج.

ويرى الدكتور أديب زيادة أستاذ العلاقات الدولية في جامعة قطر (مقابلة شخصية، 2025): أن سبل النهوض الواردة في النتائج تعكس وعياً عميقاً بضرورة دمج الأخلاقيات في التعليم والتدريب. يمكن إضافة تطوير تشريعات وطنية ودولية ملزمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام توازن بين حرية التعبير وحماية الخصوصية. علاوة على تعزيز التعاون الأكاديمي-الصناعي من حيث ربط الجامعات بمؤسسات الإعلام والتكنولوجيا لإنتاج حلول مشتركة. كما يمكن إنشاء مراكز رصد إعلامية ذكية لمراقبة ورصد الأخبار المضللة بشكل مستمر. نقطة أخيرة تتعلق بضرورة الاستثمار في البنية التحتية الرقمية لتقليل الفجوة بين الدول المتقدمة والنامية في استخدام أدوات الإعلام الذكي.

ويرى الباحث أن هذه النتائج حققت الهدف الخامس للدراسة من خلال إسئصاء إلى سبل النهوض بالاعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي. إن هذه السبل للنهوض بواقع الاعلام الجديد متاحة وسهلة التنفيذ في حال توفر الإرادة لدى المؤسسات الاعلامية وصانعي القرار وأن أهم القرارات تتمثل في تدريب الكفاءات



العدد (6)  
أكتوبر 2025  
Volume (6)  
October 2025

## المجلة العربية للدراستات الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal of Humanities and Social Studies

ISSN online: 3079-4099  
ISSN print: 3079-4080

الإعلامية على التقنيات الحديثة، ووضع قوانين أخلاقية تلزم المجتمع بالتنفيذ، وإنشاء هيئات رقابية مستقلة تضم خبراء في مجالات الإعلام و التكنولوجيا والقانون.

### إختبار الفرضيات الإحصائية:

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) لأثر الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي، تبعاً لمتغيرات: الجنس، مكان الإقامة، المؤهل العلمي، الوسيلة الإعلامية.

لفحص الفرضيات استخدم الباحث اختبار (ت) (Independent t-test) لمجموعتين مستقلتين لدلالة الفروق لأداة الدراسة تبعاً للمتغيرات المذكورة. كما استخدم الباحث تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاستخراج دلالة الفروق للدرجة الكلية للمحاور والدرجة الكلية لجميع الفقرات تبعاً للمتغيرات. ويتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \geq \alpha$ ) للمحاور الأربعة وعلى الدرجة الكلية لجميع الفقرات تعزى لمتغيرات: الجنس، مكان الإقامة، المؤهل العلمي، الوسيلة الإعلامية.

### النتائج والتوصيات

#### النتائج:

1- أظهرت النتائج أن أهم التحديات التي تواجه الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي ، تتمثل في: تعرض المحتوى الفلسطيني للحذف أو التقييد بدعوى مخالفة السياسات وإنتاج محتوى موجه يتضمن تحيزات ضد القضية الفلسطينية.

2- أظهرت النتائج أن أهم التحديات التي تواجه الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي ، تتمثل في: ضعف مهارات التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي الأمر الذي يستوجب تدريب الكوادر والكفاءات الإعلامية على التقنيات الجديدة. وإساءة استخدام الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي وتزييف المحتوى والأخبار والمقاطع المفبركة.

3- أظهرت النتائج أن أهم التحديات التي تواجه الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي ، تتمثل في: تحديات أخلاقية في خوارزميات الذكاء الاصطناعي (كالتحيز وعدم المساواة). بالإضافة الى مخاوف التعرض للخصوصية. وضعف مجابهة التضليل الإسرائيلي من خلال الذكاء الاصطناعي. ومخاوف من تأثير الذكاء الاصطناعي على الوظائف الصحفية التقليدية.

4- أظهرت النتائج أن أهم الاعتبارات الأخلاقية التي يجب على الإعلام الفلسطيني الالتزام بها في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: الالتزام بالقيم الدينية والوطنية الفلسطينية والقيم الإنسانية والثقافية عند تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي. وضمان موثوقية وأمان الأنظمة الذكية وتقليل مخاطرها المحتملة،

5- أظهرت النتائج أن أهم الاعتبارات الأخلاقية التي يجب على الإعلام الفلسطيني الالتزام بها تتمثل في: حماية خصوصية المستخدمين ومنع تسريب واستغلال بياناتهم وإلحاق الضرر بهم. الحفاظ على موضوعية ومهنية المحتوى الإعلامي وصدق المعلومات المنتجة أو الموجهة عبر الأنظمة الذكية. وتحقيق الشفافية وإمكانية تفسير قرارات الأنظمة الإعلامية الذكية.

6- أظهرت النتائج أن أهداف الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي والتي يجب أن يعمل الإعلام الفلسطيني على تحقيقها تتمثل في: استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز الهوية الثقافية ودعم التراث الوطني الفلسطيني. واستخدام الذكاء الاصطناعي في مواجهة الدعاية الإسرائيلية المضللة التي تستهدف تشويه الرواية الفلسطينية هدف مهم.

