الذكاء الاصطناعي ودوره في مكافحة الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية
دراسة تطبيقية على قناتي العراقية الإخبارية و Utv

م.د مصطفى قيس زنبور
جامعة تكريت /كلية الآداب/ قسم الإعلام

البريد الإلكتروني Email : Mustafa.zanboor122@tu.edu.iq

الكلمات المفتاحية: الأخبار الزائفة، الذكاء الاصطناعي، قناة العراقية الإخبارية، نظرية انتشار المبتكرات، نظرية السبين الإعلامي.

كيفية اقتباس البحث

زنبور، مصطفى قيس ، الذكاء الاصطناعي ودوره في مكافحة الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية دراسة تطبيقية على قناتي العراقية الإخبارية و Utv ،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، نيسان ٢٠٢٦، المجلد:١٦ ،العدد:٤ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نَسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مفهرسة في Indexed
IASJ

مسجلة في Registered
ROAD

Artificial Intelligence and Its Role in Combating Fake News on Satellite Channels: An Applied Study on Al-Iraqiya News and UTV Channels

DR. Mustafa Qais Zanbour
University of Tikrit / College of Arts / Department of Media

Keywords : Fake News, Artificial Intelligence, Al-Iraqiya News Channel, Diffusion of Innovations Theory, Media Spin Theory.

How To Cite This Article
Zanbour, Mustafa Qais , Artificial Intelligence and Its Role in Combating Fake News on Satellite Channels: An Applied Study on Al-Iraqiya News and UTV Channels,Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, april 2026,Volume:16,Issue 4.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Abstract

through satellite channels, with a case study of Al-Iraqiya News and Utv. The study emerges within the context of the growing global concern over the dangers of fake news and its threats to media credibility and societal stability, particularly in Arab media environments that face additional challenges amid rapid digital transformation.

The study employed the media survey method, collecting data from a sample of fifty (50) experts and specialists in AI working within news institutions. In addition, the research analyzed the mechanisms of employing AI in the stages of news production, editing, and dissemination, with particular emphasis on how to address misleading content and assess the reliability of news generated through AI technologies.

The findings revealed that Iraqi media institutions have begun to recognize the importance of integrating AI applications into their daily work, whether in monitoring news sources or analyzing large datasets

related to events. However, the use of these applications to counter fake news remains limited and unstructured, as institutions lack advanced tools that enable automated verification of news authenticity. Results also indicated that AI-generated news often suffers from reduced levels of credibility and accuracy, which highlights the need for strengthening human oversight and developing more efficient technologies.

The study further identified several challenges, most notably the misuse of digital technologies by both journalists and audiences, the weakness of technical literacy in developing countries, and the shortage of specialized professionals in this field. The study concludes with a call for greater investment in building advanced professional and technical capacities, as well as adopting innovative media strategies to confront disinformation, thereby enhancing the credibility of Arab satellite media.

❐ملخص البحث:

تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية، من خلال دراسة ميدانية على قناتي العراقية الإخبارية و Utv. تأتي هذه الدراسة في إطار الاهتمام العالمي المتزايد بخطورة الأخبار الزائفة وما تسببه من تهديدات للمصداقية الإعلامية واستقرار المجتمعات، ولا سيما في البيئات الإعلامية العربية التي تواجه تحديات مضاعفة في ظل التطور الرقمي المتسارع.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، حيث تم جمع البيانات من عينة مكونة من (٥٠) خبيرًا ومتخصصًا في مجال الذكاء الاصطناعي يعملون داخل المؤسسات الإخبارية. كما جرى تحليل آليات توظيف الذكاء الاصطناعي في مراحل إنتاج وتحرير ونشر المحتوى الإخباري، مع التركيز على كيفية التعامل مع الأخبار المضللة ورصد مستوى الموثوقية في الأخبار المنتجة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أظهرت النتائج أن المؤسسات الإعلامية العراقية بدأت تدرك أهمية دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملها اليومي، سواء في مراقبة مصادر الأخبار أو في تحليل البيانات الكبيرة المرتبطة بالأحداث. ومع ذلك، فإن توظيف هذه التطبيقات في مكافحة الأخبار الزائفة ما يزال محدودًا وغير ممنهج، حيث تفتقر المؤسسات إلى أدوات متطورة تسمح بالتحقق الآلي من صحة الأخبار المتداولة. كما بيّنت النتائج أن الأخبار المنتَجة بواسطة الذكاء الاصطناعي غالبًا ما تعاني من انخفاض في مستوى المصداقية والدقة، مما يستدعي تعزيز الرقابة البشرية وتطوير تقنيات أكثر كفاءة.

كما رصدت الدراسة مجموعة من التحديات أبرزها سوء استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل

الإعلاميين والجمهور، وضعف الثقافة التقنية في الدول النامية، إضافة إلى نقص الكوادر المتخصصة في هذا المجال. وتخلص الدراسة إلى ضرورة الاستثمار في بناء قدرات مهنية وتقنية متقدمة، وتبني استراتيجيات إعلامية مبتكرة لمواجهة التضليل الإعلامي، بما يسهم في تعزيز مصداقية الإعلام الفضائي العربي.

❐مقدمة

يُعد انتشار الأخبار الزائفة ظاهرة عالمية متنامية تهدد مصداقية الإعلام التقليدي والرقمي على حد سواء، حيث باتت هذه الظاهرة تؤثر بشكل مباشر على تشكيل الرأي العام وصناعة القرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي. لقد أدى الانفتاح الإعلامي الواسع وتنامي الاعتماد على الوسائط الرقمية إلى زيادة سرعة تداول المعلومات، وهو ما جعل المجتمعات أكثر عرضة لاستقبال الأخبار غير الدقيقة أو المضللة، الأمر الذي يضع المؤسسات الإعلامية أمام تحديات جسيمة تتعلق بالحفاظ على الثقة والموثوقية. وفي هذا السياق، أصبحت مسألة مواجهة الأخبار الزائفة من أبرز القضايا التي تشغل صُنّاع الإعلام والباحثين، نظرًا لما تحمله من تداعيات خطيرة على الاستقرار السياسي والأمني، فضلاً عن انعكاساتها على التماسك الاجتماعي وصورة المؤسسات الإعلامية. ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة، بات من السهل التلاعب بالمحتوى الإعلامي عبر الصور والفيديوهات وتوظيف تقنيات الخداع البصري والمسموع، مما ساهم في تضليل الجمهور على نطاق واسع. وقد أظهرت دراسات حديثة أن الأخبار الزائفة لا تنتشر فحسب بشكل أسرع من الأخبار الصحيحة، بل تحظى أحيانًا بتفاعل أكبر على المنصات الرقمية، وهو ما يضاعف من صعوبة مواجهتها بالوسائل التقليدية فقط. من هنا، كان لا بد من البحث عن حلول مبتكرة تستفيد من الطفرات التكنولوجية لمواكبة هذا التحدي.

برز الذكاء الاصطناعي في هذا الإطار كأحد أهم الأدوات الفعّالة في رصد الأخبار الزائفة والحد من انتشارها، حيث يتيح تحليل النصوص الإعلامية باستخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية، والتعرف على أنماط التضليل، والكشف عن التلاعب بالصور والفيديوهات من خلال تقنيات التعلم العميق ورؤية الحاسوب. كما يُسهم الذكاء الاصطناعي في تطوير أنظمة تحقق فورية من المعلومات، بما يعزز قدرة المؤسسات الإعلامية على الاستجابة السريعة للأخبار المتداولة وحماية الجمهور من الوقوع في فخ التضليل. وانطلاقًا من هذه الأهمية، يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة في القنوات الفضائية العراقية، وذلك من خلال تحليل تجارب قناتي العراقية الإخبارية و Utv، بوصفهما نموذجين متباينين للإعلام الفضائي في العراق؛ فالعراقية الإخبارية تمثل المصدر الرسمي المعبر عن الخطاب الحكومي

وتتمتع بمصداقية مؤسساتية، بينما تعد Utv قناة حديثة النشأة تعتمد بشكل أكبر على التقنيات الرقمية وأساليب الإنتاج الحديثة. إن المقارنة بين القناتين في مدى تبنيهما لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار الزائفة من شأنها أن تقدم رؤية متكاملة حول واقع وتحديات الإعلام العراقي في مواجهة التضليل الإعلامي، وتفتح المجال لاستشراف آفاق تطوير الممارسات المهنية في ضوء الثورة الرقمية.

❑الإطار المنهجي للدراسة

❑مشكلة الدراسة

يشهد العالم اليوم تدفقًا هائلًا للمعلومات عبر القنوات الفضائية والمنصات الرقمية، مما زاد من خطر انتشار الأخبار الزائفة والمضللة التي تؤثر على تشكيل الرأي العام. وفي ظل هذا التحدي، أصبح من الضروري البحث عن أدوات وتقنيات حديثة للكشف عن الأخبار الزائفة والحد من تأثيرها السلبي، وهنا يبرز دور الذكاء الاصطناعي كأحد الحلول التقنية الفعالة التي يمكن أن تساهم في تعزيز مصداقية الأخبار المنشورة في وسائل الإعلام. (٥) بناءً على ذلك، تتمحور إشكالية البحث حول الإجابة عن سؤال رئيسي وهو: **ما دور الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية العراقية، مع دراسة حالتي قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV.** ويتفرع عنه بعض الأسئلة الفرعية، تتمثل في:

١.ما مدى تعرض الخبراء في مجال الذكاء الاصطناعي عينة الدراسة للأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي؟

٢.إلى أي مدى يهتم الخبراء العاملون في المؤسسات الإخبارية بمتابعة استخدام الذكاء الاصطناعي في رصد وصناعة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي؟

٣.ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي تنتشر من خلالها الأخبار الزائفة وفقًا لرؤية الخبراء؟

٤.ما الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة؟

٥.ما أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي؟

٦.ما درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة؟

٧.ما درجة مصداقية الأخبار التي يتم إنتاجها باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

٨.ما أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يمكن استخدامها لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي؟

٩.ما أهم الأساليب التي يمكن من خلالها التمييز بين الخبر الزائف والخبر الحقيقي من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة؟

١٠.ما أهم التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لظاهرة نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي؟

❐أهمية الدراسة

➢تكمن أهمية الدراسة في عدة جوانب، منها:

✎**الأهمية العلمية:** حيث تسهم في إثراء الدراسات الأكاديمية حول دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام، وخاصة في مجال التحقق من الأخبار. كما تقدم إضافة جديدة للأبحاث المتعلقة بمكافحة التضليل الإعلامي في العالم العربي.

