

توظيف تقنيات الزكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الصحفية

الرقمية ودورها في التصدي للإخبار الزائفة . دراسة ميدانية

إعداد

أشياء عبد النبي عبد الوهاب عبد المجيد

مدرس مساعد بقسم الإعلام - كلية الآداب جامعة أسوان

المستخلص:

تهتم هذه الدراسة باستكشاف كيفية توظيف المؤسسات الصحفية الرقمية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة؛ من خلال تحليل الأدوات، والتقنيات المستخدمة، وتقييم فعاليتها في التحقق من صحة الأخبار؛ حيث هدفت هذه الدراسة إلى قياس معدل رضا الصحفيين عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتعرف على مدى تعرض الصحفيين خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، والمنصات الأخبارية، والكشف عن التحديات التي تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، والتعرف على مدى حرص الصحفيين مهنيًا- على تصحيح الأخبار الزائفة، عند اكتشافها على منصة ما من منصات المؤسسة. والتعرف على الإجراءات المتبعة في المؤسسة الصحفية حال نشر، أو تداول أخبار زائفة على الموقع الإلكتروني، أو المنصات الإعلامية . وهل بإمكان الذكاء الاصطناعي أن يكون عاملاً مسهماً في انتشار الأخبار الزائفة، وجزءاً من الحل، ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج المسحي، ومن ثم تحليل البيانات، وربطها، وإيجاد العلاقات من خلال التحليل الإحصائي، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الصحفيين لديهم موقف إيجابي إلى حد ما تجاه استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، بصرف النظر عن نمط ملكية المؤسسة. ومع ذلك، فإن نسبة الرضا التام لا تزال منخفضة نسبياً، مما قد يعكس الحاجة إلى تحسين تطبيق هذه التقنيات بما يتناسب مع احتياجات الصحفيين، وتطلعاتهم المهنية، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الفائدة المتصورة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، وبين نية الصحفيين في تبنيها؛ حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٥٥٤)، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. كما توصي الدراسة أنه يجب على المؤسسات الصحفية الرقمية إطلاق حملات توعية لتعريف الجمهور بكيفية التحقق من الأخبار، وتشجيعهم على استخدام منصات التحقق، وينبغي إجراء أبحاث دورية لتقييم مدى فعالية تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة.

الكلمات المفتاحية : تقنيات الذكاء الاصطناعي ، الأخبار الزائفة ، المؤسسات الصحفية الرقمية .

Abstract:

This study shows how digital journalism institutions employ artificial intelligence technologies to combat the phenomenon of fake news by analyzing the tools and techniques used and evaluating their effectiveness in verifying news accuracy. The study aims to measure journalists' satisfaction with the use of AI technologies, examine their exposure to fake news in their line of work through online newspapers and news platforms, and identify the challenges facing AI technologies in detecting fake news. It also investigates journalists' professional commitment to correcting false news when discovered on an institution's platform and examines the procedures followed by news organizations when publishing or circulating fake news on their websites or media platforms.

Additionally, the study seeks to determine whether artificial intelligence can contribute to the spread of fake news or serve as part of the solution. To achieve its objectives, a survey methodology was adopted, followed by data analysis and statistical correlation assessments. The study found that the majority of journalists have a somewhat positive stance toward using AI in journalism, regardless of the institution's ownership structure. However, complete satisfaction remains relatively low, which may indicate the need for improved implementation of these technologies to meet the journalists' professional needs and aspirations. Moreover, a statistically significant correlation was found between the perceived benefits of AI in detecting fake news and journalists' intent to adopt these technologies, with a Pearson correlation coefficient of (0.554) at a significance level of 0.001.

The study recommends that digital journalism institutions launch awareness campaigns to educate the public on how to verify news and encourage them to use verification platforms. Additionally, periodic research should be conducted to assess the effectiveness of AI technologies in combating fake news.

Keywords: Artificial Intelligence Technologies, Fake News, Digital Journalism Institutions.

مقدمة:

يشهد العالم الرقمي اليوم انتشاراً غير مسبوق للأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، ما يشكل تحدياً كبيراً أمام الصحفيين الساعين لتقديم محتوى دقيق، وموثوق. في ظل هذا الواقع، يبرز الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة قوية يمكن توظيفها لتعزيز قدرات الصحفيين في الكشف عن الأخبار الزائفة؛ حيث توفر تقنياته المتقدمة حلولاً مبتكرة، تسهم في الارتقاء بجودة العمل الصحفي، وحماية الجمهور من التضليل الإعلامي.

وأصبح الذكاء الاصطناعي يتيح للصحفيين إمكانية تحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة، ودقة؛ مما يساعدهم على رصد الأنماط المشبوهة في الأخبار، مثل: المحتوى المعدل، أو المصادر غير الموثوقة. كما تسهم تقنيات التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية في تمكين الصحفيين من التحقق من صحة المعلومات المتداولة عبر الإنترنت، وتحديد مدى مصداقيتها؛ وفقاً لمعايير الصحافة الاحترافية، علاوة على ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يدعم الصحفيين في تحسين مهاراتهم المهنية؛ من خلال توفير أدوات تحليلية تساعدهم على تتبع مصادر الأخبار، وتقييم دقتها قبل نشرها. كما يسهم في تطوير آليات لرصد الأخبار المزيفة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ مما يسهم في تعزيز النزاهة الإعلامية، ويقلل من تأثير الشائعات.

ويهدف هذا البحث إلى استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في دعم الصحفيين للكشف عن الأخبار الزائفة، مع التركيز على أبرز التقنيات المستخدمة، وأثرها في الممارسة الصحفية. كما يناقش البحث التحديات المرتبطة بتوظيف هذه التكنولوجيا في المجال الإعلامي، ويقترح إستراتيجيات لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي بطرق فعالة، تسهم في تحسين دقة الأخبار، وتعزيز ثقة الجمهور بالإعلام.

الدراسات السابقة :

يستعرض الباحث التراث العلمي السابق بالاعتماد على الدراسات التي تناولت توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الرقمية؛ وفق محورين رئيسيين كما يلي :

المحور الأول- الدراسات التي اهتمت بتوظيف الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية.

هدفت دراسة أحمد عسران ، أحمد ثابت (٢٠٢٥) ^١ إلى رصد تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية، ودورها في إخراج الصحف الإلكترونية، وتحريرها، ومعرفة أهم العوامل المؤثرة في تبني الصحفيين، وتقبلهم لها، ورضاهم عنها؛ وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (٢٦٦) مبحوثاً من الصحفيين، والقيادات الصحفية في المؤسسات الصحفية، والمواقع الإلكترونية المصرية، وتوصلت الدراسة إلى: الاهتمام المتزايد باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام؛ حيث إن ٧٤,٤% من العينة لديهم اهتماماً كبيراً، ومتزايداً بمتابعة استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي، وتنوع معرفة القائمين بالاتصال من عينة الدراسة للأدوار التي يمكن لتطبيقات الذكاء الاصطناعي أن تؤديها في العمل الصحفي، وفي الصدارة صياغة المحتوى الصحفي، والإعلامي بشكل آلي عبر الروبوت، ثم متابعة الأخبار، وجمعها في أقل وقت ممكن، ثم التصحيح، والتدقيق اللغوي آلياً، وأن المؤسسات الصحفية بدأت بالفعل في تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مع تباين مستوى الاستخدام بناءً على التقنية المتصورة، والفائدة المتوقعة منها. كما كشفت دراسة (رانيا محمد همام) (٢٠٢٥) ^٢ أساليب توظيف صحافة الروبوت في غرف الأخبار بالمواقع الإلكترونية الصحفية، مع التركيز على مدى اعتماد الصحفيين على مثل هذه التقنيات في إعداد المحتوى، كما تهدف إلى دراسة تأثيرات صحافة الروبوت

^١ أحمد عسران .أحمد صابر. (٢٠٢٥). واقع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية

العربية مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج ع ٧٥، ج ١

^٢ رانيا محمد همام. (٢٠٢٥). توظيف صحافة الروبوت داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية

الصحفية: دراسة ميدانية مطبقة على القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية المصرية

"القاهرة ٢٤ الإخباري - موقع الجمهورية - موقع الوفد .مجلة كلية الآداب، ع ٧٥، ج ١ ، - 337

366. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/156707>

في إنتاجية العمليات التحريرية، وكفاءتها، وتحليل تأثيراتها الإيجابية منها، والسلبية على جودة العمل الصحفي، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الميداني باستخدام استبيان عبر الإنترنت، وتستهدف صحفيين من مواقع أخبارية مصرية. ولقد أظهرت النتائج أن الأدوات التي تستخدم بكثرة تشمل برمجيات أتمتة النشر، والذكاء الاصطناعي، وتشمل تأثيرات إيجابية مثل: تعزيز الابتكار، وتأثيرات سلبية مثل: التلاعب بالمعلومات، ولقد أوصت هذه الدراسة بتنظيم دورات تدريبية مستمرة للصحفيين؛ لكي تطور مهاراتهم في استخدام أدوات صحافة الروبوت؛ بما قد يعزز من قدرتهم على التعامل مع التقنيات الحديثة في إعداد الأخبار، وصياغتها، كما يجب وضع ضوابط، ومعايير أخلاقية واضحة؛ لكي تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي؛ للحد من التلاعب بالمعلومات، وضمان الحفاظ على مصداقية الأخبار، ودقتها.

وهدفنا دراسة (راشد صلاح أبو رمية) (٢٠٢٤) ^١ "إلى: التعرف على واقع الصحافة العربية في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومن ثم؛ تم الاعتماد على أداة الاستبانة في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا. وتأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المستخدمة لمنهج المسح، وفي إطاره تم توظيفه لمسح شامل لعينة الدراسة من الصحفيين العاملين بالمواقع الصحفية العربية (الدستور الأردنية - الشرق القطرية - القاهرة ٢٤).

وكشفت الدراسة أن أكثر الأشكال الصحفية المستخدمة في المواقع الصحفية عينة الدراسة هو الخبر الصحفي، وتبين أن الموضوعات الخدمية، والاقتصادية أولى الموضوعات المنشورة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأظهرت الدراسة الميدانية أن ٥١,١٪ من عينة الدراسة يستخدمون صحافة الذكاء الاصطناعي بشكل متوسط، وكشفت عن درجة أهمية تطبيق تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة؛ حيث أظهرت أن نسبة ٣٢,٢٪ يرون تطبيقها مهماً بدرجة متوسطة، بينما نسبة ٢٨,٩٪ يرون أهميتها بدرجة كبيرة، وعن الحصول على دورات في تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في المواقع الصحفية عينة الدراسة .

^١راشد صلاح أبو رمية. (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي. مجلة الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، ١(١)، ١٦٩ - ٢٥٤

كما بحثت دراسة (نسمة عبدالله مطاوع) (٢٠٢٤)^١ رصد الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستُخدم على مستويين؛ الأول- لرصد المحتوى الإعلامي الذي تقصت عنه المؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار، وتحليله، وتمثلت في الموقع الإلكتروني لكل من: خدمة رويترز لتقصي الحقيقة، وخدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس، والمستوى الثاني- عبر مسح عينة من الصحفيين للتعرف على ممارستهم الصحفية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي. وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار لم تتجح بعد في القضاء على انتشار الأخبار الزائفة، والحد منها. كما أشارت النتائج إلى أن غياب الوعي المجتمعي بطرق التزييف المتبعة لتضليل الجمهور، واعتقاد الجمهور بوجود مصادر خارجية كاشفة لما تعتم عليه وسائل الإعلام، وكذلك غياب التطبيق الفعلي للتشريعات، والقوانين الرادعة لمروجي الأخبار الزائفة، من أهم العوامل المسببة لاستمرار انتشار الأخبار الزائفة. كما بيّنت النتائج محدودية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتقصي صحة الأخبار داخل المؤسسات الإخبارية.

^١نسمة عبدالله مطاوع. (٢٠٢٤). الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة في إطار نظرية الهاكولوجيا. مجلة البحوث الإعلامية، ٧٢(١)، ٤٦٣-٥٩٦

١ Irwanto, I., Latuheru, R. D., Hafied, H., & (٢٠٢٤) ' Surjadmodjo, D دراسة

الهدف من هذه الدراسة هو التحقيق في آلية وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتحليل أهمية إستراتيجية (الروبوتية)، وعواقبها. بالإضافة إلى ذلك، هناك دراسة لمعرفة الجهود، والعقبات التي تتم بدمج الإدارة الصحفية داخل قطاع الإعلام. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية. تشمل مناهج جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة التفصيلية الشاملة للأدبيات، ومقابلات عملية. واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، وتتضمن مصادر الأدبيات المستخدمة في هذه الدراسة مجموعة المجالات العلمية، والأوراق، والكتب، والتقارير، والأبحاث ذات الصلة، بالإضافة إلى المقابلات. وتشير نتائج هذه الدراسة إلى تنفيذ إستراتيجية صحفية (الروبوتية) داخل صناعة الإعلام؛ لزيادة الفعالية العاملة في إنتاج الأخبار؛ مما يتيح إنشاء حجم أكبر من المحتوى في إطار المؤتمر السنوي، ومراقبة مصادر الأخبار؛ مما يسمح لها بفحص المحتوى للقراء في الوقت المناسب؛ مما يسمح بالتوزيع الفعال للأخبار في الوقت الفعلي. وستقوم الصحافة الذكية بجمع البيانات، وتحليلها؛ مما يؤدي إلى إنتاج منتجات مخصصة تعتمد على البيانات الموثوقة؛ وبالتالي تثق بها. ومع ذلك، فقد يكون للصحافة الروبوتية المدمجة تأثير في ديناميكيات التوظيف؛ مما قد يؤدي إلى تقليل مشاركة القوى العاملة في إنتاج الأخبار. وسعت دراسة (ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي) (٢٠٢٤) ^٢ إلى الكشف عن أسباب اتجاه المواقع المصرية لتطبيق الصحافة الآلية داخل غرف الأخبار المدمجة، وأشارت العديد من الدراسات الإعلامية إلى ضرورة التوجه نحو تحقيق أقصى إفادة ممكنة من التطورات التكنولوجية الهائلة

^١ Irwanto, I., Latuheru, R. D., Hafied, H., & Surjadmodjo, D. (2024, April). The Evolution of Mass Media: the Significance and Influence of Automated Journalism in the Era of Artificial Intelligence. In **World Conference on Governance and Social Sciences (WCGSS 2023)** (pp. 577-585). Atlantis Press.

