

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثاني والسبعون - الجزء الأول - ربيع الأول ١٤٤٦هـ - أكتوبر ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- أطر تناول مواد الرأي والاستقصاء لقضايا التغيرات المناخية في المواقع  
الصحفية العربية واتجاهات الجمهور نحوها - دراسة تطبيقية  
أ.م.د/ علي حمودة جمعة سليمان  
٩
- 
- الفضيلة التنظيمية وعلاقتها بسلوك المواطنة المؤسسية في ضوء  
نظرية التبادل الاجتماعي أ.م.د/ محمود فوزي رشاد أحمد  
٨٣
- 
- التحليل السيميائي لصور الصراع بين الولايات المتحدة وإيران في المواقع  
الإلكترونية للصحف الأمريكية أ.م.د/ مجدي عبد الجواد الداغر  
١٧١
- 
- الاستغراق الوظيفي لأخصائي الإعلام التربوي وانعكاسه على تحقيق  
دافعية الإنجاز لدى طلاب جماعة الأنشطة الإعلامية المدرسية  
أ.م.د/ هشام فوللي عبد المعز  
٢٧٩
- 
- أطر تقديم صورة قطر كدولة منظمة لكأس العالم ٢٠٢٢ كما تعكسها  
المواقع الإخبارية الدولية «دراسة تحليلية» د/ مها شبانة أحمد الوحش  
٣٣٧
- 
- التحليل النقدي لخطاب البرامج الطبية في الفضائيات المصرية  
د/ محمود سلمي حسن  
٤١٥
- 
- الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في  
ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة في إطار نظرية الهاكطولوجيا  
د/ نسمة عبد الله محمد مطاوع  
٤٦٣

٥٩٧

■ نموذج مقترح لدور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة أزمة الاختراق الإلكتروني للوسائل الاتصالية للشركات والمؤسسات العاملة في مصر: دراسة استشرافية  
د/ رضا فولفي عثمان ثابت حسن

---

٦٨٥

■ اتجاهات القائمين على صناعة الإعلام في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي  
أمينة شيبوه

---

٧٣٩

■ أثر الإعلانات عبر موقع الفيس بوك على التوجهات الشرائية للشباب الجامعي في الضفة الغربية الفلسطينية  
هالة مازن جانم

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية ١٠٥

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .  
وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة، نعتز بأن نقدم لكم العدد الثاني والسبعون من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتقيق البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعنى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة.

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية - من الباحثين - على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين.

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : <https://jsb.journals.ekb.eg/> زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٩٢٠ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٣م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى .

وهذا الأمر يضاعف من المسؤوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله - سبحانه - الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ » (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

**أ.د/ رضا عبد الواحد أمين**

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجله	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجله العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكئئبية، كلية الإعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث العلاقات العامه والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجله إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جميعه كليات الإعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجله بحوث العلاقات العامه الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجله الدوليه لبحوث الإعلام والاتصالات	جميعه تكنولوجيا البحث العلمى والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7



الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في  
ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة في إطار نظرية الهاكولوجيا

- **The Journalistic Practice of the News Organizations in Investigating the Validity of News in the Light of AI Techniques: A Study Within the Framework of the Theory of Hektology**

د/ نسمة عبد الله محمد مطاوع

مدرس الصحافة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة دمياط

Email: Dr.nesmametawea@du.edu.eg

## ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة الحالية 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 وتحليل المحتوى الإعلامي الذي تقصت عنه المؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار، وتمثلت في الموقع الإلكتروني لكل من: خدمة رويترز لتقصي الحقيقية، وخدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس بس، والمستوى الثاني: عبر مسح عينة من الصحفيين للتعرف على ممارستهم الصحفية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتصوراتهم للظاهرة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: تصدر الأخبار السياسية مقدمة الأخبار المضللة التي انتشرت خلال فترة التحليل، وذلك لكثرة الأخبار التي تناولت أحداث الحروب والصراعات السياسية وفي مقدمتها الحرب الإسرائيلية على غزة، والحرب الروسية الأوكرانية، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار لم تنجح 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.

الكلمات المفتاحية: الممارسة الصحفية - منصات تقصي صحة الأخبار - الذكاء الاصطناعي - الصحفيون.