✎**الأهمية العملية:** إذ تقدم توصيات للقنوات الفضائية العراقية حول كيفية تحسين تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التحقق من الأخبار، مما يساعد في تعزيز مصداقية المحتوى الإعلامي، وحماية الجمهور من الأخبار المضللة.

✎**الأهمية الإعلامية والمجتمعية:** حيث تؤثر الأخبار الزائفة بشكل مباشر على توجهات الرأي العام، وتؤدي إلى إثارة القلاقل والاضطرابات الاجتماعية في بعض الحالات، مما يجعل مكافحتها مسؤولية إعلامية كبيرة.

❐أهداف الدراسة

١.تحليل دور الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة في الإعلام الفضائي.

٢.دراسة مدى استخدام قناتي العراقية الإخبارية وUtv لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة التضليل الإعلامي.

٣.التعرف على أبرز التحديات التي تواجه القنوات الفضائية العراقية في تبني الذكاء الاصطناعي.

٤.تقديم توصيات لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار وتحسين جودة المحتوى الإعلامي.

❐الإطار النظري للدراسة

تنطلق الدراسة الحالية من الاستعانة **بنظريتي انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations Theory)**، **والسبين الإعلامي (Media Spin Theory)**، نظرًا لارتباطهما الوثيق بموضوع البحث حول دور الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية، وتحديدًا من خلال دراسة تطبيقية على قناتي **العراقية الإخبارية وUtv**.

أولًا: نظرية انتشار المبتكرات (Diffusion of Innovations Theory) [٦]

تُفسر هذه النظرية كيفية انتشار التقنيات الحديثة وتبنّيها داخل المؤسسات الإعلامية، حيث تركز على العوامل التي تؤثر على سرعة انتشار **الذكاء الاصطناعي** في مواجهة الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية. تقوم النظرية على خمسة مراحل رئيسية:

١.**الخبرة النسبية (Relative Experience)**: يقصد بها مدى الفائدة التي تعود على المؤسسات الإعلامية عند تبنّي تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة، سواء من حيث **تحسين دقة المحتوى الإخباري أو تعزيز المصداقية.**

٢.**درجة التعقيد (Degree of Complexity)**: تشير إلى مدى سهولة أو صعوبة استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية. فكلما كانت التقنيات **سهلة الدمج في عمليات التحرير الصحفي**، زادت سرعة تبنّيها في مواجهة الأخبار الزائفة.

٣.**الملاءمة (Convenience)**: مدى توافق تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع طبيعة العمل الصحفي والقيم الإعلامية، حيث يؤثر هذا التوافق على سرعة **اعتماد المؤسسات الإعلامية** على هذه التقنيات في التحقق من الأخبار وكشف الأخبار المضللة.

٤.**القابلية للتطبيق (Template for Application)**: مدى إمكانية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي عمليًا داخل غرف الأخبار، فكلما زادت **فعالية الأدوات المستخدمة في التحقق من الأخبار الزائفة**، زادت فرص تبنّيها.

٥.**التبني (Adoption)**: في هذه المرحلة، تقرر المؤسسات الإعلامية مدى اعتمادها الفعلي على تقنيات الذكاء الاصطناعي، خاصة بعد تقييم نتائج استخدامها في **الحد من انتشار الأخبار الزائفة وتحسين جودة المحتوى الإخباري.**

❖**تطبيق نظرية انتشار المبتكرات في الدراسة الحالية**

تركز هذه الدراسة التطبيقية على تحليل دور **تطبيقات الذكاء الاصطناعي** في مكافحة انتشار الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية، من خلال تقييم مدى اعتماد المؤسسات الإعلامية على هذه التقنيات وفقًا لمستويين رئيسيين:

☜**مستوى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي**: ويُقاس من خلال دراسة مدى استخدام **خبراء تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي العاملين في المؤسسات الإخبارية** لهذه التقنيات في رصد الأخبار الزائفة وتحليلها.

☜**مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي**: ويتعلق بمدى فاعلية هذه التطبيقات في **الكشف عن الأخبار الزائفة** والحد من انتشارها عبر القنوات الفضائية، ومدى نجاح المؤسسات الإعلامية

في إدماجها ضمن سياساتها التحريرية.

وبذلك، تسهم الدراسة في تقديم رؤية تحليلية حول قدرة **الذكاء الاصطناعي كأداة مبتكرة** في تحسين جودة المحتوى الإخباري وتعزيز مصداقية الأخبار المتداولة عبر القنوات الفضائية.

ثانيًا: نظرية السبين الإعلامي(Media Spin Theory) [٧]

تعتمد نظرية السبين الإعلامي**(Media Spin)** على استراتيجيات التضليل الإعلامي التي تهدف إلى إعادة تأطير الأحداث بطريقة تخدم أجندات معينة، من خلال حذف أو إضافة عناصر إلى المحتوى الإخباري بهدف توجيه إدراك الجمهور. وتُستخدم هذه الاستراتيجية بشكل مكثف في الدعاية السياسية ووسائل الإعلام لتعديل التصورات العامة حول القضايا والأحداث.

❖**تطبيق النظرية على الدراسة**

في سياق الدراسة الحالية، يتم توظيف نظرية السبين الإعلامي في تحليل كيفية استغلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية، وذلك من خلال:

☜**رصد آليات تعديل المحتوى الإخباري:** من خلال إضافة أو حذف عناصر معينة مثل الصور، المصطلحات، أو البيانات الرقمية لإعادة توجيه معنى الخبر بطريقة تخدم أهداف الناشر.

☜**تحليل دور الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة:** حيث تسعى الدراسة إلى تقييم التطبيقات التي يستخدمها خبراء الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية لتمييز الأخبار الحقيقية من المزيفة.

☜**دراسة استراتيجيات التلاعب الإعلامي:** مثل إخفاء الحقائق، وإظهار المخطئ كضحية، واستخدام الإحصائيات كوسيلة لإضفاء المصداقية على الأخبار المزيفة، وتحليل مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف هذه الأساليب.

❐**مفاهيم الدراسة**

١.تطبيقات الذكاء الاصطناعي

تشير تطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى الوسائل التكنولوجية التي تعتمد على خوارزميات متطورة لتحليل المعلومات واكتشاف الأخبار الزائفة بشكل تلقائي وسريع مقارنة بالأساليب التقليدية لرصد الأخبار المضللة. وتُستخدم هذه التطبيقات في مجال الإعلام للتحقق من دقة المحتوى المنشور، لا سيما في الفترات التي تشهد أحداثًا سياسية حساسة، مثل الانتخابات أو الأزمات الدولية.

على سبيل المثال، في عام ٢٠١٦، قامت شركة جوجل بتمويل ٢٠ مشروعًا أوروبيًا للتحقق من المعلومات، شملت مشروعين في بريطانيا استخدما تقنيات الذكاء الاصطناعي لمكافحة الأخبار المزيفة خلال الانتخابات البرلمانية البريطانية. وفي أبريل ٢٠١٧، نشر موقع فيسبوك ورقة بحثية

حول تطوير خوارزميات قادرة على رصد الحملات المنظمة التي تستهدف نشر الشائعات، حيث تعتمد هذه الأنظمة على تحليل السلوك الممنهج لنشر الأخبار المزيفة. [٨]

٢.الأخبار الزائفة

تعرف الأخبار الزائفة بأنها المحتوى الإعلامي الذي يحمل معلومات مضللة أو كاذبة، مما يؤدي إلى فقدان المصداقية بشكل جزئي أو كلي. **تنتشر هذه الأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمي بهدف:**

–تضليل المستخدمين ودفعهم إلى تصديق معلومات غير صحيحة.

–التأثير على الرأي العام المحلي والدولي من خلال توجيه الأفكار والاتجاهات نحو قضايا معينة بطريقة مضللة.

–تحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية من خلال التلاعب بالمعلومات. [٩]

❐الدراسات السابقة

يعرض الباحث الدراسات السابقة التي اهتمت بالبحث فى المتغيرات الرئيسية للدراسة الحالية وهى الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي، وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لهذه الظاهرة، وذلك من خلال محورين رئيسين، وهما:

❋المحور الأول: دراسات تناولت علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار الزائفة من حيث الأسباب والأثار

تناولت مجموعة قليلة من الدراسات أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أظهرت نتائج **دراسة** [10] **(Giselle Rampersad & Althiyabi Turki, 2020)** التي أجريت على عينة من المجتمع السعودي وهى دراسة كمية أن هناك تأثير كبير للمستوى الثقافي على انتشار الأخبار الكاذبة بالإضافة إلى تأثير المتغيرات الديموغرافية لمن يتعرض للأخبار الكاذبة على مستوى انتشارها فى المجتمع ومدى تأثيرها عليهم وجاء متغير المستوى التعليمي من أكثر المتغيرات الديموغرافية التي يمكن أن تقلل من نسبة انتشار الأخبار الكاذبة، فأثبتت النتائج أنه كلما زاد المستوى التعليمي للفرد كلما قل مستوى تعرضه للأخبار الزائفة والمساهمة فى نشرها دون التحقق من مصدرها.

ومن بين نتائج الدراسات التي تؤكد على خطورة انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي نتائج **دراسة (محمد سعد، ٢٠٢١)**[١١] التي أشارت إلى ارتفاع ثقة الشباب الجامعي في الأخبار والمعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات حيث جاءت النتيجة بنسبة ٤.٧٨%، وأظهرت الدراسة أسباب ارتفاع الثقة طبقاً لإجابات المبحوثين بأن الحرية وعدم

التحيز وعرض الرأي والرأي الأخر التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى ارتفاع ثقة الشباب في المحتوى المنشور من معلومات وأخبار حتى ولو كانت مضللة أو زائفة.