^٢ ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي. (٢٠٢٤). "أثر تطبيق الصحافة الآلية على تطوير غرف الأخبار المدمجة في المواقع المصرية." *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* ٢٠٩-٢٤٨.

في مجال الإعلام؛ لتطوير العمل الصحفي بكافة عناصره، ظهر ذلك في اتجاهها نحو استخدام أحد أهم أدوات الذكاء الاصطناعي، وهي الصحافة الآلية، وكشفت نتائج الدراسة أن توظيف الصحافة الآلية في المواقع المصرية أصبح ضرورة لمواكبة التطور السريع داخل غرف الأخبار المدمجة. أوضحت نتائج الدراسة أن هناك تخوفاً لدى القائمين بالاتصال؛ كون الصحافة الآلية ستحل محل الصحفيين البشريين داخل غرف الأخبار. وأظهرت النتائج أن الصحافة الآلية تتميز في المجالات التي تعتمد على البيانات، والأرقام والإحصائيات، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن افتقاد الروبوت للمشاعر يجعل المحتوى الذي يقدم من خلالها بعيداً عن التحيز إلى جانب معين. وأشارت دراسة (هبة سيد محمد سيد العدوي) "(٢٠٢٤)" إلى: التعرف على رؤية القائمين بالاتصال بالمؤسسات، والمواقع الصحفية الرقمية المصرية بأساليب التطوير، نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار التي أنتهجتها المؤسسات الصحفية الرقمية المصرية؛ لمواكبة التطورات، والمستجدات في صناعة الصحافة، وتأثير ذلك في أداء العمل الصحفي الرقمي. وقد تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية المتاحة لمن لديهم المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واقتصرت على مجموعة من القائمين بالاتصال بالصحف المصرية الرقمية، الذين بلغ عددهم (١٥٠) مفردة، كما اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي الميداني. وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن ٩٠% من القائمين بالاتصال عينة الدراسة على دراية، ومعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وآليات إنتاجها، ما بين درجة معرفة متوسطة، ومرتفعة، ويرجع ذلك إلى أن غالبية عينة الدراسة من بين سن الشباب، الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٥ سنة : ٤٥ سنة، ولديهم خبرة في العمل الصحفي ما بين ٥ سنوات : ١٥ سنة خبرة، وهذا يعني أن لديهم القدرة، والاستعداد بشكل كبير على التدريب، والمعرفة؛ لتبني الأفكار الجديدة، والمبتكرة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.

وتوصلت الدراسة إلى أن اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الصحافة الرقمية بالاتجاه الإيجابي، من خلال النتائج؛ طبقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، وتصدرت عبارات المقياس بالاتجاه الإيجابي بالموافقة.

(٢٠٢٤) Al Adwan, M. N., El Hajji, M., & Fayez, H واستهدفت دراسة

معرفة الفروق في المستقبل المهني بين العاملين في مجال الإعلام، وعلاقتها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية في مصر، وفرنسا، والإمارات العربية المتحدة؛ ومعرفة تأثير شدة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المختلفة على قلق المستقبل المهني لدى العينة. وقد تم سحب عينة ملائمة من الدول الثلاث، بإجمالي ٣٠٠ من العاملين في مجال الإعلام. وشملت ١٠٠ مشارك من كل دولة، تم تطبيق الاستبانة، ومقياس قلق المستقبل المهني عليهم. ومنهجية جمع البيانات هي: البحث الكمي. وتم استخدام التحليل الوصفي لاستخراج النتائج، وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط مباشرة، ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، وقلق المستقبل المهني لدى العاملين في مجال الإعلام في مصر، وفرنسا، والإمارات العربية المتحدة. كما أكدت النتائج أن توظيف المؤسسات الإعلامية لتقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مكثف يسهم في إحداث قلق المستقبل المهني لدى الإعلاميين المشاركين في الدراسة، وكانت أبرز التقنيات، والتطبيقات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية، التي استخدمها المستجيبون تقنيات التحقق من دقة المصادر، والمعلومات، والمحتوى، وتقنيات زيادة كفاءة تغطية الأخبار، ومعالجتها. كما استهدفت دراسة (أيمن خميس ربيع) وآخرون (٢٠٢٣):^١

أيمن خميس ربيع وآخرون . (٢٠٢٣) . توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية: دراسة ميدانية مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، ع ٢ ، الجزائر ، ص ٩-٤٩ .

التعرف على تقييم النخبة الإعلامية الفلسطينية لفرص توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة على صحيفة (الاستقصاء)، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (١٠٣) مفردة من النخبة الإعلامية الفلسطينية، واستخدمت الدراسة نظريتي: انتشار المبتكرات، والقائم بالاتصال. وخلصت الدراسة إلى أن نسبة ٥٠% من المبحوثين عينة الدراسة يعتقدون أن درجة تأثير توظيف تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي كبيراً، وتبين أن ٦٠,٢% من المبحوثين يرون أنه يمكن الاستفادة من صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي في التعامل مع البيانات، والمعلومات الضخمة، وفي تطوير جودة المنتج الصحفي؛ بإثرائه بالخلفيات، والمعلومات الموثقة.

كما أشار المبحوثين إلى أن من أكثر احتياجات غرف الأخبار التي تقوم بتوظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي وجود غرف أخبار حديثة، والتدريب، والتأهيل للعنصر البشري، كما يرى المبحوثين عينة الدراسة أن من أهم عناصر مصداقية المحتوى المنتج من خلال صحافة الذكاء الاصطناعي تأتي الدقة في المرتبة الأولى، ثم يليها عدم التحيز، ثم الموضوعية .

المحور الثاني- الدراسات التي تناولت استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة.

Altaher, A., Moharam, M. M. R., Allaymoun, M., & Alsardieh(2024).¹هدفت دراسة

إلى تقييم وجهات نظر القائمين على الاتصال الإعلامي فيما يتعلق بمكافحة الأخبار المزيفة في المجتمع البحريني، وتقييم الدور المهم الذي تلعبه تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار المزيفة، استخدم الباحثون أسلوب المسح، وتوزيع الاستبيانات على القائمين على الاتصال الذين تم اختيارهم من خلال أخذ عينات مقصودة، بإجمالي (١٠٠) مشارك، تمت مقابلتهم من قبل خبراء في وسائل الإعلام، وتقنيات الذكاء الاصطناعي. تم تأطير الدراسة من خلال النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، واستخدامها، كما تتضمن النتائج الرئيسية أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار المزيفة في وسائل الإعلام سجلت متوسط فعالية بلغ ٧٧٪. تشمل الأدوات البارزة المستخدمة، بالإضافة إلى ذلك، تدور المخاوف الأخلاقية الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام في المقام الأول حول إمكانياته في توليد صور، ونصوص مزيفة عميقة.

"دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر "Elhoussainy, H. A. رصدت دراسة^٢ الشائعات، والأخبار الكاذبة، وكشف تأثيرها في الأمن القومي، واستخدمت الدراسة أسلوب المسح على عينات عشوائية من الصور المزيفة للرؤساء، وبعض الشخصيات الشهيرة المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي، كما استخدمت استمارة استبيان على عينات من الصحفيين، وأساتذة الإعلام، وخبراء الذكاء الاصطناعي؛ لرصد آرائهم تجاه موضوع الدراسة، والحصول على نتائج حول تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الأمن القومي، واستخدمت الدراسة نظرية المجال

¹ Altaher, A. E., Moharam, M. M. R., Allaymoun, M., & Alsardieh, A. R. M. (2024). Unmasking Fake News: Examining the Role of AI in Combatting Fake News Among Media Communicators in Bahrain. In Business Sustainability with Artificial Intelligence (AI): Challenges and Opportunities: Volume 2 (pp. 531-540).

^٢ Elhoussainy, H. A. (2024). The Role of Artificial Intelligence Techniques in Spreading Rumors and Fake News, and Their Effect on National Security.

Scientific Journal of Journalism Research، ٢٠٢٤، (٣٠)، ٥٩-١.

العام، وكشفت نتائج المسح، والاستبيان أن الفيسبوك واليوتيوب هما أكثر المنصات شعبية لنشر المعلومات الكاذبة. تنتشر هذه القصص الأخبارية المزيفة بشكل متكرر؛ لدعم الأهداف الحكومية، وكسب التعاطف الشعبي، وخدمة مصالح أحزاب سياسية، أو أفراد معينين. واتفقت عينة الدراسة على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تساعد في زيادة الأخبار المزيفة؛ لأن بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي سهلة الاستخدام في الصور المزيفة، وذكرت عينة الدراسة التدابير التي يجب على الدول اتخاذها لحماية أمنها الوطني من الجرائم الإلكترونية، والأخبار المزيفة من خلال حملات التوعية المستمرة، والندوات، وورش العمل؛ لتتقيد وسائل الإعلام الرقمية، وتنفيذ قوانين صارمة ضد مرتكبي الجرائم الإلكترونية، ومروجي الشائعات، وأي شخص يقوم بتزوير الصور، والفيديوهات.

¹ كما هدفت دراسة (Vishnupriya, G., et al(2024) "

إلى: الكشف على الأساليب المتقدمة في مكافحة الأخبار الزائفة؛ حيث يتطلب الانتشار المتزايد للمعلومات الكاذبة أساليب كشف متقدمة، وتوفر هذه الدراسة فحصاً شاملاً لمختلف الإستراتيجيات المستخدمة لتحديد الأخبار الزائفة، بدءاً من الأساليب التقليدية، إلى التقنيات المتطورة. وتم تقييم نقاط القوة، والقيود في الذكاء الاصطناعي، والتعلم العميق، وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية. وتم تحديد الجمع بين التحليل متعدد الوسائط، والذكاء الاصطناعي، والنماذج القائمة على الرسوم البيانية بوصفه اتجاهاً ناشئاً يعمل على تحسين فعالية أنظمة التصنيف، وتم استخدام تحليل مقارن لتقييم مدى ملاءمة هذه المنهجيات عبر سياقات متنوعة. وتؤكد نتيجة المراجعة على الطبيعة الديناميكية للكشف عن المعلومات الكاذبة، وعلى الحاجة الحاسمة للتعاون متعدد التخصصات؛ للحماية من الخداع في المجال الرقمي الذي يتطور باستمرار.

¹ Vishnupriya, G., et al. 2024 "Combating Fake News in the Digital Age: A Review of AI-Based Approaches." 2024 IEEE 9th International Conference for Convergence in Technology (I2CT). IEEE,.

كما حلت دراسة Vural, N. E., & Kalaman, S.¹

العلاقة بين معدلات التفاعل، وعدد متابعي حسابات الأخبار المستقلة التي تبث على منصات التواصل الاجتماعي، وأنواع الأخبار المزيفة التي تنشرها، ومعدل نشر الأخبار المزيفة. وفي الدراسة تم تصنيف الأخبار المزيفة باستخدام أسلوب تحليل المحتوى النوعي. بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام الذكاء الاصطناعي للتحقق من دقة المحتوى الإخباري المشترك على الشبكات الاجتماعية، والتميز بين المعلومات المضللة، ويتكون مجتمع الدراسة من الحسابات التي تمارس الصحافة على وسائل التواصل الاجتماعي على منصة إكس التواصل في تركيا. وتتكون عينة الدراسة من (٦) حسابات ذات أعلى تفاعل تم اختيارها بطريقة العينة العمدية من بين الحسابات التي تمارس الصحافة على وسائل التواصل الاجتماعي على هذه المنصة، ولديها أعلى تفاعل. وبحسب النتائج التي تم الحصول عليها من الدراسة، فإن نسبة كبيرة من المحتوى الإخباري الذي يتم مشاركته من قبل الحسابات التي تمارس الصحافة على وسائل التواصل الاجتماعي على منصة إكس في تركيا يتكون من محتوى إخباري غير قابل للتحقق. وفي فئة الأخبار غير القابلة للتحقق، يتم إنشاء الأخبار في الغالب ضمن فئة المحتوى "المفبرك". كما أوضحت دراسة (علا عبدالقوى عامر) (٢٠٢٤) الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتمثل مجتمع الدراسة في القنوات الإخبارية، ومواقع الصحف الإلكترونية، ووكالات الأنباء؛ وذلك من خلال التطبيق على عينة من خبراء الذكاء الاصطناعي العاملين في المؤسسات الإخبارية بلغت (٥٠) مبحوثًا. وتوصلت النتائج إلى ارتفاع درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الخبر الزائف، ونشره، واعتماد المؤسسات الإخبارية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، ولكن في الوقت ذاته يتم استخدامها بنسبة ضعيفة في التصدي لظاهرة انتشار الخبر الزائف عبر وسائل الإعلام الرقمي.^٢

¹ Vural, N. E., & Kalaman, S. (2024). Using Artificial Intelligence Systems in News Verification: An Application on X. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, (67), 127-141.