## Abstract

The current study aimed to monitor the journalistic practice of the news organizations in investigating the authenticity of news in the light of artificial intelligence technologies. The study relied on a survey approach that was used on two levels. The first level is to monitor and analyze the media content investigated by news organizations specialized in fact-checking, represented by the websites of the Reuters fact-checking service and the news fact-checking service from France Press. The second level is to survey a sample of journalists to identify their journalistic practice in fact-checking in light of artificial intelligence technologies, and their perceptions of the phenomenon. The study reached several results, the most important of which were political news topped the misleading news that spread during the analysis period, due to the large number of news that dealt with war events and political conflicts, most notably the Israeli war on Gaza and the Russian-Ukrainian war, while the results of the field study concluded that the digital platforms of news organizations specialized in fact-checking news have not yet succeeded in eliminating and limiting the spread of fake news. The results also indicated that the absence of social awareness of the methods of falsification used to mislead the public and the public's belief in the existence of external sources revealing what the media conceals, as well as the absence of actual implementation of legislation and laws deterring fake news promoters are among the most important factors causing the continued spread of fake news. Moreover, the results showed the limited use of Artificial intelligence technologies for fact-checking news within news organizations.

Key words: Journalistic practice - news fact-checking platforms - artificial intelligence - journalists

يقترن تاريخ الصحافة ونشر الأخبار ارتباطاً وثيقاً بالجهود المبذولة لتبديد الخدع والمعلومات المضللة والدعاية والشائعات التي لم يتحقق منها، والتقارير السيئة والرسائل التي تحتوي على الكراهية والانقسامات، ومع النمو الهائل لوسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت ومشاركة مليارات الأفراد في استهلاك الأخبار وإنشائها ومشاركتها، ظهرت هذه المشكلة القديمة إلى السطح بقوة متجددة لتهدد أمن المجتمع واستقراره، إضافة إلى مصداقية وسائل الإعلام، وقد دفع هذا عديداً من المؤسسات الإخبارية إلى تطوير أساليب جديدة لفهم انتشار الأخبار المزيفة واكتشافها ومنعها، ونتيجة لذلك؛ أنشأت مؤسسات صحفية عديدة تبويبات ومنصات إلكترونية متخصصة لمواجهة الأخبار الزائفة وتقصي الحقائق، في ظل امتلاء المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي بكمية كبيرة من المعلومات الخاطئة، التي غالباً ما تضلل الجمهور وتدفعهم إلى اتخاذ قرارات خاطئة، وتحفز المشاعر العامة السلبية، وتشكل تهديدات خطيرة للسلامة العامة والنظام الاجتماعي.

ويُعدُّ انتشار ما يسمى بـ "الأخبار المزيفة" في المجتمع العربي ظاهرة اجتماعية حديثة نسبياً ترتبط بالأخبار المضللة والمعلومات الخاطئة وغيرها من أشكال التلاعب عبر الشبكات، التي يسهلها تعدد منصات ووسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، كما يُمثِّل انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات الخاطئة أحد التحديات الأكثر إلحاحاً في عصرنا، وتتغير المصادر التي تنشأ منها المعلومات المضللة باستمرار، وتمثل تحدياً هائلاً لخوارزميات الكشف عنها، ويقول الصحفي ماثيو وول Matthew Wall، من هيئة الإذاعة البريطانية: "إن القرصنة ومسربي المعلومات السرية، سواء كانوا أفراداً مستقلين أو أشخاصاً أو مجموعات تتبناها المؤسسات أو الحكومات، صارت لهم اليد العليا

كمصادر أساسية لكتابة الأخبار الصحفية، بغض النظر إن كانت المعلومة التي يقدمونها موثوقاً بها أم لا<sup>1</sup>.