وفيما يتعلق بالدراسات التي بحثت في تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي وسائل الإعلام الرقمي، توصلت نتائج **دراسة (عبد الرازق الدليمي، ٢٠١٨)** [١٢] التي استهدفت التعرف على أراء عينة من الصحفيين وأساتذة الإعلام بتأثير نشر الأخبار المفبركة على تشكيل الرأي العام في الأردن هو اختلاف الأثار السلبية التي تتركها الأخبار المزيفة مهنيًا وسياسيًا وأخلاقيًا وأشارت النتائج أن الغالبية العظمى من الجمهور فقدوا الثقة في المؤسسات الإخبارية وأصبحوا يعتمدوا على منصات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار وأن الجمهور لا يستطيع أن يفرق بين الخبر الحقيقي والخبر المزيف. وظهر تأثير الأخبار الكاذبة بشكل كبير أثناء جائحة كورونا عام ٢٠٢٠، وقد أكدت النتائج التي خلصت إليها الدراسات فى هذا الشأن، أن" الأخبار الكاذبة " بما فيها المعلومات الخاطئة والنصائح غير السليمة على وسائل التواصل الاجتماعي، قد تجعل انتشار الأمراض أسوأ، وأن أي جهود لن تنجح في منع الناس من نشر أخبار كاذبة، ولا يمكن أن تسهم في إنقاذ أرواح كثيرة .

فقد رصدت نتائج **دراسة**[١٣] **(Rocha YM, de Moura GA, Desiderior and other, 2021)** التي رصدت ارتفاع تكلفة علاج الأوبئة الصحية، خاصة للأفراد الذين لم يتلقوا اللقاحات بسبب التقارير الإخبارية الزائفة التي تنتشر بسرعة وتُضاهي سرعة انتشار الأمراض. فقد حللت الدراسة ١٤ مليون تغريده، ووجدت حسابات مزيفة مسؤولة عن القيام بدور كبير نشر مقالات عن الصحة من مصادر ذات مصداقية ضعيفة، وجد الباحثون أن تقليل كمية النصائح الضارة المتداولة بنسبة ١٠% يساهم في تقليل تفاقم انتشار المرض، وأن منع الناس من تداول تلك النصائح بنسبة ٢٠% له نفس الأثر الإيجابي .

فيما أشارت نسبة قليلة من الدراسات إلى إمكانية تمييز الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام الرقمي بين الخبر الزائف والخبر الحقيقي وهذا ما أشارت إليه نتائج **دراسة (أبو بكر الصالحي، ٢٠٢٠)**[١٤] إلى ارتفاع معدلات تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة حيث أجريت الدراسة على ٤٠٠ مبحوث، وأشارت النتائج إلى قدرتهم على التمييز بين الأخبار الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الصحيحة وذلك من خلال التفكير الناقد الذي يقومون به أثناء تعرضهم لمثل تلك النوعية من الأخبار، بينما توصلت **دراسة (حسام على سلامه، ٢٠٢٠)** [١٥] أن تطبيق انستغرام جاء في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها الجمهور في متابعة الأخبار التي انتشرت عن جائحة كورونا وأن الجمهور يتعرض بصفه دائمة

للأخبار المزيفة بنسبة ٢٥,٥٩% وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية من الجمهور المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أخبار جائحة كورونا، في حين استهدفت **دراسة (حنان كامل، ٢٠٢٢)**[١٦] التعرف على تأثير الأخبار المزيفة على الشباب الجامعي وسلوكياتهم، وتم تطبيق الدراسة على عينة من ٤٠٠ مبحوث، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن نسبة ٥٨% من الشباب الجامعي يعتمدون على وسائل الإعلام الرقمي في الحصول على الأخبار وأن نسبة ٦,٤٧% يروا أن الأخبار المزيفة لها تأثير كبير على سلوكياتهم، وأن أكثر المواقع التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على الأخبار المزيفة هي مواقع التواصل الاجتماعي.

وأكدت على تلك النتيجة **دراسة (مريم صالح الهوارى، ٢٠٢١)**[١٧] حيث رصدت النتائج تأثير الإشاعة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني، وطبقت الدراسة على عينة قدرها من ٢٧٦ من المعلمين في محافظة الكرك، وأشاروا أن من أهم نتائج إنتشار الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في الترتيب الأول خلق بيئة إعلامية رقمية كاذبة تؤثر على انتشار السلوك العدواني بين أفراد المجتمع الأردني.

وبحثت **دراسة (حنان موسى، ٢٠٢٠)**[١٧] في أهم الاستراتيجيات المستخدمة عبر موقع الفيس بوك للحد من انتشار الشائعات، وتوصلت النتائج أن أسلوب التخويف جاء في الترتيب الأول للأساليب الاتصالية التي يستخدمها صانعي الشائعات بمختلف مضامينها حتى يكون هناك تأثير كبير على الجمهور وجاءت تلك النتيجة من خلال تحليل عينة من الشائعات المنشورة على الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء، واتفقت نتيجة **دراسة(Garrett Smith)** [١٨]، التي بحثت في أكثر الاستمالات التي اعتمدت عليها الأخبار الزائفة المنشورة عبر موقع تويتر خلال فترة الانتخابات الرئاسية عام ٢٠١٦، حيث قامات الدراسة بتحليل مضمون ٣٧ ألف تويته حملت مجموعة من الأخبار الكاذبة وخلصت النتائج إلى اعتمادها على" الاستمالات العاطفية " وأظهرت أن نسبة٧٠% من تلك الرسائل كانت تأثيراتها قوية على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الانتخابات جاءت معظمها بالسلب والذي تمثل في فقدانهم لنزاهة تلك الانتخابات.

❋المحور الثاني: دراسات تناولت أهمية استخدام التكنولوجيا في إنتاج المحتوى الإخباري ومواجهة الأخبار الزائفة

بحثت **دراسة (عمرو محمد عبد الحميد، ٢٠٢٠)** [١٩] في كيفية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وذلك بتطبيق الدراسة على عينة من الجمهور المصري المتابع للأخبار الاقتصادية عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية، وأوضحت النتائج أن أكثر

المجالات نجاحًا في تطبيق الذكاء الاصطناعي في الترتيب الأول هي (الدردشة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما ظهرت (الدقة) في الترتيب الأول لعناصر مصداقية الرسالة الإعلامية المنتجة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وذلك عبر موقع القاهرة ٢٤.

في حين ركزت **دراسة (وجدى الزغوانى، ٢٠٢١)**[٢٠] بالبحث عن كيفية التصدي للأخبار الزائفة من خلال الأدوات التكنولوجية الحديثة، وتوصلت نتائجها أنه من الممكن وبسهولة التحقق من الأخبار المزيفة التي تعتمد على التلاعب بالصور، باستخدام أدوات مثل البحث العكسي عن الصور في محرك جوجل، للعثور على الصورة الأصلية.

نفذت بعض التطبيقات والمواقع الإلكترونية موقع وتطبيقات دردشة آلية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، لتقديم إجابات دقيقة وموثوق بها على فيروس كورونا، بناءً على بروتوكولات من المراكز الأمريكية لمكافحة الأمراض والوقاية منها، لتقليل الحاجة إلى البحث في المعلومات المتعلقة بالفيروس التي قد تقود المستخدم إلى معلومات غير دقيقة أو خاطئة.

وأشارت نتائج **دراسة (شاكر بن علي، ٢٠٢٢)**[٢١] على ضعف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي وجاءت تلك النتيجة بناء على وجهة نظر النخبة الإعلامية بالسعودية عينة الدراسة كما أوضحت أن توفر الأدوات التقنية لإنتاج المحتوى الكاذب ساعد من ضعف خوارزميات الذكاء الاصطناعي فى الكشف عن الحقيقة،

واتجهت دراسة(YanfangWu, 2019)[٢٢] للبحث في درجة مصداقية الأخبار المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كما يراها الجمهور، وتوصلت النتائج إلى ارتفاع مصداقية الجمهور فى تلك الأخبار بالمقارنة بالأخبار المنتجة بواسطة الصحفيين حيث أكد الجمهور أن الأخبار الألية أكثر موضوعية وأقل تحيرا، وأرجع الجمهور تلك الأسباب بأن أحياناً انتماءات الصحفيين الرياضية والسياسية قد تؤثر على مصداقية الخبر على عكس الأخبار الألية المنتجة بواسطة تقنيات الذكاء الاصطناعي.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة وما يميز هذه الدراسة عنها

لقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الأخبار الزائفة والذكاء الاصطناعي في عدة جوانب، حيث ساعدت في بناء الإطار النظري للدراسة وتوضيح المفاهيم المرتبطة بالمتغيرات الأساسية مثل مفهوم الأخبار الزائفة، وأسباب انتشارها، وتأثيرها على الرأي العام والمجتمع. كما استفاد الباحث من المناهج والأدوات البحثية التي اعتمدت عليها بعض الدراسات، مثل تحليل المضمون، الدراسات المسحية، واستخدام العينات المتنوعة، وهو ما ساعد في تصميم منهج الدراسة الحالية واختيار أدواتها بما يتناسب مع طبيعة البيئة العراقية. كذلك ساهمت نتائج

الدراسات السابقة في إلقاء الضوء على خطورة الظاهرة وارتباطها بالعوامل الثقافية والديموغرافية والتكنولوجية، وهو ما شكّل أساسًا لتطوير الفروض البحثية الحالية.

إلا أن الدراسات السابقة ركزت بشكل أساسي على البيئات العربية عامة أو الأجنبية، ولم تتناول بالتفصيل واقع القنوات الفضائية العراقية في مواجهة الأخبار الزائفة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما أن معظم الدراسات السابقة اهتمت بدور مواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت هذه الدراسة لتركّز على القنوات الفضائية العراقية، بما يعكس خصوصية السياق الإعلامي العراقي في ظل التحديات السياسية والاجتماعية التي يعيشها.

وما يميز هذه الدراسة عن غيرها أنها لا تكتفي برصد الظاهرة بشكل عام، وإنما تسعى إلى المقارنة التطبيقية بين قناتين عراقيتين (العراقية الإخبارية وUtv) للوقوف على مدى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة. وبذلك فهي تقدم إضافة علمية من خلال الجمع بين التحليل النظري والدراسة التطبيقية في سياق عراقي لم تتناوله الدراسات السابقة بالقدر الكافي، كما تفتح آفاقًا جديدة لتطوير استراتيجيات إعلامية فعّالة لمكافحة التضليل الإعلامي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي.

❐تساؤلات الدراسة

❐فروض الدراسة

☜**الفرض الأول** : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة .

☜**الفرض الثاني** : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار .

☜**الفرض الثالث** : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى دقة الأخبار المنشورة.

☜**الفرض الرابع** : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية ومدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة.

❐منهجية الدراسة

أ-نوع الدراسة

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تفسير وتحليل ظاهرة انتشار الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية، والبحث في دور الذكاء الاصطناعي في التصدي لها،

وذلك من خلال دراسة تطبيقية على قناتي العراقية الإخبارية و**UTV** .