^٢ علا عبدالقوى عامر . (٢٠٢٤). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي. **مجلة المصرية لبحوث الاعلام**، ص ٣١_١ .

كما هدفت دراسة (مصطفى عبدالحى عبدالحليم) (٢٠٢١)^١ إلى التعرف على دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين، وتعد هذه الدراسة من نوعية الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (١٠٠) مفردة من الصحفيين المصريين الذين يمارسون مهنة الصحافة، ومسجلين في نقابة الصحفيين. وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى وجود نسبة كبيرة من الصحفيين عينة الدراسة على تزايد انتشار ظاهرة الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي بمتوسطات حسابية تراوحت بين (٢٨٧) و (٢٤٢)، وقد جاء تطبيق: فيس بوك في مقدمة التطبيقات الأكثر نشرًا لتلك الأخبار، بمتوسط بلغ (٢٨٧)، يليه تطبيق: «تويتر» بمتوسط حسابي (٢٥٨) ثم تطبيق: إنستجرام بمتوسط حسابي (٢٥٣) ثم تطبيق: يوتيوب بمتوسط حسابي (٢٥٣). كما سعت دراسة رامي باسم يوسف (٢٠٢٠)^٢.

إلى توضيح دور وسائل الإعلام الأردنية في مكافحة الشائعات من وجهة نظر القائمين في مجال الإعلام في الأردن، ومعرفة سبب الشائعات المتداولة، والدوافع المحركة لانتشارها، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من القائمين على الإعلام الرسمي في الأردن، وهم الإعلاميون في مؤسسة التلفزيون

^١ مصطفى عبدالحى عبدالحليم (٢٠٢١). دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين "دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإعلامية . العدد ٥٨

^٢ رامي باسم يوسف حداد (٢٠٢٠). دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الشرق الأوسط كلية الإعلام قسم الإعلام).

إنجي لطفي عبدالعزيز عيسى (٢٠٢٠). تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد ٢٠٢٠، عدد ٧٣، ٢٠٢٠،

الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية، وصحيفة الرأي اليومية، البالغ عددهم (٣٩٧)، وقد تم اختيار عينة عشوائية بسيطة (مقصودة) استقرت في النهاية على (١٥٧) مفردة. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن: النسبة الأعلى من أفراد العينة المبحوثة (١٨٧٩) أبدوا أن أكثر الشائعات المتداولة في المملكة في هذا الوقت هي الشائعات الاجتماعية، وبيّنت الدراسة وجود درجة متوسطة من الموافقة على دور الإعلام الأردني في مكافحة الأخبار الزائفة.

التعليق على الدراسات السابقة :

١- تتوعدت الدراسات التي اختبرت تأثيرات الذكاء الاصطناعي على المجال الإعلامي بين المنهج شبه التجريبي، وكذلك البحوث الوصفية عبر الدراسات الميدانية، سواء من خلال الاستقصاء، أو المقابلات المتعمقة، ومجموعات النقاش المركزة، وكذلك استكشاف رؤية القائمين بالاتصال لمستقبل صناعة الإعلام في ظل تزايد الاعتماد على هذه الأدوات.

٢- جمعت الدراسات السابقة بين المدرستين: العربية والأجنبية، وأيضاً جمعت بين مدارس إعلامية مختلفة بحكم انتمائها لعدة مناطق جغرافية مختلفة، وتكنولوجيا متفاوتة، وإمكانيات مادية مختلفة، وقامت الدراسات السابقة بتقديم عدة تجارب لمؤسسات صحفية، تتفاوت في منظورها لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، والإعلامي، وعلى الرغم من كثرة الدراسات الأجنبية في هذا الصدد إلا أن الدراسات العربية قد اهتمت بتناول توظيف الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الصحفي؛ من خلال الوقوف على العوامل المؤثرة في استخدام الصحفيين، وتقبلهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومعدلات استخدامهم لها، وعلى الجانب الآخر ظهر اهتمام الدراسات الأجنبية بتأثير توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، وعلى أداء المهام الصحفية من جمع المعلومات، ونشرها في غرف الأخبار .

٣- وتوصلت الدراسات السابقة أيضاً إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي، وصحافة الربورت في عصرنا الراهن تمثل حقبة جديدة من الإعلام؛ حيث أن جميع وسائل الإعلام في عصرنا الحالي تسعى بكل جهد إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، والثورة الصناعية الرابعة في مؤسساتها الصحفية، والإعلامية، وأشارت الدراسات السابقة إلى توظيف الربورت في التصوير، والتحرير، وتغطية الأحداث في الأماكن الأكثر خطورة مثل: أماكن الحروب، وأماكن الحرائق، وقاع المحيطات، والفضاء، والتي يصعب على الإنسان الوصول إلى هذه المناطق .

٤- واهتمت بعض الدراسات السابقة ببحث آليات تداول المحتوى الزائف على المواقع الإلكترونية، وتحديد العوامل المؤثرة في هذا التداول، ورصد العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى الجمهور، ودحض الأخبار الزائفة، ودور مستخدمي التواصل الاجتماعي في التعرف على المعلومات الخطأ، والأخبار الزائفة، والآليات التي يستخدمونها في مواجهتها، وتحديد الكيفية التي يتم بها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الزائفة، وكذلك أساليب الكشف، وما الذي قد يكون أفضل في الكشف عن المعلومات الخاطئة والأخبار الزائفة .

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة :

لا يعد البحث العلمي وليد اللحظة، إنما هو عملية تراكمية يبني فيها كل باحث على من سبقه، واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة على النحو الآتي:

١- الإسهام في صياغة مشكلة الدراسة، وبلورتها، وتحديد أهميتها، وأهدافها، وتسائلاتها، وفروضها.

٢- تحديد الإطار المنهجي للدراسة، وذلك بتحديد نوعها، ومنهجها، وأسلوبها، وأداتها

٣- تحديد النظرية المناسبة لهذه الدراسة، وآليات تطبيقها، وكيفية الاستفادة منها.

٤- الاطلاع على نماذج من توظيف الذكاء الصناعي في العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية العربية، والعالمية.

٥- استفادت الباحثة في إعداد استمارة الاستبيان، وبنائها، والأسئلة التي تتعلق بموضوع الدراسة من الدراسات السابقة بالتعرف على المراجع، والبحوث ذات الصلة بالموضوع، وكذلك في مناقشة نتائج دراستها.

٦- معرفة آليات تعامل الصحف مع المعلومات الخطأ، والأخبار الزائفة، والمحتوى الموجه في إطار التزامها بالشفافية، والمصادقية المهنية.

مشكلة الدراسة :

تشكل الأخبار الزائفة تهديداً حقيقياً على مجتمعاتنا، ودولنا، فهي تسهم في زعزعة الاستقرار، وتؤثر سلباً في عقول الأفراد، ويعد انتشارها السريع عبر المواقع الإلكترونية يزيد من خطورتها؛ مما يستدعي اتخاذ إجراءات حازمة لمواجهة، وتوعية الناس بكيفية التعامل معها. وظهرت في الآونة الأخيرة بعض الرؤى حول الأخبار الزائفة في مواقع الصحف الإلكترونية؛ حيث ذكرت مؤسسة (نيوز جارد) البحثية، أن عدد المواقع الإخبارية المحلية المزيفة في الولايات المتحدة تفوق عدد وسائل الإعلام المحلية الحقيقية، معربة عن قلقها من انفجار محتمل للمعلومات المضللة قبل خمسة أشهر من الانتخابات الرئاسية الأمريكية .

وأضافت المؤسسة في تقرير لها نقله راديو "فرنسا الدولي" أن مئات المواقع التي تتظاهر بأنها وسائل إعلام محلية حقيقية ظهرت في الأشهر القليلة الأخيرة، غالباً ما تستخدم مقالات تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي؛ وفقاً للتقرير الذي حدده ٢٦٥ موقعاً في المجلد^١.

^١ واشنطن (أش أ) ،مؤسسة بحثية: المواقع الإخبارية المزيفة بأمريكا تفوق عدد وسائل الإعلام

الحقيقية، ١٢ يونيو ٢٠٢٤

<https://www.youm7.com/>

ومن هنا لاحظت الباحثة انتشار الأخبار الزائفة، والمضللة على المواقع الإخبارية، وتفاقم اتساع رقعتها أمراً مُثيراً للقلق الكثير من الناس، وذلك بالتسارع مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ حيث جاء في تصريح سابق للرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) قال: "إن من يسيطر على الذكاء الاصطناعي سوف يسيطر على العالم"^١ وأصبح القراء في الآونة الأخيرة يصدقون أي شيء يقرؤونه، ويتأثرون بآراء، وأفكار ما يقرؤونه سواء أكانت كاذبة، أم متحيزة أم مضللة إلى درجة أن تداعيات ذلك تكون سيئة على الأفراد، والمجتمعات، مما دفع الباحثة إلى إدراك ضرورة تناول تلك الظاهرة. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في معرفة كيفية توظيف الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة؛ وذلك للتصدي لهذه الظاهرة، والاستفادة من تلك التقنيات إيجابياً، كما تم توظيف تلك التقنيات سلبياً لتضليل الجمهور، وإحداث إثارة، وبلبله للرأي العام، وذلك من خلال تطبيق الدراسة على عينة من الصحفيين في مجال الذكاء الصناعي العاملين بمواقع الصحف الإلكترونية للصحف القومية، والخاصة .

أهمية الدراسة:

١- تساعد الدراسة في بناء المعرفة الأكاديمية، وتسهم في بناء قاعدة معرفية جديدة حول العلاقة بين التكنولوجيا، والعمل الصحفي، وتأثير العوامل الاجتماعية، والنفسية في تبني التقنيات الجديدة في هذا المجال.

٢- تناول الدراسة الحالية لتقنيات الذكاء الاصطناعي، التي تمثل ذروة التطور ولاقت رواجاً في السنوات الأخيرة، إضافة إلى حداثة الموضوع، وندرة الدراسات العلمية العربية، والمصرية الخاصة به، شكل ذلك دافعاً باهتمام الباحثة بدراسة توظيف الصحفيين المصريين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة .

^١ نصر الدين بوربان. (٢٠٢١) . الأخبار الكاذبة الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي. مجلة أكاديميا

٣- تتمثل أهمية هذه الدراسة في مدى خطورة الأخبار الزائفة، وفي التأثير الذي قد تسببه تلك الأخبار في الرأي العام، والوقوف على الأساليب، والوسائل التي تنتشر من خلالها الأخبار الزائفة، وبناء على ذلك، يمكن للصحفيين تحديد الآليات، والتكتيكات؛ من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي للتصدي لهذه الظاهرة المهددة لمهنة الصحافة .

٤- تساعد الدراسة في فهم العوامل التي تعيق، أو تعزز استخدام الصحفيين للذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، مما يمكن أن يؤدي إلى تطوير أدوات، وبرامج تدريبية أكثر فعالية .

٥- تطوير السياسات الإعلامية يمكن أن تسترشد المؤسسات الإعلامية بنتائج هذه الدراسة لتطوير سياسات، وبرامج تدريب تهدف إلى تمكين الصحفيين من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال.

٦- تسعى هذه الدراسة بشكل أساسي للتعرف على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الصحفية الرقمية، ودورها في التصدي للأخبار الزائفة، وبهذا قد تفيد ما تتوصل إليه هذه الدراسة من نتائج الصحفيين، والعاملين بالمؤسسات الصحفية، والإعلامية، وجميع العاملين بالمجال الصحفي من التعرف على واقع توظيف هذه التقنيات في العمل الصحفي .

٧- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرقمي؛ بوصفه مصدراً رئيساً للحصول على المعلومات والأخبار حول الأحداث والقضايا في جميع أنحاء العالم مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات السابقة.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس هو التعرف على كيفية توظيف الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، ومدى تأهيلهم للقيام بذلك؛ للحد من انتشار تلك الظاهرة السلبية في ضوء فروض النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها .

ولكي يتحقق هذا الهدف تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف فرعية كما يلي:

١- قياس معدل جاهزية غرف الأخبار بالصحف المصرية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي

٢- قياس معدل رضا الصحفيين عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، طبقاً لتخصصهم المهني.

٣- التعرف على مدى تعرض الصحفيين خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، والمنصات الإخبارية.

٤- الكشف عن التحديات التي تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة

٥- التعرف على مدى حرص الصحفيين مهنيًا على تصحيح الأخبار الزائفة عند اكتشافها على منصة ما من منصات المؤسسة.

٦- الإجراءات المتبعة في المؤسسة الصحفية حال نشر، أو تداول أخبار زائفة على الموقع الإلكتروني، أو المنصات الإعلامية .