ففي عصر تحظى فيه منصات تقنية عالمية وذات تأثير هائل بالقدرة على زعزعة الوسائل التقليدية التي كانت تعتمد عليها المجتمعات في الحصول على المعلومات؛ فإن عمليات التلاعب بالإعلام وحملات المعلومات المضللة تمثل تحدياً صارخاً لجميع المؤسسات والهيئات باختلاف أنواعها، فالمحتوى المضلل والمفبرك الذي ينتشر عبر أطراف متعددة تتبع جهات معادية، أو علامات تجارية، أو حركات اجتماعية، أو حتى أطراف مجهولة الانتماءات، يستهدف التأثير في الرأي العام وإثارة البلبلة على نطاق محلي أو وطني أو دولي، وعلى الرغم من أن الصحافة قد شهدت تطوراً سريعاً في السنوات الأخيرة؛ إذ أصبح الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية في عملية إنتاج الأخبار ونشرها، فيما يعرف باسم "صحافة الذكاء الاصطناعي" التي تمتلك عديداً من المميزات، مثل تحسين جودة الأخبار، وتعزيز كفاءة النشر، وتوسيع نطاق الوصول إلى الأخبار؛ فإنها مع ذلك تطرح بعض المخاطر والتحديات، مثل انتشار المعلومات المضللة، واختراق الخصوصية، وتضليل الرأي العام، باستخدام التقنية نفسها، وتوظيفها في بث الأخبار والمعلومات المضللة، وهو ما أكدته أبحاث سابقة عديدة، وأشارت إليها كأحد أهم معوقات الحد من السيطرة على انتشار الأخبار الزائفة.

ويرجع سبب بروز ظاهرة الأخبار الزائفة إلى فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2016م، إذ شهدت الدورة الانتخابية في الولايات المتحدة ظهور ما يسمى بالأخبار الكاذبة، فقبل عام 2016م، كان مصطلح الأخبار المزيفة يشير في الغالب إلى وسائل الإعلام الساخرة، مثل "The Daily Show" أو "The Onion"، ومع ذلك خلال حملة عام 2016م، أُعيد استخدام التصنيف لوصف فئة سريعة النمو من المحتوى الرقمي، وهي المقالات الملققة، ونشر الأكاذيب التي بدت مع ذلك كأنها قصص إخبارية ذات مصداقية<sup>2</sup>.

ومنذ أن تمت مشاركة قصص عن التلاعب بالانتخابات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ونوقشت على نطاق واسع على شبكة الإنترنت؛ لم تتراجع هذه الظاهرة مع

تزايد أهمية منصات التواصل الاجتماعي في الوقت الحاضر<sup>3</sup>، فقد قدر المنتدى الاقتصادي العالمي في تقريره للمخاطر العالمية لعام 2024<sup>4</sup> أن يكون التضليل الإعلامي أحد أكبر المخاطر على البشرية في العامين المقبلين اللذين سيشهدان انتخابات مدعو إلى التصويت فيها نحو نصف سكان العالم وسط ازدهار الذكاء الاصطناعي، كما ورد في تقرير المخاطر العالمية 2024م، أن "الاستخدام الواسع النطاق للمعلومات الخاطئة والمضللة وأدوات نشرها يمكن أن يقوّض شرعية الحكومات المنتخبة حديثاً".

ومع استمرار وتنامي مخاطر انتشار الأخبار الزائفة؛ زاد الاهتمام بتقصي الأخبار والتحقق من المعلومات، وتأسست مبادرات، وأطلقت مشروعات إعلامية عدة لرصد الأخبار باللغة العربية والصور والفيديوهات والتأكد من صحتها، حتى إن كثيراً من الصحفيين باتوا يعيرون اهتماماً خاصاً للتحقق من الخبر قبل التسرع بنشره، علماً بأنه بالتوازي مع تفشي جائحة "كوفيد 19"، ووقوع أحداث مأساوية عالمياً في النصف الأول من عام 2020م، زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث الطارئة، ومعه ارتفعت نسبة التضليل ونشر الأخبار الكاذبة، ومن هنا تأتي هذه الدراسة لوصف دور المؤسسات الإخبارية في مواجهة مشكلة انتشار الأخبار المزيفة، من خلال إجراء تحليل للمنصات الإخبارية التي أنشئت خصيصاً لتقصي الحقائق، وهي منصة خدمة رويترز لتقصي الحقيقة، ومنصة خدمة تقصي صحة الأخبار باللغة العربية من فرانس برس AFP، وكذلك إجراء دراسة ميدانية للوقوف على تصورات الصحفيين نحو العوامل المسببة لاستمرارية انتشار الأخبار الزائفة، ومستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لمواجهتها، والكشف عن أبرز التحديات التي تواجههم في توظيفها، وكذا رصد أهم آليات مكافحة انتشار الأخبار الزائفة.