ب-منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي حيث يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ويستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها كما هي علية وذلك بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها. وتم استخدامه في هذه الدراسة في رصد وتحليل وتفسير تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة ضمن القنوات الفضائية.

ج-مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في خبراء الذكاء الاصطناعي والإعلاميين العاملين في قناتي العراقية الإخبارية و**UTV**، وذلك نظرًا لاعتماد القناتين على التكنولوجيا الحديثة في إنتاج وتحرير الأخبار. وقد اعتمد الباحث على عينة عمدية تتوافر فيها السمات التي تحقق أهداف الدراسة.

د-أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث في الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث، وذلك لسهولة توزيعها على عينة الدراسة وسرعة استرجاع البيانات.

هـ-صدق أداة البحث

أ)الصدق الظاهري للأداة:

لضمان صدق الاستبيان ومدى صلاحيته لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، تم عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالي تقنيات الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي. وبناءً على ملاحظاتهم، **تم إجراء تعديلات، وشملت:**

-إعادة صياغة بعض الأسئلة لضمان وضوحها ودقتها.

-إضافة بعض العبارات لتعزيز شمولية الاستبيان.

-اعتماد مقياس ليكرت الثلاثي باعتباره الأنسب لقياس درجات الموافقة والاعتراض في هذه الدراسة.

ب)صدق المحتوي " الصدق المنطقي ":

وللتحقق من هذا النوع من الصدق قام الباحث بما يلي:

- الاطلاع على الأدبيات والكتب، والأطر النظرية، والدراسات والبحوث السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة.

- تحليل هذه الأدبيات والبحوث والدراسات وذلك للوصول إلى الأبعاد المختلفة والعبارات المرتبطة بهذه الأبعاد ذات الارتباط بمشكلة الدراسة، من حيث تحديد العلاقة بين استخدام الشباب

الجامعي للهواتف الذكية وعلاقته بالاغتراب الثقافي لديهم.

ج)الصدق الإحصائي (الصدق الذاتي):

بالإشارة إلى نتائج جدول (١)، (٢) يمكن تحديد قيمة معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين، ويُعرف معامل الصدق الإحصائي بأنه الجذر التربيعي لمعامل الثبات، **وذلك كما يلي:**

جدول (١)

معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين

(ن=١٠)

م	المتغيرات	معامل الثبات المعتمد عليه	معامل الصدق الإحصائي
١	**صحيفة استقصاء المبحوثين ككل**	معامل (الفا . كرونباخ)	٠.٩٥٣
		معادلة سبيرمان براون	٠.٩٢٨

يوضح الجدول السابق أن:

قيم معامل الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين مرتفعة ومقبولة وتفي بأغراض الدراسة.

١. ثبات الأداة:

تم حساب ثبات الأداة باستخدام معامل ثبات (الفا–كرونباخ) لقيم الثبات التقديرية لصحيفة استقصاء المبحوثين، وذلك بتطبيقها على عينة قوامها (١٠) مفردة من المبحوثين مجتمع الدراسة.

وقد جاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول (٢)

نتائج الثبات باستخدام معامل (الفا . كرونباخ) لاستمارة استبيان المبحوثين

(ن=٢٠)

م	المتغيرات	معامل (الفا . كرونباخ)
١	**ثبات صحيفة استقصاء المبحوثين ككل**	٠.٩٥

يوضح الجدول السابق أن:

هذه المستويات مقبولة ويمكن الاعتماد على النتائج التي تتوصل اليها الأداة، وللوصول إلى نتائج أكثر صدقاً وموضوعية لصحيفة استقصاء المبحوثين، فقد تم استخدام طريقة ثانية لحساب ثبات المقياس وذلك باستخدام معادلة سبيرمان – براون Brown – Spearman للتجزئة النصفية Split – half، حيث تم تقسيم عبارات كل متغير إلى نصفين، يضم القسم الأول القيم التي تم الحصول عليها من الاستجابة للعبارة الفردية، ويضم القسم الثاني القيم المعبرة عن العبارات

الزوجية، **وجاءت نتائج الاختبار كالتالي:**

جدول (٣)

نتائج الثبات باستخدام معادلة سبيرمان براون للتجزئة النصفية لصحيفة استقصاء المبحوثين

(ن=١٠)

م	المتغيرات	معادلة سبيرمان براون
١	**ثبات صحيفة استقصاء المبحوثين ككل**	٠.٩٢

يوضح الجدول السابق أن:

معظم معاملات الثبات للمتغيرات تتمتع بدرجة عالية من الثبات، وبذلك يمكن الاعتماد على نتائجها وأصبحت الأداة في صورتها النهائية.

٢. أساليب التحليل الكيفي والكمي:

(أ) أسلوب التحليل الكيفي: بما يتناسب وطبيعة موضوع الدراسة.

(ب) أسلوب التحليل الكمي: تم معالجة البيانات من خلال الحاسب الآلي باستخدام برنامج (SPSS V. 17.0) الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، **وقد طبقت الأساليب الإحصائية التالية :**

١. التكرارات والنسب المئوية.

٢. المتوسط الحسابي.

٣. **الانحراف المعياري:** ويفيد في معرفة مدى تشتت أو عدم تشتت استجابات المبحوثين، كما يساعد في ترتيب العبارات مع المتوسط الحسابي، حيث أنه في حالة تساوى العبارات في المتوسط الحسابي فإن العبارة التي انحرافها المعياري أقل تأخذ الترتيب الأعلى.

٤. **المدى:** ويتم حسابه من خلال الفرق بين أكبر قيمة وأقل قيمة.

٥. **الصدق الإحصائي:** ويتم حسابه من خلال الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

٦. **معامل ارتباط بيرسون:** وذلك لاختبار العلاقة بين متغيرين كميين، (اختبار فروض الدراسة).

٣. أساليب تحليل البيانات:

قام الباحث باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Sciences البرنامج المعروف باسم "SPSS"، وذلك للجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

<u>التكرارات البسيطة والنسب المئوية.</u>

استخدام الاختبارات الاستقلالية من خلال "اختبار كاي" تربيع (X2)، وسيتم توضيح ذلك في

اختبارات الفروض الإحصائية.

- **الإطار العملي للدراسة**
- **نتائج الدراسة**

أ- نتائج التساؤلات

أولًا: مدى تعرض الخبراء عينة الدراسة للأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي

جدول رقم (١)

مدى تعرض الخبراء عينة الدراسة للأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي

مدى التعرض	العدد	%	الترتيب
تعرض بدرجة كبيرة جدًا	18	36%	1
تعرض بدرجة كبيرة	16	32%	2
تعرض بدرجة متوسطة	10	20%	3
تعرض بدرجة ضعيفة	6	12%	4
الإجمالي	50	100%	

يُظهر الجدول أعلاه أن غالبية الخبراء المشاركين في الدراسة يتعرضون للأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي بدرجات متفاوتة، حيث أفاد ٣٦% منهم بأنهم يتعرضون لها بدرجة كبيرة جدًا، تليها نسبة ٣٢% ممن يتعرضون لها بدرجة كبيرة، مما يعني أن ٦٨% من العينة تتعرض لمثل هذه الأخبار بشكل مرتفع. في المقابل، أشار ٢٠% من المشاركين إلى تعرضهم لها بدرجة متوسطة، بينما كانت نسبة من يتعرضون لها بدرجة ضعيفة ١٢% فقط.

ثانيًا :اهتمام الخبراء بمتابعة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الأخبار الزائفة

جدول رقم (٢)

مدى اهتمام الخبراء بمتابعة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الأخبار الزائفة

مدى الاهتمام	العدد	%	الترتيب
أهتم بدرجة كبيرة جدًا	٢٠	%٤٠	١
أهتم بدرجة كبيرة	١٥	%٣٠	٢
أهتم بدرجة متوسطة	٩	%١٨	٣
أهتم بدرجة ضعيفة	٤	%٨	٤
أهتم بدرجة ضعيفة جدًا	٢	%٤	٥
الإجمالي	٥٠	%١٠٠	

تشير بيانات الجدول إلى أن اهتمام الخبراء بمتابعة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الأخبار الزائفة مرتفع نسبيًا، حيث جاءت نسبة "الاهتمام بدرجة كبيرة جدًا" في المرتبة الأولى بنسبة ٤٠%، تليها "الاهتمام بدرجة كبيرة" بنسبة ٣٠%، مما يعني أن ٧٠% من العينة لديهم اهتمام عالٍ بهذا الموضوع. وعلى الجانب الآخر، فإن نسبة من أبدوا اهتمامًا متوسطًا بلغت ١٨%، بينما كانت نسبة الاهتمام الضعيف أو الضعيف جدًا مجتمعة ١٢% فقط، مما يشير إلى وعي عام بأهمية تأثير هذه التطبيقات على صناعة الأخبار.

ثالثاً: أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي تنتشر من خلالها الأخبار الزائفة

جدول رقم (٣)

أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي تنتشر من خلالها الأخبار الزائفة(ن=٥٠)

وسائل الإعلام الرقمي	ك	%	الترتيب
فيسبوك	٢٤	%٤٨	١
قنوات اليوتيوب	٢٠	%٤٠	٢
تطبيق تيك توك	١٨	%٣٦	٣
المؤسسات الإعلامية الوهمية التي تنشر روابط للأخبار	١٦	%٣٢	٤
تويتر	١٤	%٢٨	٥
المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية	١٠	%٢٠	٦
المواقع غير المعروفة المنتشرة عبر التواصل الاجتماعي	٩	%١٨	٧
المواقع الإلكترونية للصحف	٧	%١٤	٨
المواقع الإلكترونية لوكالات الأخبار	٥	%١٠	٩

تشير نتائج الجدول إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي، ولا سيما فيسبوك ويوتيوب، تُعد المنصات الأكثر انتشارًا للأخبار الزائفة، حيث احتل فيسبوك المرتبة الأولى بنسبة ٤٨%، يليه يوتيوب بنسبة ٤٠%. وتعكس هذه الأرقام التأثير الكبير لهذه المنصات في نشر المعلومات، سواء الصحيحة أو المزيفة، نظرًا لقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع وسهولة مشاركة المحتوى دون تدقيق، كما أن تطبيق تيك توك والمؤسسات الإعلامية الوهمية جاءت في المراتب التالية بنسب ٣٦% و٣٢% على التوالي، مما يبرز دور المنصات التي تعتمد على المحتوى المرئي في انتشار الأخبار الزائفة، إضافةً إلى التلاعب بالمصادر عبر مؤسسات إعلامية غير رسمية. من ناحية أخرى، احتل تويتر المرتبة الخامسة بنسبة ٢٨%، وهو ما يتماشى مع طبيعته التي تعتمد على الانتشار السريع للتغريدات، حتى لو كانت من مصادر غير موثوقة. أما المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية والمواقع غير المعروفة فقد جاءت في مراتب متوسطة، بينما حلت المواقع الإلكترونية لوكالات الأخبار في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠%، مما يدل على التزامها إلى حد كبير بالمعايير الصحفية والمصداقية.