تساؤلات الدراسة :

_ما مدى جاهزية غرف الأخبار بالصحف لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

_ما أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين؟

_ما معدل رضا الصحفيين عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي طبقاً لتخصصهم المهني؟

_ما مدى تعرض الصحفيين خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، والمنصات الإخبارية؟

_ما التحديات والصعوبات التي تواجه تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف على الأخبار الزائفة؟

_ما مدى حرص الصحفيين مهنيًا على تصحيح الأخبار الزائفة عند اكتشافها على منصة ما من منصات المؤسسة؟

_ما الإجراءات المتبعة في المؤسسة الصحفية حال نشر، أو تداول أخبار زائفة على الموقع الإلكتروني، أو المنصات الإعلامية؟

فروض الدراسة :

١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفائدة المتصورة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، وبين نية الصحفيين في تبنيها.

٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجهد المتصور لاستخدام هذه التقنيات، وبين نية الصحفيين في تبنيها.

٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، وبين المنافع المتوقعة للصحفيين من استخدام تلك التقنيات .

٤- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نية استخدام الصحفيين لتقنيات الذكاء الاصطناعي وبين السهولة المتوقعة لتبني تلك التقنيات، وإدراك الصحفي لدرجة تعقيد تلك التقنيات.

الإطار النظري للدراسة:

النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها:

(The unified theory of acceptance and use of technology)

مفهوم النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا :

تعتمد الدراسة على مدخل النظرية الموحدة لقبول التقنية، واستخدامها

تقوم النظرية الموحدة لقبول التقنية، واستخدامها (The unified theory of acceptance and use of technology UTAUT) تتعلق بقبول التقنية، ويؤدي هذا النموذج دوراً في فهم العوامل المؤثرة في تبني تقنية المعلومات، وهناك نوعان من العوامل في نموذج TAM ، هما بمثابة الأساس للعلاقة التي تخص استخدام التقنية، هما: "نية الاستخدام"، و "السلوك الفعلي أو الاستخدام"، وكلاهما مبني على عاملي المنفعة والسهولة المتوقعة ، كما يسعى نموذج UTAUT إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (النوع، والسن، والخبرة، وطوعية الاستخدام) تؤثر في قبول التقنية، واستخدامها. وعرفها الشهراني بأنها: "إحدى نظريات علم النفس الاجتماعي النظرية الأداء، وتهدف إلى تفسير النوايا السلوكية للمستخدم نحو استخدام التكنولوجيا، وتقترح المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة التي تؤثر في نية الاستخدام، وقبول التكنولوجيا تمثل الرغبة الواضحة لدى الفرد نحو استخدام التكنولوجيا للمهام التي تم وضعها لأجلها، والمصممة لدعمها وتطوير العمل بها"^١

^١ الشهراني حامد علي مبارك . (٢٠٢٣) .العوامل المؤثرة في نية تبني طلبة المرحلة الثانوية لتقنية الأجهزة اللوحية

الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، العدد ١٦٥.

التطور التاريخي للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

تعد النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، واستخدامها إحدى النظريات الحديثة التي تهدف لمعرفة مدى قبول التكنولوجيا، واستخدامها لدى الأفراد، وما يدور في عقولهم عند استخدام التطبيقات التكنولوجية المختلفة، ويرجع الفضل في تأسيس هذه النظرية إلى فينكاتيش وزملائه (٢٠٠٣م) الذين صاغوا الأسس النظرية، ووضعوها لتلك النظرية، بوصفها ترتيباً للمحاولات السابقة، ووصف استخدام التكنولوجيا تحت تأثير الاستخدام، بالإضافة إلى النية التي تحدها، وكذلك توقع الأداء ، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، وكذلك التسهيلات المتاحة، ويتم تعديل الاتجاه، والنية السلوكية، وسلوك المستخدم من خلال: العمر، والجنس، والخبرة، والاستخدام الطوعية للمستخدمين.

وقد ركزت النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، واستخدامها على العوامل المحددة للتنبؤ بالسلوك، وبخاصة في السياقات التنظيمية، وتم استخدام نموذج هيكلي تتضمن متغيراته: توقع الأداء ، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة (بالإضافة إلى المتغيرات الوسيطة مثل: الجنس، ذكر، أم أنثى، والعمر، والخبرة .^١

أهمية النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها:

تعد النظرية قادرة على دراسة سلوك الأفراد، وقياسه تجاه التقنيات الحديثة، وتعد نظرية قوية توفر أساساً نظرياً لتبني التكنولوجيا.

- استخدام التكنولوجيا وتراكم الخبرة يرتبط مع الإدراك المسبق لأهمية التكنولوجيا، والمساعدة في كسر حاجز مقاومة التغيير في عقلية المستخدم، وإزالة أي مخاوف لديه، سواء من حيث حماية البيانات السرية، أو خصوصيتها.

^١ ممدوح الغريب السيد يونس (٢٠٢٢). اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية نحو استخدام تطبيقات إنترنت الأشياء في التعليم الجامعي دراسة تحليلية في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT"، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، مج ٤٦، ع ٢، جامعة عين شمس كلية التربية، ٩٤-١٥.

-تهدف النظرية إلى تحسين القدرة على اكتشاف تأثير المتغيرات الخارجية في الاعتقاد الداخلي، والاتجاهات والنوايا لدى جميع الأفراد نحو تقبل الأدوات التكنولوجية على اعتبار أن المنفعة المتوقعة، وسهولة الاستخدام يعدان المحددان الأساسيان لتبني التكنولوجيا داخل أي مؤسسة.

إدراك الفائدة جراء استخدام التكنولوجيا، وتراكم الخبرات يأتي من التكيف، والتعلم، والسلوك العملي لهذا المستخدم، وإدراكه لأهميتها تساعد مصنعي التكنولوجيا على التعرف علي نماذج القبول لاستخدام التكنولوجيا، وفهمها تحمل عوامل أخرى غير الفائدة، وسهولة الاستخدام، والإدراك، وفهم توقع سلوك المستخدم نحوها.

تلعب دوراً مهماً في اكتشاف العوامل التي تؤثر في تبني أي من تطبيقات التكنولوجيا، لاسيما أن العالم يمر بسلسلة من التغيرات، والانفجار المعرفي، والثورة المعلوماتية في ظل عصر يطلق عليه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ مما يدعم تعزيز مفهوم قبول التكنولوجيا واستخدامها لدى جميع فئات المجتمع.^١

فروض النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها:

تنطلق النظرية من فرضيتين رئيسيتين:

الأول- توجد عدة متغيرات خارجية (مستقلة)، منها ما يؤثر في نية استخدام الأفراد للتقنيات التكنولوجية، ومنها ما يؤثر في سلوك الاستخدام الفعلي لها، وتتحدد العلاقة بين النية والسلوك بناء على اتجاهات الفرد نحو استخدام تلك التقنيات والفوائد المتوقعة منها، وسهولة الاستخدام المتوقعة، بالإضافة إلى تأثيرات البيئة الاجتماعية المحيطة به، وينبثق من هذا الفرض عدة فروض فرعية على النحو التالي :

^١زهراء بنت إبراهيم بن يحيى دعاك. (٢٠٢٣). قياس العوامل المؤثرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى معلمي التعليم العام في ضوء النظرية الموحدة القبول واستخدام التكنولوجيا رسالة ماجستير غير منشورة :كلية التربية، جامعة جازان بالسعودية.

تؤثر المنافع المتوقعة من استخدام التقنيات التكنولوجية بشكل مباشر في نية الاستخدام وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، ويتوقف فاعلية المنافع المتوقعة على عدة متغيرات تتمثل في الاعتقاد بفائدة الاستخدام، والمتعة الناتجة عن الاستخدام، وإدراكه لمناسبة التكنولوجيا للوظيفة التي يعمل بها، بالإضافة إلى إدراكه للميزة النسبية لتلك التكنولوجيا، ثم كفاءته الذاتية في استخدامها.

تؤثر سهولة الاستخدام المتوقعة للتقنيات التكنولوجية بشكل مباشر في نية الاستخدام، وبشكل غير مباشر على سلوك الاستخدام الفعلي لدى الفرد، وتتوقف فاعلية سهولة الاستخدام المتوقعة على إدراكه لسهولة الاستخدام المتوقعة الحالية، والمستقبلية، وإدراكه لدرجة تعقيد تلك التقنيات.

البيئة الاجتماعية والأفراد المحيطون بالفرد في بيئة العمل من زملاء، أو رؤساء يؤثرون في نية استخدامه التقنيات التكنولوجية بشكل مباشر، وعلى سلوك الاستخدام الفعلي بشكل غير مباشر، ويتوقف فاعلية التأثير الاجتماعي على عدة متغيرات تتمثل في المعايير، والقواعد الموضوعية، وطوعية الاستخدام، وتأثير العوامل الداخلية المتعلقة بتعزيز صورته أمام الآخرين .

تؤثر التسهيلات المتاحة التقنية والتنظيمية بشكل مباشر في سلوك استخدام الفرد للتقنيات التكنولوجية، وتتوقف فاعلية التسهيلات المتاحة على عدة متغيرات تتمثل في: إدراك الفرد لكفاءة بيئة العمل، وكفاءته الذاتية، ثم إدراكه لتوافق التكنولوجيا مع طبيعة العمل، واحتياجاته، وخبرته الشخصية.

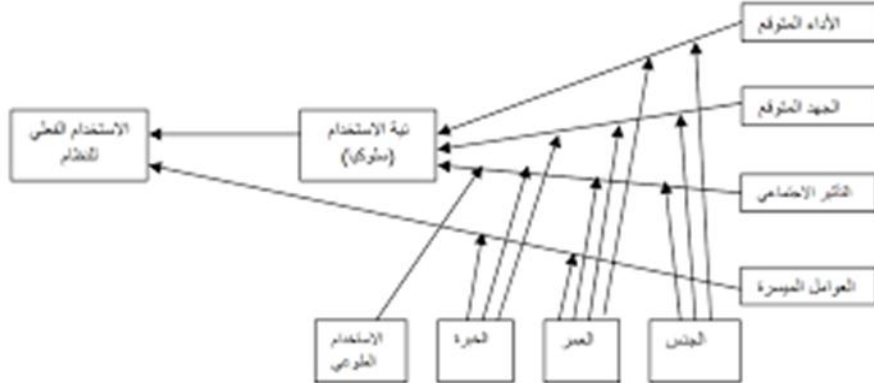
الثاني- توجد عدة متغيرات داخلية (ديموغرافية) تتوسط في إحداث التأثير بين المتغيرات الخارجية، ونية الاستخدام الفعلي، وسلوكه للتقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد، وتتنوع قوة تأثير المتغيرات الخارجية في المتغيرات الداخلية ما بين القوة، والاعتدال بناء على متغيرات النوع، والعمر، والخبرة، وطوعية الاستخدام، وينبثق من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية على النحو الآتي:

تأثير توقع الأداء في النية السلوكية لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد سيتأثر بالنوع، والعمر، وسيكون تأثيره أقوى لصالح الذكور الأصغر سناً.

تأثير توقع الجهد في النية السلوكية لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد سيتأثر بالنوع والعمر، والخبرة، ويكون تأثيره أقوى في الإناث؛ حيث تميل الإناث إلى التكنولوجيا التي تتطلب جهداً أقل، كما يتأثر بمتغير العمر، والخبرة لصالح الأصغر سناً، وكذلك لصالح الأقل خبرة وظيفية.

التأثير الاجتماعي يكون تأثيره معتدلاً على النية السلوكية لاستخدام التقنيات التكنولوجية الأكبر سناً واللاتي لديهن خبرة قليلة من قبل الأفراد، وسيتأثر بالنوع، والعمر، والخبرة، وطوعية الاستخدام لصالح الإناث الأكبر سناً واللاتي لديهن خبرة قليلة .

تأثير التسهيلات المتاحة في سلوك الاستخدام الفعلي لاستخدام التقنيات التكنولوجية من قبل الأفراد سيتأثر بالعمر، والخبرة، ويكون تأثيره أقوى في العمال الأكبر سناً، الذين لديهم خبرة وظيفية^١.



شكل (١) متغيرات النظرية الموحدة وعناصرها لقبول واستخدام التكنولوجيا

^١ Morris, M. G., Venkatesh, V., & Ackerman, P. L. (2005). Gender and age the differences in employee decisions about new technology: An extension to theory of planned behavior, *IEEE transactions on engineering management*, 52(1),72. retrieved 21/7/2016
<http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1388699/>

المكونات الرئيسية لبناء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها:

قد أظهرت نتائج العديد من الدراسات الغربية أن نموذج قبول استخدام التكنولوجيا لم يعط تفسيراً قوياً يؤكد درجة قبول الأفراد لاستخدام التكنولوجيا النموذج بدرجة أكبر من ٣٠%، للنموذج الأول ولم يعط تفسيراً أكبر من ٤٠% ، وكذلك النموذج الثاني وهو أحد النماذج التي جاءت

لذا أدرك فينكاتيش وزملاؤه (٢٠٠٣) بضرورة تجميع جميع النظريات، والنماذج الثمانية التي تشرح سلوك المستخدمين نحو قبول التكنولوجيا ووضعها في نموذج واحد لبلوغ رؤية موحدة، وشاملة لدراسة قبول التكنولوجيا من قبل المستخدمين، وهو ما أثمر على ظهور نموذج النظرية الموحدة القبول واستخدام التكنولوجيا الذي تؤكد نتائج العديد من الدراسات درجة موثوقيته، وبأنه قادر على التوقع كثير من الباحثين^١.