### الدراسات السابقة:

في ضوء المسح العلمي للدراسات والأدبيات السابقة، وفي حدود اطلاع الباحثة على الدراسات العربية والأجنبية المتاحة عن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، تمكنت من الوصول إلى عدد من الدراسات الحديثة التي ترتبط بالمجال العام للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

في إطار الأبحاث التي سعت لقياس وعي الجمهور وإدراكهم لجودة الأخبار؛ سعت دراسة

(van der Meer, T. G. L. A., & Hameleers, M. 2024)<sup>5</sup> لتقديم نظرة شاملة عن كيفية إدراك الجمهور لجودة بيئة الأخبار الخاصة بهم فيما يتعلق بانتشار وتأثير المعلومات الخاطئة والتحيز السلبي، وتدمج هذه الدراسة بين أبحاث التحيز السلبي والمعلومات الخاطئة، لمقارنة كيفية النظر بطريقة مختلفة إلى التحديات المنهجية (السلبية) والعرضية (المعلومات الخاطئة) للأخبار من قبل الجماهير، وذلك من خلال دراسة استقصائية أُجريت عبر البلاد ذات الديمقراطية المتنوعة (الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة، وهولندا، وألمانيا، وفرنسا، وبولندا، والهند)، وأشارت النتائج إلى أن كلا التحديين يُنظر إليهما على أنهما بارزان ومدمران للغاية، وعلى الرغم من أن التحيز السلبي في الأخبار ربما يكون ظاهرة أكثر انتشاراً؛ فإن المشاركين في جميع أنحاء البلدان التي شملها الاستطلاع يرون أن المعلومات الخاطئة تمثل تهديداً أكبر نسبياً.

وفي السياق نفسه، سلّطت دراسة (Duong Hoai Lan, Tran Minh Tung, 2024)<sup>6</sup> الضوء على الديناميكيات الدقيقة للوعي بالأخبار المزيفة والثقة بين طلاب الجامعات على TikTok، من خلال المقابلات شبه المنظمة مع طلاب الجامعات في فيتنام، وأشارت النتائج إلى وجود معترف به عموماً للأخبار المزيفة على TikTok، ووجود وعي عام بين الطلاب بشأن انتشار الأخبار المزيفة، مما يظهر إدراكاً للتحديات التي تفرضها المعلومات الخاطئة في العصر الرقمي، كما أشارت النتائج إلى أن تكرار محتوى مماثل على TikTok يظهر كعامل مهم يسهم في الثقة، إذ يؤدي تكرار المحتوى إلى خلق شعور بالألفة والاتساق، مما يعزز الثقة بين المستخدمين الذين ينظرون إلى هذا التكرار على أنه مؤشر على الموثوقية والمصداقية.

بينما استهدفت دراسة (Francis L. F. Lee, 2024)<sup>7</sup> توثيق العلاقة السلبية بين ثقة وسائل الإعلام وخطورة المعلومات المضللة، التي تُقاس من حيث الخطورة الملموسة لمشكلة التضليل والتأثير المتصور للمعلومات المضللة في المجتمع، علاوة على ذلك، ترى هذه الدراسة أن الثقة السياسية والقيم السياسية من شأنها أن توجه استجابات الناس لظاهرة التضليل، وقد أظهر تحليل دراسة استقصائية في هونغ كونغ (العدد = 1,014) أن الخطورة المتصورة لمشكلة التضليل تتعلق سلباً بثقة وسائل الإعلام العامة، وتكون

العلاقة السلبية قوية خاصة بين الأشخاص الذين يثقون بالمؤسسات الحكومية بدرجة أكبر.

فيما بحثت دراسة (Nermin Elsherif, Tasniem Anwar, 2024)<sup>8</sup> في كيفية حدوث التضليل الرقمي من خلال إنشاء ودعم شخصيات أو مجازات ثقافية، ويركز في المقام الأول على اللجان الإلكترونية، وهي ظاهرة تشير إلى الحسابات المزيفة عبر الإنترنت التي حشدها مختلف الجهات السياسية الفاعلة لتشويه سمعة خصومهم ونشر أيديولوجياتهم الخاصة عبر الإنترنت، واعتمدت الدراسة على تحليل إيطاري للمقالات الإخبارية المصرية المنشورة بين عامي 2011 و2021م، وقد أشارت نتائج التحليل إلى أن الصحف المصرية تناولت مشكلة التضليل من خلال التركيز على اللجنة الإلكترونية كمصدر خطر وسبب أساسي وراء التضليل.