رابعًا: الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي

جدول رقم (٤)

حجم الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الأخبار الزائفة

حجم الدور	ك	%	الترتيب
تقوم بدور كبير جدًا	٢٢	٤٤%	١
تقوم بدور كبير	١٨	٣٦%	٢
تقوم بدور متوسط	٧	١٤%	٣
تقوم بدور ضعيف	٣	٦%	٤
الإجمالي	٥٠	١٠٠%	

تشير البيانات الواردة في الجدول إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تلعب دورًا رئيسيًا في صناعة ونشر الأخبار الزائفة، حيث يرى ٤٤% من عينة الدراسة أن هذه التطبيقات تؤدي دورًا "كبيرًا جدًا"، بينما يرى ٣٦% أنها تؤدي دورًا "كبيرًا". يعكس ذلك التأثير المتزايد للذكاء الاصطناعي في عمليات إنشاء المحتوى الإعلامي، سواء في تسهيل إنتاج الأخبار الزائفة أو كشفها، كما يظهر أن ١٤% من المشاركين يرون أن الدور الذي تلعبه هذه التطبيقات "متوسط"، بينما يرى ٦% فقط أنها تقوم بدور ضعيف، مما يشير إلى أن التأثير السلبي لهذه التكنولوجيا

يظل ملحوظًا رغم تطور وسائل الكشف عن الأخبار المزيفة.

خامسا: أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي

جدول رقم (٥)

أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي

العبارات	موافق		محايد		لا أوافق		عدد النقاط	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
سوء استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل المهنيين والمستخدمين من حيث السرعة في النشر	٢٤	٢٦.٧	١٦	١٧.٨	١٠	١١.١	١١٤	٢.٥٣	٤٢.٢	موافق
انتشار المواقع الوهمية التي تسعى للربح من خلال نشر الأخبار الزائفة لجذب الجمهور	٢٢	٢٤.٤	١٨	٢٠.٠	١٠	١١.١	١١٢	٢.٤٩	٤١.٥	موافق
عدم وجود قوانين لتجريم نشر الخبر الزائف	١٩	٢١.١	٢١	٢٣.٣	١٠	١١.١	١٠٩	٢.٤٢	٤٠.٤	محايد
إتاحة المعلومات والأخبار وسرعة تداولها عبر وسائل الإعلام الرقمي	٢٠	٢٢.٢	١٨	٢٠.٠	١٢	١٣.٣	١٠٨	٢.٤٠	٤٠.٠	موافق
عدم قيام وسائل الإعلام التقليدية بتصحيح الخبر الزائف	١٧	١٨.٩	٢٢	٢٤.٤	١١	١٢.٢	١٠٦	٢.٣٦	٣٩.٣	محايد
انعدام مهارات التفكير النقدي لدى مستخدمي وسائل الإعلام الرقمي مما يساعد على انتشار الأخبار الزائفة نتيجة عدم التمييز بين الخبر الحقيقي والخبر الزائف	١٦	١٧.٨	٢١	٢٣.٣	١٣	١٤.٤	١٠٣	٢.٢٩	٣٨.١	محايد
الأمية الرقمية من قبل المستخدمين مما يسهل انتشار الخبر الزائف بينهم	١٥	١٦.٧	١٩	٢١.١	١٦	١٧.٨	٩٩	٢.٢٠	٣٦.٧	محايد

تشير نتائج الجدول رقم (٥) إلى أن أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي جاءت متدرجة وفقًا لأهمية كل سبب من وجهة نظر أفراد العينة، حيث حلّ سوء استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل المهنيين والمستخدمين في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (٤٢.٢%) واتجاه "موافق". ويكشف ذلك أن السرعة في النشر دون التحقق من المصادر تمثل بيئة خصبة لانتشار الأخبار المضللة، خاصة مع اعتماد كثير من المواقع على السبق الصحفي أو الجذب الجماهيري على حساب الدقة والمصداقية. وقد دعمت دراسات سابقة هذا الاتجاه بالإشارة إلى أن الاستعجال في النشر يعد أحد أهم العوامل المولدة للأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي. وجاء في المرتبة الثانية انتشار المواقع الوهمية التي تسعى للربح من خلال نشر الأخبار الزائفة، بوزن نسبي (٤١.٥%) واتجاه "موافق"، وهو ما يؤكد أن الدوافع الاقتصادية تمثل حافزًا رئيسيًا وراء تضليل الجمهور، حيث تلجأ هذه المواقع إلى العناوين المثيرة والأخبار الملفقة لجذب أكبر عدد ممكن من القراء وتحقيق عوائد مالية عبر الإعلانات الرقمية. ويعكس ذلك بعدًا اقتصاديًا واضحًا للظاهرة، يتجاوز الجانب الإعلامي إلى استغلال فضاء الإنترنت كأداة للربح السريع.

أما المرتبة الثالثة فقد احتلها غياب القوانين التي تُجرّم نشر الأخبار الزائفة بوزن نسبي (٤٠.٤%) واتجاه "محايد". وتبرز هذه النتيجة أن الإطار القانوني المنظم للفضاء الرقمي في السياق العراقي لا يزال ضعيفًا، ما يسمح بانتشار الأخبار المضللة دون وجود آليات رادعة أو عقوبات صارمة، وهو ما يتسق مع دراسات أخرى أكدت أن ضعف البيئة التشريعية يمثل أحد التحديات الكبرى في مكافحة التضليل الإعلامي.

وفي المرتبة الرابعة جاءت إتاحة المعلومات وسرعة تداولها عبر وسائل الإعلام الرقمي بوزن نسبي (٤٠.٠%) واتجاه "موافق"، وهو ما يعكس الطبيعة التقنية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح إعادة النشر والمشاركة الفورية على نطاق واسع، مما يضاعف من فرص انتشار الأخبار الزائفة قبل التحقق من صحتها. ويكشف ذلك عن مفارقة مهمة، حيث إن سرعة تدفق المعلومات – رغم إيجابياتها – أصبحت عاملًا أساسيًا في تفاقم أزمة التضليل.

أما بقية العوامل فجاءت بدرجات أقل من حيث الأهمية، إذ احتلت عدم قيام وسائل الإعلام التقليدية بتصحيح الأخبار الزائفة المرتبة الخامسة بوزن نسبي (٣٩.٣%) واتجاه "محايد"، وهو ما يشير إلى قصور المؤسسات الإعلامية التقليدية في القيام بدورها التصحيحي وممارسة الرقابة الذاتية. كما حلّ انعدام مهارات التفكير النقدي لدى المستخدمين في المرتبة السادسة بوزن نسبي (٣٨.١%)، تلاه الأمية الرقمية في المرتبة السابعة والأخيرة بوزن نسبي (٣٦.٧%)، وكلاهما يعكسان الجانب السلوكي والمعرفي للظاهرة، حيث إن ضعف الوعي الرقمي والقدرات النقدية لدى

الجمهور يزيد من احتمالية انخداعهم بالأخبار المضللة ويساعد على إعادة نشرها دون تدقيق. وبذلك يمكن القول إن أسباب انتشار الأخبار الزائفة تتوزع بين عوامل تقنية واقتصادية وقانونية وسلوكية، لكن النتائج تؤكد أن سوء الاستخدام البشري للتكنولوجيا وغياب التنظيم القانوني يمثّلان أبرز محددات الظاهرة في البيئة الإعلامية العراقية، وهو ما يعزز الحاجة إلى سياسات متكاملة تجمع بين الرقابة المهنية، والتشريعات القانونية، والتثقيف الإعلامي الرقمي للحد من هذه الظاهرة.

سادسا: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي

جدول رقم (٦)

درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة نشر الأخبار الزائفة

درجة الاستخدام	ك	%	الترتيب
تطبق بدرجة كبيرة جدًا	٣٠	%٣٠	٢
تطبق بدرجة كبيرة	٢٨	%٢٨	٣
تطبق بدرجة متوسطة	٣٥	%٣٥	١
تطبق بدرجة ضعيفة	٧	%٧	٤
الإجمالي	١٠٠	%١٠٠	

تشير بيانات الجدول إلى أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة نشر الأخبار الزائفة لا يزال يقتصر في معظمه على درجة متوسطة بنسبة ٣٥%، بينما جاءت نسبة الاستخدام بدرجة كبيرة جدًا عند ٣٠%، وبدرجة كبيرة عند ٢٨%، في حين أن نسبة الاستخدام بدرجة ضعيفة لم تتجاوز ٧%. تعكس هذه النتائج واقعًا متوازنًا بين الثقة في قدرة الذكاء الاصطناعي على مواجهة الأخبار الزائفة وبين التحديات التي لا تزال تعوق دوره الفعال في هذا المجال. من ناحية أخرى، تعكس نسبة الاستخدام الضعيفة التي سجلت ٧% قصورًا في بعض المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية عن توظيف الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، إما بسبب نقص التمويل أو عدم توافر الخبرات التقنية المطلوبة. كما أن هناك حاجة لتعزيز الوعي المجتمعي حول كيفية عمل هذه التقنيات وأهميتها في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، إذ لا يمكن الاعتماد على التكنولوجيا وحدها دون تكاملها مع سياسات إعلامية واضحة، وتدريب المستخدمين على التحقق من الأخبار من مصادر موثوقة.

سابعاً: درجة مصداقية الأخبار التي يتم صناعتها باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

جدول رقم(٧)

درجة مصداقية الأخبار التي يتم صناعتها باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي

درجة المصداقية	ك	%	الترتيب
صادقة بدرجة متوسطة	٣٨	%٣٨	١
صادقة بدرجة كبيرة	٣٠	%٣٠	٢
صادقة بدرجة كبيرة جدًا	٢٠	%٢٠	٣
صادقة بدرجة ضعيفة	١٢	%١٢	٤
الإجمالي	١٠٠	%١٠٠	

تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية الخبراء عينة الدراسة يرون أن الأخبار التي يتم صناعتها باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتمتع بمصداقية متوسطة بنسبة ٣٨%، تليها الأخبار التي تُعد بدرجة كبيرة من المصداقية بنسبة ٣٠%، في حين أن الأخبار المصنفة بدرجة كبيرة جدًا من المصداقية جاءت بنسبة ٢٠%، أما الأخبار التي وُصفت بأنها ضعيفة المصداقية فلم تتجاوز نسبتها ١٢%.