توظيف النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في هذه الدراسة :

اعتمدت الباحثة في بنائها النظري لدراستها، وتطوير فروضها على النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها؛ حيث إن هذه النظرية جاءت استجابة لتوجهات العصر الحديث، وتطور العالم التكنولوجي؛ حيث يعتقد أن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات في المؤسسات الصحفية، والإعلامية يمكن أن يحدث تغييراً إيجابياً في العملية الإعلامية.

ونظراً لأهمية هذه النظرية فقد تم استخدامها في مجال تقنيات الصحافة والإعلام؛ حيث توضح النظرية نية الصحفيين، والعاملين بمواقع الصحف الإخبارية نحو استخدام التقنية، وما يتبعه من سلوك، وذلك من خلال افتراض متغيرات رئيسة تؤثر بشكل رئيس في النية السلوكية، والأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي،

^١ Venkatesh. V. Thong, JY & Xu, X. (2012) Consumer acceptance and use of information technology: **extending the unified theory of acceptance and use of technology**, Op, Cit, 157.

والتسهيلات المتاحة، بالإضافة إلى المتغيرات الديمغرافية المتمثلة في (الجنس، والعمر، والخبرة، وطوعية الاستخدام). وكذلك تستفيد الباحثة بها في ربط النظرية بالتساؤلات، والفروض، وكذلك في بناء استمارة الاستبيان المطبقة في الدراسة .

مفاهيم الدراسة :

مفهوم الذكاء الاصطناعي:

"هو مجموعة من التكنولوجيات تحاول محاكاة الصفات الإنسانية، مثل: (المعرفة، والمنطق، وحل المشكلات، والإدراك، والتعلم، والتخطيط) ، وتعتمد هذه التكنولوجيات على خوارزميات لتوليد نماذج مختلفة، أو بديلة، ويختار أفضل نموذج مناسب منها؛ لتطبيقه في نظام إنتاجي، أو خدمي في الواقع العملي"^١

وهناك من يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه:

التكنولوجيا التي تمكن الآلات من إظهار المنطق، والقدرات الشبيهة بالإنسان مثل: اتخاذ القرار المستقل. ومن خلال استيعاب كميات هائلة من بيانات التدريب، يتعلم الذكاء الاصطناعي التعرف على الكلام، والأنماط، والاتجاهات الفورية، وحل المشكلات بشكل استباقي، والتنبؤ بالأوضاع، والحوادث المستقبلية.^٢

مفهوم الأخبار الزائفة :

" معلومات زائفة، وأخبار مضللة، وخاطئة ، تقدم للمجتمع على أنها أخبار، والهدف الأساس وراءها نشر الفتنة، والبلبل، وزعزعة الأمن العام للمجتمع، ويمكننا عدها نوعاً من أنواع الحرب النفسية على المجتمع، تندرج ضمن نطاق الشائعات، وقد يكون

^١ سحر محمد حسيب .(٢٠٢٣). "تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد

٨٤ ، المجلد ١، يوليو ٢٠٢٣، ص٢٦٢،

^٢ <https://www.sap.com/mena-ar/products/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence.html>

الهدف منها مادياً أو جني المال ، أو تدمير شخص، أو كيان ما، وتنتشر هذه الأخبار من خلال جميع أنواع الاتصال، منطوقة، ومكتوبة، ومرئية^١.

التعريفات الإجرائية للدراسة :

التعريف الإجرائي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: "هي تلك الوسائل التي تعتمد على خوارزميات متطورة لتحليل المعلومات، ورصد الأخبار المزيفة بشكل فوري وأوتوماتيكي، وأكثر سرعة من مجموعات رصد المعلومات المزيفة التقليدية".

التعريف الإجرائي للأخبار الزائفة "هي تلك النوعية من الأخبار التي تحمل في مضمونها محتوى مضلل، وكاذب يفقد المصادقية سواء بشكل جزئي، أو كلي ينشر على جميع وسائل الإعلام الرقمي بهدف تضليل المستخدمين، وتشجيعهم على قراءته، وإعادة نشره بغرض التأثير السلبي على أفكارهم، واتجاهاتهم نحو موضوعات الرأي العام، وقضاياها المحلية والدولية".

الإجراءات المنهجية للدراسة :

نوع الدراسة ومنهجها :

نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث أو الدراسات الوصفية التي تهتم بتصوير، واستكشاف العلاقات بين المتغيرات، وتحليل خصائص ظاهرة معينة، وتقويمها بهدف الحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة؛ من حيث خصائصها، والعوامل المؤثرة فيها؛ وذلك للوصول إلى وصف دقيق لهذه الظاهرة، والظاهرة التي تسعى هذه الدراسة إلى تقرير خصائصها: **توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الصحفية الرقمية ودورها في التصدي للأخبار الزائفة.**

^١مها بهنسي .(٢٠١٩). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة ، دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ٦٩ (١) ، يوليو ، سبتمبر ، ص٥٧٣.

منهج الدراسة:

وتعتمد هذه الدراسة على **منهج المسح**؛ وذلك لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة،

واعتمدت الباحثة على هذا المنهج لأنه الأنسب لهذه الدراسة؛ لأن الهدف المرجو من هذه الدراسة هو تحقيق نتائج، وإجابات من خلال الموضوع المتناول الذي يبرز في إشكالية التساؤلات، وطرحها، وصيغة الربط بين المتغيرات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون **مجتمع الدراسة** من الصحفيين المصريين الممارسين لمهنة الصحافة المسجلين في نقابة الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية، على اختلاف وظائفهم.

وتمثلت **عينة الدراسة الميدانية المستخدمة في استمارة الاستبيان** في: (٤٠٠) مفردة من الصحفيين العاملين بمواقع الصحف الإلكترونية (القومية والخاصة).

ولقد طبقت **الدراسة الميدانية على عينة عمدية** تتوافر فيها السمات التي تحقق أهداف الدراسة الحالية، وهي أن يجمع المبحوثين ما بين الخبرة في مجال تقنيات الذكاء الاصطناعي، وممارسة العمل في مواقع الصحف الإلكترونية؛ حتى يمكن الإجابة على استمارة الاستبيان.

الصدق والثبات

أولاً- صدق الاستبيان:

للتحقق من صدق أدوات الدراسة تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة هي: الصدق المنطقي، والصدق الظاهري، أو صدق المحكمين، وصدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

تم الاعتماد في بناء هذه الأدوات، واختيار العبارات المكونة لأبعادها على الدراسات السابقة التي اتخذت من (توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من قبل المؤسسات الصحفية الرقمية، ودورها في التصدي للأخبار الزائفة) موضوعاً لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الأدوات من بعض الأدوات الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكمل باقي عبارات الأدوات من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع الأدوات بقدر مقبول، ومعقول من الصدق المنطقي، وأن الأدوات صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات المصرية،^١ وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف

أسماء السادة المحكمين الذين عرضت عليهم استمارة الاستبيان ، وتم ترتيب الأسماء أبجدياً وفقاً للدرجة العلمية مع مراعاة الترتيب الأبجدي :

١. أ.د / إيمان محمد أحمد ، أستاذ الإعلام ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا .
٢. أ.د / رزق سعد عبدالمعطي ، أستاذ العلاقات العامة والإعلان جامعة مصر الدولية .
٣. أ.د/ عربي الطوخي ، أستاذ الإعلام بقسم الإعلام ، ووكيل كلية الآداب ، جامعة بنها.
٤. أ.د / طه عبدالعاطي نجم ، أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب ، جامعة الإسكندرية.
٥. أ.م.د/ إسلام سعد عبدالله عز أستاذ العلاقات العامة المساعد ، قسم الإعلام ، جامعة حلوان .
٦. أ.م. د. / حسام فايز أستاذ الصحافة والإعلام الرقمي المساعد ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا
٧. أ.م.د /عبد قناوي أحمد عبدالعزيز ، أستاذ الإعلام الإلكتروني المساعد ، بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، جامعة جنوب الوادي
٨. أ.م.د /محمد محمد عمارة ، أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات الأفروآسيوية ، جامعة قناة السويس .
٩. أ.م.د / نشوى يوسف اللواتي ، أستاذ مساعد ورئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم
١٠. أ.م.د / هبة الله نصر ، أستاذ الإعلام المساعد ، كلية الآداب بقسم الإعلام ، جامعة أسوان .

الإجرائي له، وكذلك الهدف من الأدوات، وقد أقر المحكمون صلاحية الأدوات بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات، وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبداه المحكمون.

التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (SPSS v.26)؛ حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات: اسمية (Nominal)، ووزنية (Scale)، وعلى هذا قام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو الآتي:

أولاً- المقاييس الوصفية وتشمل:

- الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قامت الباحثة بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات **Frequency**، والنسب المئوية **Percent**، وقد تم ذلك في وصف عينة الدراسة وخصائصها.

- المتوسط الحسابي **Mean**. الانحراف المعياري. **St. Deviation**.

ثانياً- الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد كانت على النحو الآتي:

المتغيرات الاسمية:

▪ اختبار كاي^٢ (**Chi Square**): ويقوم بالكشف عن الفروق بين التكرارات بين متغيرين، سواء اشتملت هذه المتغيرات على مجموعتين، أو أكثر من ذلك.

المتغيرات الوزنية:

▪ اختبار **(On Way Anova)**: وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين، والمعروف اختصاراً **ANOVA**.

- اختبار T (Independent sample t Test): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين عينتين مستقلتين، والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- معامل ارتباط بيرسون (person Correlation): لدراسة شدة العلاقة الارتباطية، واتجاهها بين متغيرين.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ (٠,٠٥) لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥% فأقل

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها :

نوضح في البداية بعض النتائج العامة للدراسة:

١- معدل جاهزية غرف الأخبار بالصحف المصرية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين:

جدول رقم (١) معدل جاهزية غرف الأخبار بالصحف المصرية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الصحفيين؛ وفقاً لنمط ملكية المؤسسة .

النمط المعدل	قومية		خاصة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
غير جاهزة على الإطلاق	٢٢	١١,٠	٢٦	١٣,٠	٤٨	١٢,٠
جاهزة بدرجة كبيرة	٢٦	١٣,٠	٣٠	١٥,٠	٥٦	١٤,٠
جاهزة إلى حد ما	١٥٢	٧٦,٠	١٤٤	٧٢,٠	٢٩٦	٧٤,٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠
قيمة كا ^٢ =٠,٨٣٥ درجة الحرية=٢ مستوى المعنوية=٠,٠٥٩ الدلالة=غير دالة معامل التوافق=٠,٠٤٦						

يتضح من الجدول السابق: أن ١٢% من الصحفيين يعتقدون أن غرف الأخبار بالصحف المصرية لا تتمتع بالجاهزية على الإطلاق لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وفي المقابل نجد أن ٧٤% منهم يعتقدون بجاهزيتها (إلى حد ما).

وبحساب قيمة كاي^٢ بلغت (٠,٨٣٥) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نمط ملكية المؤسسة التي يعمل بها الصحفيين، ومعدل جاهزية غرف الأخبار بالصحف المصرية في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

ومن خلال إحصائيات هذا الجدول تبين أنه: يتم استخدام اختبار كاي^٢ (Chi-Square) لتحديد ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط ملكية المؤسسة الإعلامية، ومستوى الجاهزية. ووفقًا للنتائج، فإن قيمة الاختبار (٠,٨٣٥) غير دالة إحصائيًا عند مستوى ٠,٠٥، مما يعني أن ملكية المؤسسة لا تؤثر بشكل كبير في جاهزية غرف الأخبار لتوظيف الذكاء الاصطناعي.

وتدل النتيجة الإحصائية على عدم وجود علاقة قوية بين نوع ملكية المؤسسة (حكومية أو خاصة) واستعداد غرف الأخبار لاستخدام الذكاء الاصطناعي. قد يعكس ذلك أن العوامل المؤثرة في الجاهزية ترتبط بعوامل أخرى مثل: البنية التحتية الرقمية، أو السياسات التحريرية، أكثر من ارتباطها بنوع الملكية.

ومن خلال ذلك يمكن استنتاج أن المؤسسات الإعلامية في مصر بحاجة إلى مزيد من التطوير التقني بغض النظر عن ملكيتها؛ حيث إن معظم الصحفيين لا يرون جاهزية كاملة لهذه المؤسسات.

ويجب دراسة العوامل الأخرى مثل: توفر الموارد التقنية، والتدريب، وتحديث بيئة العمل؛ لجعل التحول الرقمي أكثر فعالية، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة^١ علي، عيسى عبد الباقي موسى ومحمد، أحمد عادل عبدالفتاح. ٢٠٢٠. "اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية"

^١ عيسى عبد الباقي موسى .أحمد عادل عبدالفتاح.(٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية : دراسة تطبيقية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج. ١٩، ع. ١، ص ص. ٦٦-١.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

حيث أنها وجدت أن ٨٨% من الصحفيين، والقيادات الصحفية يؤكدون ضرورة توظيف الذكاء الاصطناعي، وأهميته في غرف الأخبار الصحفية، إلا أنهم أشاروا إلى أن نسبة كبيرة من هذه الغرف غير جاهزة لعدة أسباب، منها: عدم تحديث الهياكل التنظيمية، بالإضافة إلى نقص خوارزميات تحرير النصوص باللغة العربية، وعدم تبني أنظمة الجودة، وتطبيقها، وتراجع الاستثمار في هذه التقنيات .