بينما استخدمت دراسة (Raghu Raman, Vinith Kumar Nair, Prema )<sup>9</sup> تحليلاً بيليومترياً لمجموعة كبيرة من 9678 منشوراً تمتد بين عامي 2013 و2022م لتدقيق تطور أبحاث الأخبار المزيفة، وتحديد المؤلفين والمؤسسات والدول الرائدة، وظهرت ثلاث مجموعات مواضيعية: التضليل في وسائل التواصل الاجتماعي، والأوبئة المعلوماتية الناجمة عن مرض فيروس كورونا 2019م (COVID-19)، والتقدم التكنولوجي العلمي في الاكتشاف التلقائي، وقد حدد تحليل الوجود المشترك للكلمات الرئيسية ثلاث مجموعات متميزة من الأبحاث في مجال الأخبار المزيفة، وأوضحت المجموعات شبكة معقدة من التحديات تتراوح بين التكنولوجية والنفسية والاجتماعية، ويسلط تأثيرها الجماعي الضوء على الحاجة الملحة إلى تعدد الأساليب التأديبية لمواجهة الطبيعة المتطورة والمتفشية للأخبار المزيفة.

وفي نيجيريا، استهدفت دراسة (Agama, J. O., & Okpoko, C. C., 2024)<sup>10</sup> التحديات الحالية، المتمثلة في انعدام الأمن، التي أحدثتها الأخبار المزيفة، مما أدى إلى سلسلة من الاضطرابات والتوترات الاجتماعية، ومنها العنف والصراع والأزمات، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على أربع نظريات، هي: نظرية المؤامرة، ونظرية التطعيم، ونظرية التربية الإعلامية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، وقد أشارت النتائج إلى إسهام

وسائل الإعلام الجديدة في انتشار الأخبار المزيفة، كما أثبتت أن وسائل التواصل الاجتماعي أدوات سهلة لتوزيع المعلومات المزيفة، نظراً لسهولة التفاعل وأيضاً السرعة التي تنتشر بها الرسائل من خلالها.

بينما استهدفت دراسة ( Malek Algabri, Ebtsam Nasser, et. Al, )<sup>11</sup>(2024) تحليل الأطر المعاصرة التي تستخدم تقنيات التعلم الآلي المختلفة من أجل تعزيز فهم انتشار الأخبار الكاذبة، وذلك من خلال مقارنة كفاءة هذه الأطر في التعرف على المعلومات الكاذبة ووقف انتشارها، من خلال فحص الطرق المختلفة لانتشارها، وتوصلت النتائج إلى أن تحديد مصداقية الأخبار أمر صعب لأنه يتضمن فحص عدد من المتغيرات، بما في ذلك مصدر الخبر، وصحة المحتوى، والتحقق من صحة الحقائق الواردة فيه، وهذا يمكن أن يجعل من الضروري إنشاء نماذج متطورة يمكنها تقييم وتحليل هذه العناصر بطريقة فعالة.

كما هدفت دراسة (مجدي الداغر، 2024م)<sup>12</sup> إلى التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في تنامي الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية - الأوكرانية 2022م، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبانة، بالتطبيق على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى تعرض الجمهور المصري للشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي في مصر بشكل دائم وكثيف، وأن منصات شبكات التواصل الاجتماعي تشارك جميعها في إنتاج الشائعات ونشرها، وجاء فيسبوك أكثر المنصات إنتاجاً ونشراً للشائعات، كما توصلت الدراسة إلى تصدر الأخبار الزائفة وشائعات الخيانة والكراهية بين طوائف المجتمع قائمة الشائعات الأكثر تداولاً في مصر، وتصدرت الشائعات الاقتصادية قائمة الشائعات المتداولة، وأن أهداف مروجي الشائعات تمثلت في زعزعة الأمن والاستقرار الداخلي للمجتمع.