ثامناً: أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يمكن استخدامها لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي .

جدول رقم (٨)

أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يمكن استخدامها لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة(ن=٥٠)

أهم التطبيقات	ك	%	الترتيب
Full Fact Application	28	56%	1
Logically Application – The Factual	25	50%	2
Alpha Go	18	36%	3
Smot	15	30%	4
Sensity AI Application	12	24%	5
NLP	10	20%	6
Application – Anti-virus	8	16%	7
Random Forest	5	10%	8

تشير نتائج الجدول إلى أن أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي فاعلية في مواجهة انتشار الأخبار الزائفة، وفقًا لآراء الخبراء عينة الدراسة، هما تطبيقا Full Fact Application و Logically

Application – The Factual، حيث حصلا على أعلى نسب استخدام بلغت ٥٦% و٥٠% على التوالي. ويعود هذا إلى أن هذه التطبيقات تُعد من بين الأحدث في مجال الذكاء الاصطناعي، وقد تم تطويرها خصيصًا لتحليل المحتوى الرقمي والتأكد من دقته وكشف الأخبار الزائفة بسرعة وكفاءة.

أما بقية التطبيقات، مثلAlpha Go ، Smot، وSensity AI Application، فقد تراوحت نسب استخدامها بين ٣٦% و٢٤%، وهو ما يعكس تباين آراء الخبراء حول مدى فعاليتها مقارنةً بالتطبيقات الأكثر انتشارًا. وبالرغم من امتلاك بعض هذه التطبيقات لقدرات تحليلية متقدمة، إلا أن بعضها لا يركز بشكل مباشر على كشف الأخبار الزائفة، مما يفسر انخفاض ترتيبها في الجدول.

من جانب آخر، نجد أن تطبيقات مثلNLP ، Application – Anti-virus، و Random Forestحصلت على نسب أقل، تراوحت بين ٢٠% و١٠%. ويعزو الخبراء ذلك إلى أن بعض هذه التطبيقات ليست متخصصة بشكل كامل في كشف الأخبار الزائفة، بل تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي العامة، والتي قد لا تكون بنفس كفاءة التطبيقات المصممة خصيصًا لهذا الغرض.

وقد أشار بعض الخبراء إلى أن التطور المستمر في الذكاء الاصطناعي أدى إلى ظهور تقنيات معاكسة تُعرف باسم"Reverse Applications" ، والتي تعتمد على خوارزميات مضادة تهدف إلى إخفاء الكلمات الحقيقية داخل الأخبار المزيفة، مما يجعل مهمة اكتشافها أكثر صعوبة. وهذا التطور يبرز الحاجة إلى تطوير استراتيجيات أكثر تكاملًا تجمع بين تقنيات الذكاء الاصطناعي ومهارات التفكير النقدي لدى المستخدمين، بالإضافة إلى تعزيز دور الصحافة الاستقصائية في مواجهة المعلومات الزائفة.

جدول رقم (٩)

الأساليب التي من خلالها يمكن معرفة الفرق بين الخبر الزائف والخبر الحقيقي

العبارات	موافق		محايد		لا أوافق		عدد النقاط	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
فبركة الفيديوهات والصور المصاحبة للخبر	٣٥	٣٨.٩	١٠	٥.٠	٥	٥.٦	١٣٠	٢.٨٩	٤٨.١	موافق
المبالغة في الإحصائيات	٣٠	٣٣.٣	١٢	١٣.٣	٨	٨.٩	١٢٢	٢.٧١	٤٥.٢	موافق

المنشورة										
الشعور بأن الرابط المنشور غير حقيقي	٢٨	٣١.١	١٥	١٦.٧	٧	٧.٨	١٢١	٢.٦٩	٤٤.٨	موافق
المبالغة في العناوين	٢٧	٣٠.٠	١٨	٢٠.٠	٥	٥.٦	١٢٢	٢.٧١	٤٥.٢	موافق
عدم معرفة كاتب أو ناشر الخبر	٢٢	٢٤.٤	٢٠	٢٢.٢	٨	٨.٩	١١٤	٢.٥٣	٤٢.٢	موافق
حداثة الموقع الإلكتروني الناشر للخبر	١٨	٢٠.٠	٢٢	٢٤.٤	١٠	١١.١	١٠٨	٢.٤٠	٤٠.٠	محايد

تشير نتائج الجدول رقم (٩) إلى أن الأساليب التي يمكن من خلالها التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقية قد جاءت مرتبة وفقًا لأهميتها من وجهة نظر الخبراء، حيث تصدرت فبركة الفيديوهات والصور المصاحبة للخبر المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (٤٨.١%) واتجاه "موافق"، وهو ما يعكس الوعي المتزايد بخطورة التلاعب البصري في تضليل الرأي العام، خاصة في ظل التطور الكبير لتقنيات الذكاء الاصطناعي مثل تقنية "التزييف العميق (Deepfake) "التي جعلت من الصعب على المتلقي العادي التفرقة بين المادة الأصلية والمفبركة. وقد اتسق ذلك مع ما أشارت إليه الدراسات السابقة التي ربطت بين الانتشار السريع للأخبار الزائفة وبين قوة الوسائط المرئية في التأثير على إدراك الجمهور.

وفي المرتبة الثانية والثالثة جاءت المبالغة سواء في الإحصائيات المنشورة أو في صياغة العناوين، حيث بلغ الوزن النسبي لكل منهما (٤٥.٢%) واتجاه "موافق"، وهو ما يبرز أن الخبر الزائف لا يقتصر على الصور والفيديوهات فقط، بل يعتمد أيضًا على الإيحاء بالأهمية والمصداقية من خلال تضخيم الأرقام أو صياغة العناوين بطريقة مثيرة وجاذبة. ويؤكد هذا النتيجة أن الجمهور أصبح أكثر وعيًا بالدلالات الكامنة وراء الأرقام والعناوين المبالغ فيها، وأنها قد تكون مؤشرات على ضعف المصداقية أو نية التضليل.

أما المرتبة الرابعة فقد احتلها الشعور بأن الرابط المنشور غير حقيقي بوزن نسبي (٤٤.٨%)، وهو ما يشير إلى أن الجانب التقني والتصميمي للمواقع الإلكترونية يلعب دورًا مهمًا في تعزيز أو إضعاف الثقة بالمحتوى، فالرابط الذي يحمل امتدادات غير مألوفة أو تصميمًا غير احترافي يُثير شكوك المتلقي حيال صحة الأخبار.

وفي المرتبة الخامسة جاءت عدم معرفة كاتب أو ناشر الخبر بوزن نسبي (٤٢.٢%)، مما يعكس أن غياب الهوية المؤسسية أو الفردية وراء المحتوى الإخباري يظل من أبرز المؤشرات

الدالة على عدم موثوقيته. وفي المقابل، احتلت حداثة الموقع الإلكتروني المرتبة السادسة والأخيرة بوزن نسبي (٤٠٠٠%) واتجاه "محايد"، وهو ما يكشف أن المشاركين لا ينظرون إلى عمر الموقع باعتباره معيارًا حاسمًا للمصداقية، إذ قد يكون الموقع جديدًا لكنه يلتزم بالمعايير المهنية في نشر الأخبار، أو قد يكون قديمًا لكنه تحول إلى أداة للتضليل الإعلامي. ومن ثمّ، فإن هذه النتيجة تؤكد أن المستخدمين في السياق العراقي يركزون بدرجة أكبر على طبيعة المحتوى وعناصره الداخلية – مثل الوسائط البصرية والعناوين والإحصائيات – أكثر من تركيزهم على العوامل الشكلية المرتبطة بتاريخ أو حداثة الموقع.

وتكشف هذه النتائج بصورة عامة عن إدراك متنامٍ لدى الجمهور العراقي والخبراء الإعلاميين لخصائص الأخبار الزائفة وطرق تمييزها، الأمر الذي يعزز الحاجة إلى برامج تدريبية في مجال التربية الإعلامية والوعي الرقمي، بحيث يتمكن الجمهور من مواجهة أساليب التضليل المعتمدة على التطور التقني والإخراجي..

عاشرا :أهم التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لظاهرة نشر الأخبار الزائفة

جدول رقم (١٠)

التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتصدي لظاهرة نشر الأخبار

العبارات	موافق		محايد		لا أوافق		عدد النقاط	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
الدول النامية تواجه مشكلة في الثقافة التقنية والاعتماد على الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة ماديًا وتقنيًا.	٣٨	٤٢.٢	٧	٥.٠	٥	٥.٦	١٣٣	٢.٩٦	٤٩.٣	موافق
تطور برمجيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة يقابله تطور في إنشاء الأخبار الكاذبة، مما يجعله سلاحًا ذو حدين.	٣٥	٣٨.٩	١٠	١١.١	٥	٥.٦	١٣٠	٢.٨٩	٤٨.١	
قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنتاج فيديو كاذب أو صور مفبركة بنفس دقة الكشف عن الأخبار الزائفة.	٣٢	٣٥.٦	١٢	١٣.٣	٦	٦.٧	١٢٦	٢.٨٠	٤٦.٧	

يحتاج برنامج الذكاء الاصطناعي إلى تدريب طويل عبر أمثلة كثيرة من الأخبار الصحيحة والزائفة مما يستغرق وقتًا طويلاً.	٣٠	٣٣.٣	١٥	١٦.٧	٥	٥.٦	١٢٥	٢.٧٨	٤٦.٣	
استحداث تقنية متطورة يتم فيها استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي ضد بعضها لإنشاء محتوى مفبرك باحترافية أكبر.	٢٨	٣١.١	١٦	١٧.٨	٦	٦.٧	١٢٢	٢.٧١	٤٥.٢	
إثارة العديد من المخاوف التقنية المستقبلية في حال الاعتماد على الذكاء الاصطناعي بنسبة أكبر من العنصر البشري في كشف الأخبار الزائفة.	٢٥	٢٧.٨	١٨	٢٠.٠	٧	٧.٨	١١٨	٢.٦٢	٤٣.٧	موافق
احتمال وقوع برامج الذكاء الاصطناعي في أخطاء عند تحليل الأخبار بسبب استخدام كلمات أو عبارات غير مفهومة.	٢٢	٢٤.٤	٢٠	٢٢.٢	٨	٨.٩	١١٤	٢.٥٣	٤٢.٢	موافق
صعوبة تحقيق التوازن بين العنصر البشري وتطبيقات الذكاء الاصطناعي من حيث الفعالية والكفاءة في الكشف عن الأخبار الزائفة.	٢٠	٢٢.٢	٢١	٢٣.٣	٩	١٠.٠	١١١	٢.٤٧	٤١.١	محايد
حاجة البرنامج إلى عدد كبير من الموظفين لفحص الأخبار التي تمر عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وحذف الكاذب منها.	١٨	٢٠.٠	٢٥	٢٧.٨	٧	٧.٨	١١١	٢.٤٧	٤١.١	محايد

تشير بيانات الجدول إلى أن أحد أهم التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الأخبار الزائفة هو ضعف الثقافة التقنية في الدول النامية، بالإضافة إلى القيود المادية والتقنية، حيث حصل هذا التحدي على أعلى وزن نسبي بلغ ٤٩.٣% واتجاه موافق، مما

يعكس صعوبة دمج هذه التطبيقات في بيئات لا تتوافر فيها البنية التحتية الرقمية الكافية.