١. معدل رضا الصحفيين عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ طبقاً لتخصصهم المهني:

جدول رقم (٢) معدل رضا الصحفيين عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي طبقاً لتخصصهم المهني؛ وفقاً لنمط ملكية المؤسسة

النمط المعدل	قومية		خاصة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
غير راض إطلاقاً	٦	٣,٠	٨	٤,٠	١٤	٣,٥
راض إلى حد ما	١٥٨	٧٩,٠	١٥٤	٧٧,٠	٣١٢	٧٨,٠
راض تماماً	٣٦	١٨,٠	٣٨	١٩,٠	٧٤	١٨,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠
قيمة كا ^٢ = ٠,٣٩١ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٨٢٢ الدلالة = غير دالة معامل التوافق = ٠,٠٣١						

يتضح من الجدول السابق: أن ٣,٥% من الصحفيين غير راضون عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ طبقاً لتخصصهم المهني، وفي المقابل نجد أن ١٨,٥% منهم (راض تماماً).

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٠,٣٩١) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية المؤسسة التي يعمل بها الصحفيين، ومعدل رضا الصحفيين عن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ طبقاً لتخصصهم المهني.

ومن خلال إحصائيات هذا الجدول تبين أنه: لا يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين، مما يشير إلى أن ملكية المؤسسة لا تؤثر في مستوى رضا الصحفيين عن الذكاء الاصطناعي.

وبعد عدم وجود علاقة إحصائية دالة بين نمط الملكية والرضا المهني قد يشير إلى أن عوامل أخرى مثل: طبيعة العمل الصحفي نفسه، أو مستوى اعتماد المؤسسة على الذكاء الاصطناعي، أو تأثير الذكاء الاصطناعي في فرص العمل، تلعب دوراً أكبر في تشكيل رأي الصحفيين.

وبالرغم من عدم وجود علاقة إحصائية واضحة، إلا أن هذه الدراسة توفر رؤية أولية حول مواقف الصحفيين تجاه الذكاء الاصطناعي. ويمكن للمؤسسات الإعلامية الاستفادة من هذه البيانات؛ لفهم احتياجات الصحفيين بشكل أفضل عند تطبيق التكنولوجيا.

قد يكون هناك حاجة لدراسات أعمق، تشمل متغيرات إضافية، مثل: تأثير الذكاء الاصطناعي في جودة العمل الصحفي، وأمان الوظائف، مما يساعد في بناء إستراتيجيات ملائمة.

وربما يكون الاتجاه العام نحو الذكاء الاصطناعي مرتبطاً بالتطور المهني؛ حيث يعتمد مدى تقبل الصحفيين لهذه التكنولوجيا على مدى جاهزية المؤسسات الإعلامية لتدريبهم، والاستفادة منهم إمكانيات. **واختلفت هذه النتيجة مع دراسة^١ ماجدة عبدالمرضي. (٢٠٢٣).** بعنوان "اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة، وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني؛ حيث وجدت هذه الدراسة أن الصحفيين العاملين في المؤسسات القومية أكثر تحفظاً تجاه توظيف الذكاء الاصطناعي مقارنة بزملائهم في المؤسسات الحزبية، والخاصة، حيث أكدوا أن هذه التقنيات قد تؤثر في دورهم التقليدي في صناعة المحتوى.

^١ ماجدة عبدالمرضي. (٢٠٢٣). اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٢٠٢٣ (٢٥)، ٦٦-١.

٢. معدل تعرض الصحفيين خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمنصات الإخبارية:

جدول رقم (٣) معدل تعرض الصحفيين خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمنصات الإخبارية وفقاً لنمط ملكية المؤسسة

النمط المعدل	قومية		خاصة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تعرض بدرجة محدودة	٤	٢,٠	٢	١,٠	٦	١,٥
تعرض إلى حد ما	١٠	٥,٠	١٠	٥,٠	٢٠	٥,٠
تعرض بدرجة كبيرة	١٨٦	٩٣,٠	١٨٨	٩٤,٠	٣٧٤	٩٣,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠,٠	٢٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠
قيمة كا ^٢ =٠,٦٧٧ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠,٧١٣ الدلالة = غير دالة معامل التوافق = ٠,٠٤١						

يتضح من الجدول السابق: أن ١,٥% من الصحفيين قد تعرضوا خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، والمنصات الإخبارية، وفي المقابل نجد أن ٥% منهم قد تعرضوا (إلى حد ما)، وأخيراً تعرض ٩٣,٥% منهم قد تعرض (بدرجة كبيرة).

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٠,٦٧٧) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية المؤسسة التي يعمل بها الصحفيين، ومعدل تعرض الصحفيين خلال عملهم للأخبار الزائفة عبر مواقع الصحف الإلكترونية، والمنصات الإخبارية.

ومن خلال البيانات الإحصائية لهذا الجدول تبين أن:

مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر الصحف الإلكترونية، والمنصات الإخبارية، ومدى تأثير الصحفيين بها خلال عملهم. الأرقام التي وردت في الجدول تشير إلى أن الغالبية العظمى من الصحفيين (٩٣,٥%) تعرضوا للأخبار الزائفة بدرجة كبيرة، بينما كانت النسبة أقل بكثير لمن تعرضوا لها بدرجات أقل.

١. التفسير الإحصائي:

- نسبة ٩٣,٥% من الصحفيين يؤكدون أنهم واجهوا الأخبار الزائفة بشكل متكرر، مما يعكس حجم التحدي الذي تواجهه المؤسسات الإعلامية في التحقق من صحة الأخبار ومكافحة التضليل الإعلامي.

- ٥% من الصحفيين تعرضوا لها "إلى حد ما"، مما قد يشير إلى أن بعض الصحفيين يعملون في بيئات أكثر تحفظاً، أو لديهم آليات قوية للتحقق قبل النشر.

- ١,٥% لم يتعرضوا للأخبار الزائفة أثناء عملهم، وهو ما قد يعود إلى طبيعة منصاتهم الإخبارية التي تعتمد على مصادر موثوقة، أو لديهم إجراءات صارمة في التدقيق.

- قيمة كا ٢١ (٠,٦٧٧) غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، مما يعني أن نمط ملكية المؤسسة الصحفية لا يؤثر بشكل كبير في مدى تعرض الصحفيين للأخبار الزائفة، أي أن انتشار الأخبار المضللة مشكلة عامة، وليست مقتصورة على مؤسسة دون أخرى.

هذه النتائج تشير إلى أن الأخبار الزائفة باتت تشكل تحدياً كبيراً في الصحافة الرقمية، بغض النظر عن نوع المؤسسة الإعلامية. ويمكن تفسير ذلك بعدة عوامل:

- السرعة في نشر الأخبار على الإنترنت دون التحقق الكافي يؤدي إلى انتشار معلومات غير دقيقة.

- الاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصدراً للأخبار يجعل الصحفيين أكثر عرضة للمعلومات المضللة.

- غياب آليات فعالة للتحقق من الأخبار قبل نشرها قد يكون سبباً في هذا المعدل المرتفع من التعرض للأخبار الزائفة.

- التحيز السياسي أو التجاري لبعض المنصات قد يسهم في تضخيم، أو نشر أخبار غير دقيقة؛ لخدمة أهداف معينة.

وتعلق الباحثة على التأثير المستقبلي لذلك يكمن في أنه :

- من المتوقع أن تتزايد الحاجة إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار، مثل تحليل مصادر المعلومات، والتأكد من موثوقيتها قبل النشر.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

- يمكن أن تؤدي هذه الظاهرة إلى تراجع ثقة الجمهور في الإعلام الإلكتروني، مما يتطلب إستراتيجيات واضحة لتعزيز المصداقية، والشفافية في الصحافة الرقمية.

- قد تحتاج المؤسسات الصحفية إلى تعزيز ثقافة التحقق، والتدقيق الصحفي؛ بحيث يصبح لدى الصحفيين أدوات، وتقنيات أكثر دقة في كشف الأخبار الزائفة، والتأكد من صحتها.

ومن خلال ذلك ترى الباحثة أن: الأخبار الزائفة أصبحت واقعًا يوميًا يؤثر في الصحفيين، بغض النظر عن نوع المؤسسات التي يعملون بها، مما يتطلب اعتماد إستراتيجيات جديدة؛ لضمان دقة الأخبار، ونشر معلومات موثوقة.

٣. التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لظاهرة الأخبار الزائفة من وجهة نظر الصحفيين:

جدول رقم (٤) التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لظاهرة الأخبار الزائفة من وجهة نظر الصحفيين

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي ^١	موافق		محايد		معارض		الاستجابة التحديات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٧,٨	٠,٢٤٧	٢,٩٤	٩٣,٥	٣٧٤	٦,٥	٢٦	٠	٠	كلما تطورت تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال مكافحة الأخبار الزائفة، تطورت أيضًا في مجال إنشاء تلك الأخبار، مما جعلها سلاح ذو حدين
٩٤,٨	٠,٣٨٩	٢,٨٥	٨٥,٥	٣٤٢	١٣,٥	٥٤	١,٠	٤	صعوبة التوازن بين تقنيات الذكاء الاصطناعي والعنصر البشري؛ من حيث الكفاءة، والفعالية في الكشف عن الأخبار الزائفة.
٩٤,١	٠,٣٩٥	٢,٨٢	٨٢,٨	٣٣١	١٦,٨	٦٧	٠,٥	٢	استحداث تقنيات متطورة يتم فيها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضد بعضها لتنشئ محتوى مفبركًا باحترافية أكثر.

^١ من ١ إلى ١,٦٦ معارض.... من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ محايد..... من ٢,٣٤ إلى ٣ موافق

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

٩٢,٥	٠,٤٣٠	٢,٧٨	٧٨,٠	٣١٢	٢١,٥	٨٦	٠,٥	٢	يحتاج الذكاء الاصطناعي إعطائه الكثير من الأمثلة للأخبار الصحيحة، والزائفة حتى يستطيع تمييزها مما يحتاج وقتاً أطول
٩٠,٨	٠,٤٤٧	٢,٧٣	٧٢,٥	٢٩٠	٢٧,٥	١١٠	٠	٠	تواجه الدول النامية مشكلة في الثقافة التقنية لكي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة.
٩٠,٠	٠,٤٧٠	٢,٧٠	٧٠,٥	٢٨٢	٢٩,٠	١١٦	٠,٥	٢	هناك العديد من المخاوف التقنية المستقبلية إذا تم الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بنسبة أكبر من العنصر البشري في الكشف عن الأخبار الزائفة.
٨٨,٦	٠,٤٧٥	٢,٦٦	٦٥,٨	٢٦٣	٣٤,٣	١٣٧	٠	٠	من الممكن أن يخطئ تطبيق الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، ولاسيما عند استخدام كلمات، أو عبارات لا يفهمها التطبيق.
٤٠٠		الإجمالي							

يوضح الجدول رقم (٤) حيث جاء (كلما تتطورت تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال مكافحة الأخبار الزائفة ، تطورت أيضاً في مجال إنشاء تلك الأخبار مما جعلها سلاح ذو حدين) في المرتبة الأولى عن التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لظاهرة الأخبار الزائفة من وجهة نظر الصحفيين بوزن نسبي ٩٧,٨%، وجاءت (صعوبة التوازن بين تقنيات الذكاء الاصطناعي، والعنصر البشري؛ من حيث الكفاءة، والفعالية في الكشف عن الأخبار الزائفة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٤,٨%، وجاءت (استحداث تقنيات متطورة يتم فيها استخدام تقنيات الذكاء

الاصطناعي ضد بعضها لتنشئ محتوى مفبركاً باحترافية أكثر) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩٤,١%، وجاءت (يحتاج الذكاء الاصطناعي إعطائه الكثير من الأمثلة للأخبار الصحيحة، والزائفة حتى يستطيع تمييزها مما يحتاج وقتاً أطول) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٩٢,٥%، وأخيراً جاءت (من الممكن أن يخطي تطبيق الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، ولاسيما عند استخدام كلمات، أو عبارات لا يفهمها التطبيق) بوزن نسبي ٨٨,٦%.

وهذه البيانات تقدم رؤية شاملة للتحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار الزائفة. فالأرقام المقدمة توضح أن الصحفيين يدركون أن الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة لحل المشكلة، بل هو جزء من معادلة أكثر تعقيداً تتضمن التكنولوجيا والتضليل الإعلامي، وتكشف هذه الأرقام أن استخدام الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة يواجه عقبات تقنية، وأخلاقية متعددة، يمكن تفسيرها عبر:

- التطور المستمر في تكنولوجيا التضليل الإعلامي يجعل الذكاء الاصطناعي في سباق دائم مع مروجي الأخبار الزائفة، ما يعني أن التقنيات الحالية قد تصبح غير فعالة خلال فترة قصيرة.

- عدم قدرة الذكاء الاصطناعي على العمل دون تدخل بشري يعكس أنه لا يمكن الاعتماد عليه وحده، بل يجب أن يكون جزءاً من عملية تدقيق، وتحليل أوسع تشمل الصحفيين، والتقنيات التحقيقية الأخرى.