بينما بحثت دراسة ( Stefano Ruggieri, Rubinia C. Bonfanti, et al, )<sup>13</sup>(2023) فيما إذا كان تصور الأخبار المزيفة المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي يتغير بمرور الوقت في مجموعتين متوازيتين؛ أولئك الذين "يؤمنون بالأخبار المزيفة"



وأولئك الذين "لا يؤمنون بالأخبار المزيفة"، بالتطبيق على 324 عاملاً من ذوي الياقات البيضاء من خلال مشاهدتهم لمنشورات فيسبوك التي تركز على معايير الوقاية من مرض فيروس كورونا 2019م في مكان العمل، ولكن بالتلاعب في الرسالة والمصدر لتعريض كل مشارك لأخبار حقيقية، وأخبار حقيقية مقدمة من خلال إشارة خصم (حالة تأثير النائم) والأخبار المزيفة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه حتى الأفراد الذين لديهم مستوى أعلى من التعليم وأكثر مقاومة للأخبار المزيفة يمكن أن يتأثروا بتصوير الرسائل بناءً على المعلومات الخاطئة التي يتعرضون لها باستمرار.

وفي إطار تقديم نظرة منهجية ومنظمة للعوامل التي تؤثر في انتشار المعلومات الخاطئة؛ سعت دراسة (Sijing Chen, Lu Xiao, Akit Kumar, 2023)<sup>14</sup> لتحليل العناصر الحيوية الأربعة لتوصيل المعلومات، وهي المصدر والرسالة والسياق أو المحتوى والمتلقي، وتلخيص استراتيجيات مكافحة انتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي من وجهات نظر مختلفة ومناقشة مزاياها وعيوبها وفعاليتها، وذلك من خلال عملية مراجعة منهجية للأدبيات شملت 423 دراسة منشورة بين يناير 2010 وسبتمبر 2021م، متاحة في قواعد بيانات Scopus & WoS، وتوصلت النتائج إلى أنه على الرغم من الاعتراف بالطوفان والتأثير الكبير للمعلومات الخاطئة في وسائل التواصل الاجتماعي؛ فإنه لا توجد مراجعة شاملة للعوامل المسببة للمعلومات الخاطئة والتدابير المضادة للمعلومات الخاطئة من وجهات نظر متنوعة.

وفي السياق ذاته، اهتمت دراسة (Giancarlo Ruffo, Alfonso Semeraro, et al, 2023)<sup>15</sup> بتحليل الدراسات والأدبيات السابقة لتقديم مجموعة مختارة من النتائج الرئيسية التي تحققت حتى الآن، من خلال اعتماد الشبكة إطاراً موحداً لتمثيل البيانات وفهمها، ولنمذجة عمليات النشر، وتقييم استراتيجيات فضح الزيف المختلفة، وتقديم مخطط لاتجاهات البحث الأكثر صلة، مع التركيز على الهدف المتحرك المتمثل في تحديد الأخبار المزيفة والروبوتات والتصيدين، عن طريق استخراج البيانات وتقنيات النصوص؛ وأشارت النتائج إلى أنه على الرغم من أن الباحثين الذين يعملون في اللغويات الحاسوبية والشبكات ينتمون تقليدياً إلى مجتمعات علمية مختلفة؛ فإنه من المتوقع تطوير الأساليب

الحسابية القادمة لمنع الأخبار المزيفة من تلوين وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام منهجيات هجينة وحديثة.