7- أظهرت النتائج أن أهداف الإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي والتي يجب أن يعمل الإعلام الفلسطيني على تحقيقها تتمثل في: تحسين الكفاءة والإنتاجية والتوظيف في وسائل الإعلام، مما يتيح للإعلاميين التفرغ للمهام الإبداعية. ودعم الشفافية والمساءلة من خلال تحليل البيانات وتتبع مصادر المعلومات. والكشف عن الأخبار والمقاطع المزيفة والحد من انتشار المعلومات المضللة هدف مهم يجب العمل على تحقيقه.

8- أظهرت النتائج أن أهم سبل النهوض بالإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: نشر الوعي الإعلامي بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي . وإدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للإعلاميين والمطورين وصناع القرار.

9- أظهرت النتائج أن أهم سبل النهوض بالإعلام الفلسطيني في عصر الذكاء الاصطناعي تتمثل في: تطوير الكفاءات الإعلامية وتنظيم برامج تدريبية متخصصة حول استخدام الذكاء الاصطناعي. وتحديث المبادئ

الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بانتظام لمعالجة أي تغييرات أو تطورات مستقبلية. وحماية أنظمة الذكاء الاصطناعي من القرصنة أو الهجمات الإلكترونية وتطوير تقنيات الأمان.

#### توصيات الدراسة:

**أولاً:** تطوير الكوادر والكفاءات الإعلامية على التقنيات الجديدة من خلال تنظيم برامج تدريبية متخصصة بالذكاء الاصطناعي، وإدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في الدورات والبرامج التعليمية للاعلاميين والمطورين وصناع القرار.

**ثانياً:** تدريب الإعلاميين والخريجين ونشطاء الإعلام الاجتماعي على صياغة الرسالة الإعلامية وصناعة المحتوى المناسب بما يتلاءم مع الجمهور المستهدف في كل حالة وتشكيل فريق من الأخصائيين لتقديم الرواية الفلسطينية.

**ثالثاً:** بناء ذكاء إصطناعي فلسطيني يراعي القضايا الأخلاقية والدينية، من خلال تعزيز التعاون الدولي في تطبيق ممارسات الذكاء الاصطناعي الأخلاقية، ومواجهة التحديات عالمياً.

**رابعاً:** حماية أنظمة الذكاء الاصطناعي من القرصنة أو الهجمات الإلكترونية وتطوير تقنيات الأمان والتأكد من تليتها للمعايير القانونية والاجتماعية. وحماية خصوصية المستخدمين ومنع تسريب واستغلال بياناتهم وإلحاق الضرر بهم.

**خامساً:** نشر الوعي الإعلامي بأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي من خلال المؤتمرات العلمية والندوات والبرامج التلفزيونية والإعلام الاجتماعي والرسمي. وتحديث المبادئ الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي بانتظام لمعالجة أي تغييرات أو تطورات مستقبلية.

**سادساً:** اعتماد استراتيجية إعلامية شاملة تهدف إلى إبراز القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية وتبني الخطاب الإعلامي الوطني الوجدوي في مواجهة الرواية الإسرائيلية وذلك عند استخدام الذكاء الاصطناعي.

**سابعاً:** مراعاة اللغة الإعلامية المستخدمة في تغطية أحداث الصراعات بحيث يتم استخدام أطر وعبارات لا تحض على العنف أو الكراهية في المجتمع الفلسطيني خاصة وعلى الصعيد العالمي عامة.

**ثامناً:** إبراز التراث الوطني ودوره في الحفاظ على الهوية الوطنية الفلسطينية من خلال البرامج المرئية والمسموعة والمقروءة والتغطية الإعلامية للمؤتمرات والمعارض وإدراج ذلك ضمن الذكاء الاصطناعي.

#### المصادر والمراجع

1. إشتيوي، محمد. محمد. (2025). إستراتيجيات الاعلام الفلسطيني في بناء المجتمع المتطور، المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الثامن العدد 77، ص <https://doi.org/10.36571/ajsp7726672>
2. جاسم، مؤيد. نصيف. (2017) مقارنة تحليلية بين الإعلام الجديد و التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 9، العدد 36، ص ص59-76. <https://doi.org/10.33282/abaa.v9i36.115>
3. جريو، زين العابدين. علي. وخيون، أحمد. جابر. (2025). تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام: الفرص والتحديات، مجلة الشرق الأوسط للعلوم الانسانية والثقافية، المجلد 5 العدد 1، ص ص1-17. <https://doi.org/10.56961/mejhss.v5i1.858>
4. الحازمي، مبارك. بن واصل. (2025). مستقبل مهنة الاعلام في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، المجلد 2025 العدد 90، ص ص1-46.
5. DOI: <https://doi.org/10.21608/ejsc.2025.418205>
6. الحازمي، مبارك. بن واصل. (2021). إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، المجلد، 4 العدد، 77. الصفحة 2381-2394.
7. Doi: <https://doi.org/10.21608/ejsc.2021.226305>
8. خليفة، هناء. السيد. مختار. (2025). مستقبل الإعلام الرقمي في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة استشرافية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 24 العدد 2، ص ص259-294.
9. DOI: [10.21608/joa.2025.421397](https://doi.org/10.21608/joa.2025.421397)
10. خليفة، محمود. (2015). الاعلام الفلسطيني النشأة والتطور. الطبعة الأولى. إصدار وزارة الاعلام الفلسطينية. رام الله.