- صعوبة تمييز الأخبار الزائفة بدقة، خاصة مع تطور المحتوى المفبرك، يُظهر أن المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى تقنيات أكثر ذكاءً تستطيع تحليل السياق، وليس فقط الكلمات.

- محدودية الذكاء الاصطناعي في فهم اللغة البشرية بشكل كامل يجعل من الضروري تطوير أنظمة أكثر دقة في تحليل الكلمات، والعبارات المعقدة، حتى لا تُنتج نتائج خطأ في تصنيف الأخبار.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

وترى الباحثة أن الذكاء الاصطناعي أصبح أداة قوية في مكافحة الأخبار الزائفة، لكنه أيضاً يواجه تحديات كبيرة بسبب تطور أساليب التضليل الإعلامي، والحاجة إلى التدقيق البشري، وحاجته المستمرة إلى التدريب على البيانات الصحيحة. وأن المستقبل سيحتاج إلى تطوير تقنيات أكثر ذكاء وأقل تحيزاً؛ لضمان كشف الأخبار الزائفة بشكل دقيق وسريع.

٤. الإجراءات المتبعة في المؤسسة الصحفية حال نشر، أو تداول أخبار زائفة على الموقع الإلكتروني، أو المنصات الإعلامية التابعة من وجهة نظر الصحفيين:

جدول رقم (٥) الإجراءات المتبعة في المؤسسة الصحفية حال نشر، أو تداول أخبار زائفة على الموقع الإلكتروني، أو المنصات الإعلامية التابعة من وجهة نظر الصحفيين لنمط ملكية المؤسسة

المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		خاصة		قومية		النمط الإجراءات
		%	ك	%	ك	%	ك	
١,٠٠٠	٠,٠٠٠	٩٧,٠	٣٨٨	٩٧,٠	١٩٤	٩٧,٠	١٩٤	التحقيق في الأمر لعدم تكراره
٠,١٨٩	١,٣١٤	٩٤,٥	٣٧٨	٩٦,٠	١٩٢	٩٣,٠	١٨٦	المسارعة بنشر المعلومة الحقيقية
٠,١٤١	١,٤٧٣	٩٢,٠	٣٦٨	٩٤,٠	١٨٨	٩٠,٠	١٨٠	يتم على الفور حذف الخبر من الموقع
٠,٤٨٥	٠,٦٩٨	٩١,٠	٣٦٤	٩٢,٠	١٨٤	٩٠,٠	١٨٠	الاعتذار إذا تطلب الأمر
٠,٠٥٨	١,٨٩٩	٧٧,٠	٣٠٨	٨١,٠	١٦٢	٧٣,٠	١٤٦	يتم تصحيح المعلومات، وإعادة نشرها
٠,٢٢٤	١,٢١٥	٦,٥	٢٦	٥,٠	١٠	٨,٠	١٦	تجاهل الموضوع
			٤٠٠		٢٠٠		٢٠٠	جملة من سئلوا

يتضح من الجدول السابق: جاء (التحقيق في الأمر لعدم تكراره) في مقدمة الإجراءات المتبعة في المؤسسة الصحفية حال نشر، أو تداول أخبار زائفة على الموقع الإلكتروني، أو المنصات الإعلامية التابعة من وجهة نظر الصحفيين بنسبة بلغت ٩٧,٠%، ثم جاءت (المسارعة بنشر المعلومة الحقيقية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٩٤,٥%، ثم جاءت (يتم على الفور حذف الخبر من الموقع) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٩٢,٠%، ثم جاءت (الاعتذار إذا تطلب الأمر) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٩١,٠%، وأخيراً جاء (تجاهل الموضوع) بنسبة بلغت ٦,٥%.

تعكس هذه البيانات الإجراءات المتبعة في المؤسسات الصحفية عند التعامل مع الأخبار الزائفة؛ وفقاً لتصوير الصحفيين حول كيفية استجابة مؤسساتهم لهذه المشكلة. الأرقام المقدمة تكشف عن أولويات المؤسسات الصحفية في مواجهة الأخبار غير الدقيقة، وتصحيحها للحفاظ على المصداقية الإعلامية.

التحليل الإحصائي يتمثل في :

- التحقيق في الأمر لعدم تكراره (٩٧,٠%) جاء في المرتبة الأولى، مما يعكس أن المؤسسات الصحفية تدرك أهمية البحث في أسباب نشر الأخبار الزائفة؛ لضمان عدم تكرار الخطأ مستقبلاً، سواء عبر التدقيق في المصادر، أو مراجعة إجراءات التحرير.

- المسارعة بنشر المعلومة الحقيقية (٩٤,٥%) في المرتبة الثانية، مما يدل على التزام المؤسسات الصحفية بالتصحيح الفوري؛ لتجنب انتشار الأخبار الزائفة، وتأثيرها السلبي في الجمهور.

- حذف الخبر من الموقع فوراً (٩٢,٠%) يُظهر أن بعض المؤسسات تعتمد سياسة الإزالة السريعة للمحتوى المضلل؛ لمنع انتشاره، مع إمكانية إجراء تحقيق داخلي لاحقاً حول ملائمة نشره.

- الاعتذار إذا تطلب الأمر (٩١,٠%) يُشير إلى أن بعض المؤسسات تعترف بأخطائها بشكل علني؛ للحفاظ على ثقة الجمهور، وهو ما يُعد ممارسة شفافة في الإعلام المهني.

- تجاهل الموضوع (٦,٥%) وهي نسبة قليلة، مما يدل على أن معظم المؤسسات الصحفية لا تتبع سياسة التجاهل، بل تحاول معالجة الأمر عبر التحقيق، والتصحيح، والتوضيح للجمهور.

وهذه البيانات تعكس إدراكاً واسعاً بين المؤسسات الصحفية لأهمية التعامل مع الأخبار الزائفة بطريقة احترافية، ويمكن تفسير ذلك عبر العوامل الآتية:

- حماية المصداقية الصحفية تُعد من الأولويات القصوى، لهذا يأتي التحقيق في الصدارة؛ لضمان عدم تكرار نشر أخبار مضللة مستقبلاً.

- السرعة في التصحيح أصبحت ضرورية في عصر الإعلام الرقمي؛ حيث يمكن أن تنتشر الأخبار الزائفة بسرعة كبيرة، ما يُفسر المسارعة بنشر المعلومة الحقيقية بنسبة مرتفعة.
- التعامل مع الأخطاء بطريقة شفافة يعزز ثقة الجمهور، وهذا ما يُفسر النسبة المرتفعة لإجراء الاعتذار عند الضرورة.
- عدم تجاهل المشكلة يُظهر أن المؤسسات تدرك خطورة الأخبار الزائفة؛ حيث أن تجاهلها يمكن أن يؤدي إلى فقدان الثقة، ويؤثر سلباً في سمعة المؤسسة الإعلامية. وتعلق الباحثة أنه مستقبلياً:
- من المتوقع أن تزداد أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة قبل نشرها، مما يساعد الصحفيين على التدقيق بشكل أكثر كفاءة.
- سيكون هناك توجه أكبر نحو الشفافية الإعلامية؛ حيث ستحتاج المؤسسات الصحفية إلى تقديم توضيحات مستمرة، حول كيفية التعامل مع الأخبار غير الدقيقة للحفاظ على مصداقيتها.
- قد يصبح التحقيق الداخلي أكثر تنظيمًا وصرامة؛ بحيث يتم وضع بروتوكولات واضحة لتحديد مصدر الخطأ، واتخاذ إجراءات لمنع تكراره.
- يمكن أن تتبنى المؤسسات الإعلامية أدوات تحقق متقدمة؛ لتقليل احتمالية نشر الأخبار الزائفة من البداية بدلاً من التعامل معها بعد نشرها. واتفقت بيانات الجدول مع دراسة^١ (هالة حمدي حسن غرابية ٢٠٢١)، رؤية القيادات الصحفية المصرية لظاهرة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مكافحتها؛ حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن الإجراءات التي تتخذها المواقع الإلكترونية عند نشر الأخبار الزائفة على الموقع جاء حذف هذه الأخبار من الموقع في المرتبة الأولى بنسبة ٤٤% .

^١ هالة حمدي حسن غرابية (٢٠٢١) . رؤية القيادات الصحفية المصرية لظاهرة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مكافحتها ،مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال ،١٠ع

وترى الباحثة أن هذه البيانات تكشف عن إستراتيجيات واضحة، تتبعها المؤسسات الصحفية في التعامل مع الأخبار الزائفة؛ حيث يعتمد معظمها على التحقيق، والتصحيح السريع، والحذف الفوري، والاعتذار عند الضرورة. هذه الإجراءات تُظهر التزاماً قوياً بالحفاظ على النزاهة الصحفية، وتقليل تأثير الأخبار المضللة في الجمهور.

ثانياً- نتائج اختبار فروض الدراسة :

الفرض الأول- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الفائدة المتصورة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، وبين نية الصحفيين في تبنيها.

جدول (٦)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الفائدة المتصورة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة وبين نية الصحفيين في تبنيها

نية الصحفيين في تبنيها					المتغيرات
الدلالة	مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠,٠٠١	٠,٠٠٠	متوسطة	طردية	**,٠٥٤	الفائدة المتصورة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة

يشير الجدول رقم (٦) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الفائدة المتصورة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، وبين نية الصحفيين في تبنيها؛ حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٥٥٤) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. وتعكس هذه البيانات علاقة الارتباط بين تصور الصحفيين لفائدة تقنيات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، وبين استعدادهم لتبنيها. من خلال معامل ارتباط بيرسون البالغ (٠,٥٥٤)، الذي يُظهر علاقة دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠١)، يمكننا استخلاص عدة استنتاجات حول مدى تأثير إدراك الفوائد في قرار التبني الفعلي لهذه التقنيات.

التفسير الإحصائي:

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا (٠,٥٥٤) يشير إلى أن الصحفيين الذين يرون أن الذكاء الاصطناعي يوفر فائدة حقيقية في كشف الأخبار الزائفة يميلون بشكل أكبر إلى تبنيه، واستخدامه في عملهم.

- مستوى الدلالة (٠,٠٠١) يُظهر أن هذه العلاقة ليست مجرد مصادفة إحصائية، بل هي علاقة قوية، وموثوقة تُعبر عن توجه واضح بين إدراك الفائدة، واتخاذ قرار التبني.

- القيمة الإيجابية لمعامل الارتباط تعني أنه كلما زاد إدراك الصحفيين لفوائد الذكاء الاصطناعي، زادت احتمالية اعتمادهم لهذه التكنولوجيا في ممارسة مهامهم الصحفية. وهذه الأرقام تؤكد أن قناعة الصحفيين بفاعلية الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة تلعب دوراً رئيساً في اتخاذ قرار استخدامه. يمكن تفسير ذلك من خلال:

- ثقة الصحفيين المتزايدة في قدرة الذكاء الاصطناعي على تحسين دقة المحتوى الإخباري، مما يشجعهم على الاستثمار في تعلم أدواته واستخدامها.

- وجود حاجة ملحة للتحقق السريع من الأخبار في عصر المعلومات المتسارعة، مما يجعل الذكاء الاصطناعي وسيلة ضرورية لتوفير الوقت، والجهد في التدقيق الصحفي.

- التحولات الرقمية في الصحافة التي تدفع المؤسسات الإعلامية إلى تبني حلول تقنية حديثة، مما يعزز استعداد الصحفيين لاستخدام الذكاء الاصطناعي بوصفه جزءاً من أدواتهم المهنية.

وتشير هذه النتائج إلى أن تصور الصحفيين لفائدة الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة يلعب دوراً رئيساً في اتخاذ قرار تبنيه. ومع استمرار هذا الاتجاه، سنشهد دمجاً أكبر للذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي، مما يعزز دقة الأخبار، ويقلل من انتشار المعلومات المغلوطة.

الفرض الثاني- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الجهد المتصور لاستخدام هذه التقنيات، وبين نية الصحفيين في تبنيها.

جدول (٨)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين الجهد المتصور لاستخدام هذه التقنيات وبين نية الصحفيين في تبنيها

نية الصحفيين في تبنيها					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة	
٠,٤٥٥**	طردية	متوسطة	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	الجهد المتصور لاستخدام هذه التقنيات

يشير الجدول رقم (٨) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الجهد المتصور لاستخدام هذه التقنيات، وبين نية الصحفيين في تبنيها؛ حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٤٥٥)، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

و تكشف هذه البيانات عن العلاقة بين الجهد المتصور لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، وبين نية الصحفيين في تبنيها. معامل ارتباط بيرسون (٠,٤٥٥)، الذي يُظهر ارتباطاً دالاً إحصائياً عند مستوى (٠,٠٠١)، يشير إلى أنه كلما زاد إدراك الصحفيين للجهد المطلوب لتعلم هذه التقنيات، واستخدامها، أثر ذلك في قرارهم في تبنيها، أو تجنبها.

التحليل الإحصائي ويتمثل في :

- وجود علاقة ارتباطية معتدلة (٠,٤٥٥) يدل على أن هناك تأثيراً واضحاً لكن ليس حتمياً بين تصور الصحفيين للجهد المطلوب لاستخدام الذكاء الاصطناعي، وبين قرارهم في تبني هذه التكنولوجيا.