كما جاءت في المرتبة الثانية مشكلة تطور برمجيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الكاذبة يقابله تطور مماثل في إنشاء الأخبار الكاذبة بوزن نسبي ٤٨.١% واتجاه موافق، مما يوضح أن التكنولوجيا الحديثة تعمل كسلاح ذو حدين، إذ تسهل التعرف على الأخبار المزيفة ولكنها في الوقت ذاته تُستخدم لصناعتها بطرق أكثر تطورًا، أما التحدي الثالث فكان قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنتاج فيديوهات وصور مفبركة بنفس دقة تقنيات كشف التزييف، حيث حصل على٤٦.٧% واتجاه موافق وهو ما يعكس خطورة المحتوى البصري المزيف في تضليل الجمهور وصعوبة اكتشافه حتى باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة.

وجاءت في المرتبة الرابعة مسألة حاجة الذكاء الاصطناعي إلى تدريب طويل عبر أمثلة متعددة من الأخبار الصحيحة والزائفة، وزن نسبي٤٦.٣% واتجاه موافق مما يشير إلى أن دقة هذه التطبيقات تعتمد بشكل كبير على مدى كفاءة البيانات المدخلة إليها، مما قد يتطلب وقتًا وجهدًا إضافيًا، أما استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي ضد بعضها لإنشاء محتوى مزيف باحترافية أكبر فقد جاء في المرتبة الخامسة وزن نسبي٤٥,٢% واتجاه موافق، وهو تحدٍّ حديث يعكس تطور تقنيات التزييف العميق (Deep fake) وزيادة تعقيد آليات التحقق من الأخبار.

وفيما يتعلق بالمخاوف التقنية المستقبلية، حصل التحدي المتعلق بالاعتماد الزائد على الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة على حساب التدخل البشري على وزن نسبي٤٣.٧% واتجاه موافق، مما يشير إلى وجود قلق من فقدان السيطرة البشرية على عمليات التحقق من الأخبار، وفي الترتيب التالي احتمال وقوع برامج الذكاء الاصطناعي في أخطاء عند تحليل الأخبار بسبب استخدام كلمات أو عبارات غير مفهومة بوزن نسبي ٤٢.٢% واتجاه موافق، وجاءت في الترتيب الأخير ثلاثة تحديات اعتُبرت أقل أهمية نسبيًا وفقًا لآراء الخبراء صعوبة تحقيق التوازن بين العنصر البشري والذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة وذلك بوزن نسبي حاجة البرنامج إلى عدد كبير من الموظفين لمراقبة الأخبار المفلترة عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوزن نسبي ٤١.١% واتجاه محايد.

ب- نتائج الفروض

الفرض الأول

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة .

جدول (١١)

يوضح العلاقة الارتباطية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة

المتغيرات		معامل الارتباط	الدلالة
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة	٠.٦١٨**	دالة ٠.٠٠٠

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة ،حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٦١٨ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠ .

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة.

الفرض الثاني

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار .

جدول رقم (١٢)

يوضح العلاقة الارتباطية بين بين درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار

المتغيرات		معامل الارتباط	الدلالة
درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي	التحقق من صحة الأخبار	٠.٥٤٩**	دالة ٠.٠٠٠

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار ، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٥٤٩ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية

بين درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار.

الفرض الثالث

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى دقة الأخبار المنشورة .

جدول رقم (١٣)

يوضح العلاقة الارتباطية بين مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى دقة الأخبار المنشورة

المتغيرات		معامل الارتباط	الدلالة
مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي	دقة الأخبار المنشورة	٠.٧٢١**	دالة ٠.٠٠٠

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين بين مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى دقة الأخبار المنشورة ، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٧٢١ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى دقة الأخبار المنشورة.

تؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه العديد من الدراسات السابقة حول الدور المحوري للذكاء الاصطناعي في تحسين موثوقية الأخبار المنشورة عبر وسائل الإعلام الرقمية، لا سيما من خلال استخدام تقنيات تحليل البيانات، والكشف التلقائي عن التلاعب في الصور والفيديوهات، وفحص مصادر الأخبار بدقة.

الفرض الرابع

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية ومدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة .

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة الارتباطية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية ومدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة

المتغيرات		معامل الارتباط	الدلالة
العلاقة الارتباطية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية	مدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة	٠.٨٦٥**	دالة ٠.٠٠٠

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية ومدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة ، حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٨٦٥ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية ومدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة .

تشمل هذه التحديات نقص البنية التحتية التقنية، وغياب الكوادر المتخصصة في تحليل البيانات باستخدام الذكاء الاصطناعي، إضافةً إلى العوائق المالية والإدارية التي تعرقل عمليات التحديث التكنولوجي في المؤسسات الإعلامية.

❑مناقشة النتائج

خلصت نتائج الدراسة الحالية إلى ارتفاع اهتمام الخبراء عينة الدراسة بالتعرض للأخبار الزائفة وارتفاع اهتمامهم بمدى تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في لتصدى الظاهرة انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي، وتصدرت النتائج التي تؤكد على فعالية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي لا سيما المضمون الإخباري وهذا ما أشارت إليه نتائج التساؤل الرابع والتي أوضحت أن حجم الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي كبير جدا وكبير بنسبة ٧٤%، وهى نسبة تؤكد على مدى خطورة تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الخبر الزائف مقارنة بقدرته على التصدي له، حيث أشارت نتائج التساؤل السادس أن قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة جاءت بنسبة ٥٨%، وهى نسبة متوسطة تؤكد على عدم قدرة تلك التقنيات على التصدي للأخبار الزائفة ومنع انتشارها عبر وسائل الإعلام الرقمي بنسبة

كبيرة، واتفقت أيضًا مع نتائج التساؤل السابع التي أوضحت ضعف مصداقية الأخبار التي يتم صناعتها باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث ظهرت أنها صادقة بدرجة كبيرة جدا بلغت ٢٢% وهى نسبة ضعيفة أكدتها نتائج بعض الدراسات السابقة .

كما كشفت نتائج الدراسة الحالية أن من أبرز التحديات التي تواجه استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة انتشار الأخبار الزائفة هي أن الدول النامية تواجه مشكلة في الثقافة التقنية للاعتماد على الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة ماديًا وتقنيًا، بالإضافة تتطور برمجيات الذكاء الإصطناعي في مجال كشف الأخبار الكاذبة فإنها

في الوقت ذاته تتطور في مجال إنشاء تلك الأخبار الكاذبة مما جعلها سلاح ذو حدين .اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع فرضيات النظريات التي استخدمها الباحث، فيما يتعلق بنظرية انتشار المبتكرات والتي تقوم على فرضية أن الأفراد دائمًا ما يسعون إلى تبني الأفكار والأدوات الحديثة وتطبيقها في شكل سلوك أو فعل في المجال العملي أو الحياتي لهم وهذا ما أشارت إليه نتائج التساؤل الثالث والرابع من حيث الاعتماد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ومواجهة الخبر الزائف في نفس الوقت .

نتائج الفروض

☜ثبوت صحه الفرض الأول حول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومدى قدرة القنوات الفضائية العراقية على كشف الأخبار الزائفة .

☜ثبوت صحه الفرض الثاني حول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد قناة العراقية الإخبارية وقناة UTV على تقنيات الذكاء الاصطناعي في التحقق من صحة الأخبار .

☜ثبوت صحة الفرض الثالث حول علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تبني القنوات الفضائية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى دقة الأخبار المنشورة.

☜ثبوت صحة الفرض الرابع حول وجود_علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحديات التقنية والإدارية التي تواجه القنوات الفضائية العراقية ومدى قدرتها على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة.

❐التوصيات

١.تعزيز الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل القنوات الفضائية العراقية، خصوصًا في مجال التحقق من الأخبار ورصد المحتوى المضلل قبل نشره.

٢.تدريب الكوادر الإعلامية على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وبرامج كشف التزييف العميق، بما يرفع من كفاءتهم في مواجهة الأخبار الزائفة.

٣.إدماج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار كجزء أساسي من عمليات التحرير والمراجعة، وليس كخيار ثانوي.

٤.إنشاء وحدات متخصصة لرصد الأخبار المضللة داخل المؤسسات الإعلامية العراقية، تعتمد على الذكاء الاصطناعي إلى جانب الخبراء البشريين.

٥.التعاون بين القنوات الفضائية والجامعات ومراكز البحوث لتطوير حلول تقنية محلية تتناسب مع البيئة العراقية.

٦.سن تشريعات إعلامية حديثة تفرض على القنوات الفضائية التحقق الرقمي من الأخبار قبل نشرها، مع توفير الدعم الحكومي لتطوير البنية التكنولوجية.

٧.إطلاق حملات توعية للجمهور حول مخاطر الأخبار الزائفة، وكيفية التمييز بين الأخبار الصحيحة والمفبركة بمساعدة الذكاء الاصطناعي.

٨.تبادل الخبرات مع القنوات العربية والأجنبية التي قطعت أشواطًا متقدمة في استخدام الذكاء الاصطناعي لمكافحة التضليل الإعلامي.