11. الدببسي، عبد الكريم. علي. (2023). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية. المجلد 31 العدد 3 ، 72-93.  
<https://doi.org/10.33976/IUGJHR.31.3/2023/4>
12. الراشد، نجم. عبد الله. (2024). تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام. المجلة الدولية للبحوث العلمية، المجلد 3 العدد 7. <https://doi.org/10.59992/IJSR.2024.v3n7p3>
13. الشمراوي، صالح. عبد الله. (2024). أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في التعليم من وجهة نظر الطلبة الدوليين: تطبيقات ChatGPT، المجلة التربوية بكلية التربية بسوهاج، عدد (120).
14. عبد الحميد، عمرو. (2020). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الاعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. مجلة البحوث الاعلامية؟
15. العمري، وليد. (2010). الصحافة الفلسطينية ثلاث مطارق وسندان. الطبعة الأولى. رام الله : مركز رام الله لدراسات حقوق الانسان.
16. عليوي، مريم. قيس. (2023). الذكاء الاصطناعي: تطوره، تطبيقاته وتحدياته، لباب للدراسات الاستراتيجية دورية محكمة تصدر عن مركز الجزيرة للدراسات السنة الخامسة - العدد 20 2023، ص 13-34
17. مصطفى، ثابت. (2025). الذكاء الاصطناعي وتحديات الإعلام واملممارسة الصحفية في العصر الرقمي، رقمنة مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد، 13 العدد، 2. ص 57-76
18. نزال، ليث. محمد. و الفران هاني. خليل. (2025). استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز الهوية الثقافية الفلسطينية بالفضاء الداخلي السكني. مجلة جامعة النجاح للأبحاث - ب ياسين، عبد القادر. (2007). الصحافة والحياة السياسية في فلسطين 1907- 1948. نيقوسيا: دار شرق برس.
20. Albadri, H. A. (Apr. 2023). "The Convergence of Traditional Media to the Digital Communicative Environment- The Reality and Gap," Information Sciences Letters A., Volume12, Issue 4, pp.1827-1839.  
<https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl/vol12/iss4/8>
21. Alnadi, A.; Daqamseh, A. & Awais I. R. (April 2025). "Utilizing Digital Media in Islamic Da'wah: A Futuristic Perspective," Ulum Islamiyyah Journal, Vol.37, No.01, pp. 98–111. DOI: <https://doi.org/10.33102/uij.vol37no01.667>
22. Buenfil, J.; Arnold, Ross.; Abruzzo, B. & Korpela, C. (November 2019). "Artificial Intelligence Ethics: Governance through Social Media," IEEE International Symposium on Technologies for Homeland Security (HST). (Conference Location: Woburn, MA, USA, 05-06, pp.138 – 147.  
 DOI: <https://doi.org/10.1109/HST47167.2019.9032907>
23. Caneda, B. G., Linden, C. G. & Herrero, J. V. (November 2024). "Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: talking with professionals and experts," Frontiers in Communication.: pp.1-10. DOI: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178>
24. Chan-Olmsted, S. M. (25 Nov 2019). "A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry," pp. 193-215.  
<https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>
25. Hongbo Yu. (April 2022). "The Definition, Fulfilment and Development of Digital Media," Atlantis Press International B.V., volume 214 Proceedings of the 2022 International Conference on Creative Industry and Knowledge. DOI:
26. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220404.026>



27. Kalfeli, P., & Angeli, C. (2025). The Intersection of AI, Ethics, and Journalism: Greek Journalists' and Academics' Perspectives. *Societies*, 15(2), 22. pp 1–23.
28. Karnouskos, S. (September 2020). "Artificial Intelligence in Digital Media: The Era of Deep fakes," *IEEE Transactions on Technology and Society*," Volume 1, Issue 3, pp.138–147. DOI: <https://doi.org/10.1109/TTS.2020.3001312>.
29. Ouchchy, L.; Coin, A. & Dubljević, V. (2020). "AI in the headlines: the portrayal of the ethical issues of artificial intelligence in the media," *AI & SOCIETY*," pp 927–936. <https://doi.org/10.1007/s00146-020-00965-5>
30. Springer, C. (10 July 2025). "Ethics in Artificial Intelligence: Ensuring Integrity in Research and Media," vol 651, pp 167–177. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-97257-7\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-031-97257-7_11)
31. Winkel, M. (October 2024). "Society in charge: the connection of artificial intelligence, responsibility, and ethics in German media discourse. *AI and Ethics*," Volume 5, Issue 5, pp. 2839–2866. <https://doi.org/10.1007/s43681-024-00604-5>