- مستوى الدلالة (٠,٠٠١) يشير إلى أن هذه العلاقة ليست مصادفة، بل تعكس اتجاهها واضحاً بين إدراك الجهد المطلوب واتخاذ القرار بشأن التبني.

- القيمة الإيجابية لمعامل الارتباط تعني أنه كلما زاد تصور الصحفيين لصعوبة تعلم الذكاء الاصطناعي، واستخدامه، قل احتمال تبنيهم له في عملهم.

ويمكن تفسير هذه النتائج من خلال عدة عوامل:

- التحديات التي يواجهها الصحفيون في تعلم الأدوات الجديدة؛ حيث إن بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي تتطلب معرفة تقنية معينة، مما قد يشكل عائقاً لدى الصحفيين غير المتخصصين في التكنولوجيا.

- التخوف من تعقيد التعامل مع الذكاء الاصطناعي؛ حيث يرى بعض الصحفيين أن هذه الأدوات تحتاج إلى تدريب مكثف، أو استثمار وقت طويل لفهم كيفية استخدامها بفعالية.

- مدى توفر الموارد التقنية في المؤسسات الإعلامية؛ حيث أن المؤسسات التي توفر برامج تدريبية للصحفيين قد تشجعهم على تبني الذكاء الاصطناعي بشكل أكبر، مقارنة بالمؤسسات التي تفتقر إلى هذه البنية التحتية.

وهذه النتائج تؤكد أن تصور الصحفيين لصعوبة، أو سهولة استخدام الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً حاسماً في قرارهم بتبنيه؛ حيث إن التقنيات التي يُنظر إليها على أنها معقدة قد تواجه مقاومة أكبر في التبني. لذلك، سيكون تبسيط أدوات الذكاء الاصطناعي، وتوفير تدريب عملي فعال هو الحل الأمثل، لزيادة اعتمادها في غرف الأخبار.

الفرض الخامس- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، وبين المنافع المتوقعة للصحفيين من استخدام تلك التقنيات.

جدول (٩)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين ثقة الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، وبين المنافع المتوقعة للصحفيين من استخدام تلك التقنيات

المنافع المتوقعة للصحفيين من استخدام تلك التقنيات					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة	
٠,١٠٥**	طردية	ضعيفة	٠,٠٣٦	٠,٠٥	ثقة الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة

يشير الجدول رقم (٩) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين ثقة الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، وبين المنافع المتوقعة للصحفيين من استخدام تلك التقنيات؛ حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,١٠٥) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

ويعكس هذا الفرض العلاقة بين ثقة الصحفيين في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لمكافحة الأخبار الزائفة، وبين المنافع التي يتوقعون الحصول عليها من هذه التقنيات. ووفقاً للنتائج الإحصائية، قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,١٠٥) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ضعيفة لكنها دالة إحصائياً بين المتغيرين.

التفسير الإحصائي:

- وجود علاقة دالة إحصائياً يعني أن هناك ارتباطاً بين ثقة الصحفيين بهذه التقنيات، والمنافع التي يتوقعونها، لكن قوة هذا الارتباط ليست مرتفعة جداً (٠,١٠٥).
 - قيمة معامل الارتباط منخفضة نسبياً، مما يشير إلى أن تأثير ثقة الصحفيين في توقعاتهم للمنافع المحتملة من الذكاء الاصطناعي ليس شديداً، لكنه لا يزال موجوداً بشكل ملحوظ.

- مستوى الدلالة (٠,٠٥) يشير إلى أن هذه العلاقة ليست مصادفة، بل تعكس اتجاهًا واضحًا في تقييم الصحفيين لهذه التقنيات.

ويمكن تفسير هذه العلاقة الضعيفة نسبياً من خلال عدة عوامل:

- ربما يكون لدى بعض الصحفيين ثقة كبيرة في الذكاء الاصطناعي، ولكنهم لا يعتقدون أنه سيحقق لهم منافع ملموسة في عملهم اليومي، مما يفسر ضعف الارتباط.
- قد يكون هناك تباين في وجهات النظر حول مدى الفائدة الفعلية لهذه التقنيات؛ فالبعض قد يرى أنها توفر أدوات فعالة لمكافحة الأخبار الزائفة، بينما قد يرى آخرون أنها لا تزال بحاجة إلى تطوير.
- تأثير عوامل أخرى، مثل: التحديات التقنية، والمالية، قد يكون أكثر أهمية من مجرد ثقة الصحفيين؛ حيث أن مدى اعتمادهم على الذكاء الاصطناعي لا يعتمد فقط على القناعة به، بل أيضاً على مدى توفره في بيئة العمل الصحفي، وكفاءته.
- وتشير هذه النتائج إلى أن ثقة الصحفيين في الذكاء الاصطناعي ليست العامل الوحيد الذي يؤثر في تصورهم للمنافع المحتملة منه، لكنه لا يزال يلعب دوراً في اتخاذ قرار تبنيه، وأن تعزيز هذه العلاقة سيتطلب نماذج واضحة للنتائج الفعلية للذكاء الاصطناعي في الصحافة، إضافةً إلى تحسين كفاءته، وتقليل مخاوف الصحفيين المتعلقة به.

المراجع

١. أحمد عسران .أحمد صابر. (٢٠٢٥). واقع تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية العربية *مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج* ع٧٥، ج١
٢. عيسى عبد الباقي موسى .أحمد عادل عبدالفتاح. (٢٠٢٠). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية : دراسة تطبيقية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مج. ١٩، ع. ١، ص ص. ١-٦٦.

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-997352>

٣. ماجدة عبدالمرضي. (٢٠٢٣). اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، ٢٠٢٣ (٢٥)، ١-٦٦.
٤. هالة حمدي حسن غرابة. (٢٠٢١). رؤية القيادات الصحفية المصرية لظاهرة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مكافحتها *مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال*، ع١٠، ١٠٤.

٥. رانيا محمد همام. (٢٠٢٥). توظيف صحافة الروبوت داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الصحفية: دراسة ميدانية مطبقة على القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية المصرية "القاهرة ٢٤" الأخباري - موقع الجمهورية - موقع الوفد. *مجلة كلية الآداب*، ع٧٥، ج١، ٣٦٦ - ٣٣٧ مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/156707>

٦. راشد صلاح أبو رمية. (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الصحافة الرقمية في العالم العربي. *مجلة الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة*، ١ (١)، ١٦٩-٢٥٤

٧. نسمة عبد الله مطاوع. (٢٠٢٤). الممارسة الصحفية للمؤسسات الأخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة في إطار نظرية الهاكولوجيا. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٧٢ (١)، ٤٦٣-٥٩٦

٨. ماجد إبراهيم حسن المنزلاوي. (٢٠٢٤). "أثر تطبيق الصحافة الآلية على تطوير غرف الأخبار المدمجة في المواقع المصرية". *المجلة العلمية لبحوث الصحافة* ٢٠٩-٢٤٨

٩. أيمن خميس ربيع وآخرون . (٢٠٢٣) . *توظيف صحافة الذكاء الاصطناعي في التحرير الصحفي من وجهة نظر النخبة الإعلامية الفلسطينية: دراسة ميدانية مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية* ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، ٢٤ ، الجزائر ، ص ٩_٤٩

١٠. علا عبد القوي عامر . (٢٠٢٤). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي. *مجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، ص ١_٣١ .

١١. مصطفى عبدالحى عبدالحليم . (٢٠٢١) . دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين "دراسة ميدانية . *مجلة البحوث الإعلامية* . العدد ٥٨ . ١٢. رامي باسم يوسف حداد. (٢٠٢٠) . دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الشرق الأوسط كلية الإعلام قسم الإعلام) .

١٣. إنجي لطفي عبدالعزيز عيسى . (٢٠٢٠) . تقييم القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الورقية والمواقع الإلكترونية لآليات مواجهة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحث منشور في *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مجلد ٢٠٢٠، عدد ٧٣، ٢٠٢٠، ص ص ٢٧٥-٣٣٢

١٤. واشنطن (أش أ) ، مؤسسة بحثية: المواقع الإخبارية المزيفة بأمريكا تفوق عدد وسائل الإعلام الحقيقية، ١٢ يونيو ٢٠٢٤١

<https://www.youm7.com/>

١٤. نصر الدين بوريان. (٢٠٢١) . الأخبار الكاذبة الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي. *مجلة أكاديميا* . المجلد ٦، العدد ٥ ، ٢٠٢١

١٥. الشهراني حامد علي مبارك . (٢٠٢٣) . العوامل المؤثرة في نية تبني طلبة المرحلة الثانوية لتقنية الأجهزة اللوحية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، العدد ١٦٥.
١٦. ممدوح الغريب السيد يونس . (٢٠٢٢) . اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية نحو استخدام تطبيقات إنترنت الأشياء في التعليم الجامعي دراسة تحليلية في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "UTAUT" ، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، مج ٤٦ ، ع ٢ ، جامعة عين شمس كلية التربية ، ٩٤-١٥ .
١٧. زهراء بنت إبراهيم بن يحيى دعاك . (٢٠٢٣) . قياس العوامل المؤثرة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى معلمي التعليم العام في ضوء النظرية الموحدة القبول واستخدام التكنولوجيا رسالة ماجستير غير منشورة :كلية التربية، جامعة جازان بالسعودية.
١٨. سحر محمد حسيب . (٢٠٢٣) . تقنيات صحافة الذكاء الاصطناعي وتحسين الصورة النمطية للمؤسسات والحكومات ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد ٨٤ ، المجلد ١، يوليو ٢٠٢٣، ص ٢٦٢.
١٩. مها بهنسي . (٢٠١٩) . آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة ، دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ٦٩ (١) ، يوليو ، سبتمبر ، ص ٥٧٣.

٢٠. Irwanto, I., Latuheru, R. D., Hafied, H., & Surjadmodjo, D. (2024, April). The Evolution of Mass Media: the Significance and Influence of Automated Journalism in the Era of Artificial Intelligence. In **World Conference on Governance and Social Sciences** (WCGSS 2023) (pp. 577-585). Atlantis Press.

٢١. Altaher, A. E., Moharam, M. M. R., Allaymoun, M., & Alsardieh, A. R. M. (2024). Unmasking Fake News: Examining the Role of AI in Combatting Fake News Among Media Communicators in Bahrain. In **Business Sustainability with**

Artificial Intelligence (AI): Challenges and Opportunities: Volume 2 (pp. 531-540).

٢٢. Elhoussainy, H. A. (2024). The Role of Artificial Intelligence Techniques in Spreading Rumors and Fake News, and Their Effect on National Security. **Scientific Journal of Journalism Research** ، ٢٠٢٤ (٣٠)، ٥٩-١.

٢٣. Vishnupriya, G., et al. 2024 "Combating Fake News in the Digital Age: A Review of AI-Based Approaches." 2024 **IEEE 9th International Conference for Convergence in Technology (I2CT)**. IEEE.,

٢٤. Vural, N. E., & Kalaman, S. (2024). Using Artificial Intelligence Systems in News Verification: An Application on X. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, (67), 127-141.

٢٥. Morris, M. G., Venkatesh, V., & Ackerman, P. L. (2005). Gender and age differences in employee decisions about new technology: An extension to the theory of planned behavior, **IEEE transactions on engineering management**, 52(1), 72. retrieved 21/7/2016 <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1388699/>

٢٦. Venkatesh. V. Thong, JY & Xu, X. (2012) Consumer acceptance and use of information technology: **extending the unified theory of acceptance and use of technology**, Op, Cit, 157.

٢٧. <https://www.sap.com/mena-ar/products/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence.html>

(*) أسماء السادة المحكمين الذين عرضت عليهم استمارة الاستبيان ، وتم ترتيب الأسماء أبجدياً وفقاً للدرجة العلمية مع مراعاة الترتيب الأبجدي :

- ١.أ.د / إيمان محمد أحمد ، أستاذ الإعلام ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا .
- ٢.أ.د / رزق سعد عبدالمعطي ، أستاذ العلاقات العامة والإعلان جامعة مصر الدولية
- ٣.أ.د/ عربي الطوخي ، أستاذ الإعلام بقسم الإعلام ، ووكيل كلية الآداب ، جامعة بنها.

دورية علمية محكمة- كلية الآداب- جامعة أسوان أكتوبر (المجلد الأول) ٢٠٢٥

- ٤.أ.د / طه عبدالعاطي نجم ،أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب ، جامعة الإسكندرية.
- ٥.أ.م.د/ إسلام سعد عبدالله عز أستاذ العلاقات العامة المساعد ، قسم الإعلام ، جامعة حلوان .
- ٦.أ.م. د. / حسام فايز أستاذ الصحافة والإعلام الرقمي المساعد ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا
- ٧.أ.م.د /عبدہ قناوي أحمد عبدالعزيز ، أستاذ الإعلام الإلكتروني المساعد ، بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، جامعة جنوب الوادي
- ٨.أ.م.د /محمد محمد عمارة ،أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات الأفروآسيوية ، جامعة قناة السويس .
- ٩.أ.م.د / نشوى يوسف اللواتي ، أستاذ مساعد ورئيس قسم الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم .
- ١٠.أ.م.د /هبة الله نصر ،أستاذ الإعلام المساعد ، كلية الآداب بقسم الإعلام ، جامعة أسوان .