٩.تشجيع إنتاج برامج تدريبية مشتركة بين المؤسسات الإعلامية العراقية ومنظمات المجتمع المدني لتعزيز الثقافة الإعلامية والوعي بالذكاء الاصطناعي.

١٠.إجراء دراسات مستقبلية تتناول تطور دور الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي في ظل التغيرات السياسية والاجتماعية، مع التركيز على أدوات التزييف العميق (Deepfake) وتأثيرها على الثقة في الإعلام

الهوامش❐

1.Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Simon & Schuster. Retrieved from https://www.investopedia.com

2.Bronner, S. E., & Kellner, D. M. (2017). Critical theory and society: Reader. In T. P. Vos & F. Hanusch (Eds.), The Routledge handbook of developments in digital journalism studies (pp. 55-60). London: Routledge. Retrieved from https://www.routledge.com

3.Mascia, M. B., & Mills, M. (2018). When conservation goes viral: The diffusion of innovative biodiversity conservation policies and practices. Conservation Letters, 11(3), e12442, pp. 1–10. Retrieved from https://www.sciencedirect.com

4.BBC Learning Zone Staff. (2013). Are these examples of political spin? Archived by Wayback Machine. Retrieved from https://rvzqo.impresivedate.com

5.Benhabib, S. (2015). Critique, norm and utopia: A study of the foundations of critical theory. New York: Columbia University Press. Retrieved from https://www.abebooks.com

6.Weissman, J. (2009, June 19). Spin vs. topspin. The Huffington Post, pp. 2–4. Retrieved from https://www.britannica.com

7.Rampersad, G., & Althiyabi, T. (2020). Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media. Journal of Information Technology & Politics, 17(1), 1–

11. Retrieved from https://www.tandfonline.com
8.Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146–1151. Retrieved from https://orcid.org
9.Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. (2019). Combating fake news on social media with source ratings: The effects of user and expert reputation ratings. Journal of Management Information Systems, 36(3), 931–968. Retrieved from https://www.tandfonline.com

١٠.محمد سعد، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات: دراسة ميدانية، بحث منشور، ص ص ١–٤٢، ٢٠٢١.

١١.عبد الرازق الدليمي، تأثير الأخبار المفبركة على تشكيل الرأي العام في الأردن: دراسة ميدانية على الصحفيين وأساتذة الإعلام، بحث منشور، ٢٠١٨.

12.Rocha, Y. M., de Moura, G. A., Desiderior, A. and others ،The Impact of Fake Health News on Epidemics: A Twitter Analysis of 14 Million Tweets **، دراسة منشورة،** ٢٠٢١.

١٣.أبو بكر الصالحي، تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتهم على التمييز بينها، دراسة ميدانية، ٢٠٢٠.

١٤.حسام علي سلامة، اعتماد الجمهور المصري على تطبيق إنستغرام في متابعة أخبار جائحة كورونا: دراسة ميدانية، بحث منشور، ٢٠٢٠.

١٥.حنان كامل، تأثير الأخبار المزيفة على الشباب الجامعي وسلوكياتهم: دراسة ميدانية على عينة من ٤٠٠ مبحوث، رسالة ماجستير، ٢٠٢٢.

١٦.مريم صالح الهواري، تأثير الإشاعة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث العنف في المجتمع الأردني: دراسة على عينة من المعلمين بمحافظة الكرك، بحث منشور، ٢٠٢١.

١٧.حنان موسى، الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة عبر موقع الفيسبوك للحد من انتشار الشائعات: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمجلس الوزراء، بحث منشور، ٢٠٢٠.

١٨.الاقتصادية عبر المواقع الإخبارية الإلكترونية، بحث منشور عبر موقع القاهرة ٢٤، ٢٠٢٠.

١٩.وجدي الزغواني، التصدي للأخبار الزائفة من خلال الأدوات التكنولوجية الحديثة: دراسة تطبيقية على أدوات التحقق من الصور، بحث منشور، ٢٠٢١.

٢٠.شاكر بن علي، ضعف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة على عينة من النخبة الإعلامية السعودية، بحث منشور، ٢٠٢٢.

21.Yanfang Wu, Public Perceptions of the Credibility of AI-Generated News Compared to Journalist-Produced News, Published Study, 2019

المصادر باللغة العربية

١.أسحار أحمد ياسين القرالة، المسؤولية الجزائية عن نشر الأخبار الكاذبة بالوسائل الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط (عمّان)، ٢٠٢٤ .

٢.بسنت مراد فهمي ومحمد عادل فاروق، تقنية التزييف العميق: تحليل شامل لتداعياتها وتأثيرها المجتمعي (مقابلة متعمقة مع الخبراء)، بحث منشور في «المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال»، العدد ٤٤، ٢٠٢٤ .

٣.بوسي غندر، تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم، بحث منشور في «مجلة البحوث الإعلامية»، المجلد ٦٦، العدد ٣، ٢٠٢٣.

٤.جهاد عادل لبيب، استراتيجيات القائم بالاتصال في الصحف المصرية في التعامل مع الأخبار الزائفة: دراسة ميدانية، بحث منشور في «مجلة بحوث كلية الآداب – جامعة المنصورة»، ٢٠٢٣ .

٥.عبد الجواد الشاذلي أبو زيد، اتجاهات المرأة السعودية نحو الإعلان المتضمن لصور «التزييف العميق» وتأثيرها، بحث منشور في «المجلة المصرية لبحوث الإعلام» (جامعة الأزهر)، العدد ٧٦، ٢٠٢٤ .

٦.علا عبدالقوي عامر، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي، بحث منشور في «المجلة المصرية لبحوث الإعلام»، العدد ٨٦، ٢٠٢٤ .

٧.علاء الدين منصور مغايرة، جرائم الذكاء الاصطناعي وسبل مواجهتها: جرائم التزييف العميق نموذجًا، بحث منشور في) «International Review of Law» جامعة قطر)، المجلد ١٣، مقالة رقم ٤، ٢٠٢٤ .

٨.علي فرجاني، صحافة الذكاء الاصطناعي ودورها في مواجهة الأخبار الزائفة، مقال منشور على موقع «مجلة السياسة الدولية»، ٢٠٢٣ .

٩.كوثر صالح، تقييم الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار السياسية، تقرير «برنامج زمالة الجزيرة»، معهد الجزيرة للإعلام، ٢٠٢٥ .

١٠.م. الساوي، تكنولوجيا التزييف العميق: دراسة بحثية حول الجوانب المظلمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في «مجلة كلية الفنون التطبيقية – مصر»، ٢٠٢٥ .

١١.مجلة بحوث الاتصال (ليبيا)، كشف التزييف العميق في الإعلام العربي وتقييم وعي الصحفيين بهذه التقنية، بحث منشور في ««Journal of Communication Research، 2025.

١٢.محمود عبد الجليل دريدي، الشائعات الرقمية وأثرها على مواقع الأخبار العراقية في الفيسبوك: دراسة على عينة من مستخدمي قضاء رانية، رسالة ماجستير، كلية الآداب – جامعة المنصورة، ٢٠٢٣ .

١٣.مروة هيثم عامر (وآخرون)، الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، بحث منشور في «مجلة البحوث الإعلامية»، ٢٠٢٤ .

١٤.مندور عبد السلام فتح الله، وعي الجيل Z بتهديدات «التزييف العميق» وتطبيقات كشفه، بحث منشور في «Egyptian Journal of Communication»، المجلد ٥١، ع ١، ٢٠٢٥ .

١٥.الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري بالمغرب(HACA) ، الذكاء الاصطناعي والإنتاج السمعي البصري والرقمي بالمغرب – آثار ثورة تكنولوجية، دراسة، مارس ٢٠٢٤ .

❐المصادر باللغة الانجليزية

1.Abdel-Gawad El-Shazly Abu Zeid, Saudi Women's Attitudes Towards Advertising Containing Deepfake Images and Its Impact, published in The Egyptian Journal of Media Research (Al-Azhar University), No. 76, 2024.
2.Alaa Eldin Mansour Mughaira, Artificial Intelligence Crimes and Ways to Confront Them: Deepfake Crimes as a Model, published in International Review of Law (Qatar University), Vol. 13, Article No. 4, 2024.
3.Ali Farjani, AI Journalism and Its Role in Combating Fake News, article published on Al-Siyasa Al-Dawliya (International Politics Journal), 2023.
4.Ashhar Ahmed Yassin Al-Qaraleh, Criminal Liability for Publishing Fake News via Electronic Means, Master's Thesis, Middle East University (Amman), 2024.
5.Basant Murad Fahmy & Mohamed Adel Farouk, Deepfake Technology: A Comprehensive Analysis of Its Implications and Societal Impact (In-depth Expert Interviews), published in The Arab Journal of Media and Communication Research, No. 44, 2024.
6.Bossy Ghandour, Interactivity of Media Education Students in Confronting Fake News on Social Media and Its Relation to Their Digital Media Literacy Skills, published in Journal of Media Research, Vol. 66, No. 3, 2023.
7.High Authority for Audiovisual Communication in Morocco (HACA), Artificial Intelligence and Audiovisual and Digital Production in Morocco – Impacts of a Technological Revolution, Study, March 2024.
8.Jihad Adel Labib, Communication Strategies in Egyptian Newspapers in Dealing with Fake News: A Field Study, published in Journal of the Faculty of Arts Research – Mansoura University, 2023.
9.Journal of Communication Research (Libya), Detecting Deepfakes in Arab Media and Assessing Journalists' Awareness of This Technology, published in Journal of Communication Research, 2025
10.Kawthar Saleh, Evaluating Artificial Intelligence in the Production of Political News, Report, Al Jazeera Fellowship Program, Al Jazeera Media Institute, 2025.
11.M. El-Sawy, Deepfake Technology: A Research Study on the Dark Aspects of Artificial Intelligence Techniques, published in Journal of Applied Arts – Egypt, 2025.
12.Mahmoud Abdel-Galil Dreidi, Digital Rumors and Their Impact on Iraqi News Pages on Facebook: A Study on a Sample of Users in Rania District, Master's Thesis, Faculty of Arts – Mansoura University, 2023.
13.Mandour Abdel Salam Fathallah, Generation Z Awareness of "Deepfake" Threats and Detection Applications, published in Egyptian Journal of Communication, Vol. 51, No. 1, 2025.
14.Marwa Haitham Amer (et al.), Journalistic Practices of News Institutions in Fact-Checking within the Framework of Artificial Intelligence Technologies, published in Journal of Media Research, 2024.
15.Media, published in The Egyptian Journal of Media Research, No. 86, 2024.