وبينما تركز أبحاث الأخبار المزيفة على جوانب المعالجة المعرفية، اهتمت دراسة (Rana Ali Adeeb, Mahdi Mirhoseini, 2023)<sup>16</sup> بالمعالجة العاطفية التي تكمن وراء إيمان الناس بالأخبار المزيفة ونشرها على وسائل التواصل الاجتماعي، وقدمت هذه الدراسة مراجعة منهجية لتأثير البنيات العاطفية في إدراك الأخبار المزيفة على منصات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال إجراء بحث شامل في قواعد بيانات Web of Science & SCOPUS، لتحديد المقالات ذات الصلة بموضوعات التأثير والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة والأخبار المزيفة، وتم الحصول على ما مجموعه 31 مقالة تجريبية، وحللتها الدراسة، وأظهرت النتائج أربع فجوات بحثية من هذه المراجعة، كما أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية تفضل نقل المحتوى العاطفي ونشره، وما يترتب على ذلك من تكوين مشاعر عاطفية تخلق ما يسمى "الجماهير العاطفية". ومن منظور مختلف؛ وفي إطار إمكانية تحقيق الفائدة واستغلال انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، سعت دراسة (Carlos Diaz Ruiz)<sup>17</sup>، (2023) لفهم التغييرات التي تحدث في أنظمة السوق المختلفة وكيف تؤثر فيها الجهات الفاعلة المختلفة أو تتأثر بها، بالاعتماد على نظام إدارة المحتوى CMS الذي يهدف إلى دراسة "الأسواق الموجودة بالفعل"، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود جهات مستفيدة بالفعل، مثل شركات AdTech، ومديري العلامات التجارية، وأصحاب النفوذ، والناشرين، بطرق مختلف من المعلومات الخاطئة، وقد أدى انتشار المحتوى المخادع عبر الإنترنت إلى الاعتراف بأن بعض الجهات الفاعلة في النظام البيئي للوسائط الرقمية تستفيد من الانتشار السريع للمعلومات المضللة، والسبب هو أن السوق المصممة لتحقيق الدخل من التعامل مع الجماهير الهامشية تشجع الجهات الفاعلة على إنشاء محتوى يمكن أن ينتشر بسرعة، ومن ثم خلق حوافز مالية لتعميم الادعاءات المثيرة للجدل، والروايات العدائية، والمحتوى الخادع.

بينما ركزت دراسة (Sarah Shawky, 2023)<sup>18</sup> على تأثير الثقافة الإعلامية في كشف الأخبار الكاذبة في كل من رسائل الفيديو والرسائل النصية، واستناداً إلى نظرية التلقيح اقترحت ثلاث فرضيات، بتصميم بحث شبه تجريبي، شارك فيه 204 مصريين من ذوي التعليم العالي، قُسموا إلى ثلاث مجموعات؛ تلقت إحدى المجموعات محاضرة بعرض تقديمي (باوربوينت) عن معنى المعلومات الخاطئة وعواقبها وكيفية التحقق من المعلومات الواردة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأمثلة على الأخبار المزيفة، وقدم عرض مماثل للمجموعة الثانية ولكن بدلاً من الحديث عن المعلومات الخاطئة بوجه عام؛ ركز العرض على تقنية الذكاء الاصطناعي العميق، وكانت المجموعة الثالثة هي المجموعة الضابطة ولم تتعرض لأي معلومات عن الثقافة الإعلامية، وأشارت نتائج الدراسة إلى فاعلية محاضرات التربية الإعلامية في رفع نسبة اكتشاف الأخبار الكاذبة سواء على شكل نص أو فيديو.

وفي إطار البحث عن قدرة الأفراد في التعرف على الأخبار الكاذبة، بحثت دراسة (Moran Yarchi, Tal Samuel-Azran, Tsahi Zack Hayat, 2023)<sup>19</sup> في الفجوة بين القدرة المتصورة والفعلية على التعرف على الأخبار المزيفة، باستخدام استطلاع جماعي خلال الحملات الانتخابية الإسرائيلية 2019-2020م، وكشفت النتائج أنه على الرغم من أن المتغيرات السياسية والإعلامية المختلفة تتنبأ بقدرة المواطنين المتصورة على تحديد الأخبار المزيفة، فإن معظم هذه المؤشرات ليست مفيدة في تفسير قدرتهم الفعلية على القيام بذلك، كما أشارت النتائج إلى أن الاهتمام السياسي الكبير، إلى جانب التعرض الكبير للأخبار الزائفة من مصادر متنوعة، يقود الناس إلى الشعور بالرضا عن النفس ويفشل الناس في التعرف على الأخبار المزيفة.

واتفقت معها دراسة (Sou Hyun Jang, Kyoung Eun Jung, Yong Jeong, Yi, 2023)<sup>20</sup>، التي بحثت في تصورات الناس وردود أفعالهم تجاه الأخبار المزيفة من خلال تقييم الاتجاهات في أقسام التعليقات عبر الإنترنت، وذلك من خلال تحليل 38.057 تعليقا نُشرت على 98 مقالة عن الصحة العامة والتعليم والاقتصاد، تحتوي على أخبار مزيفة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور في نهاية المطاف لا يبدو مهتما

بتصحيح الأخبار المزيفة، ومن الضروري زيادة الوعي العام بأهمية تصحيح الأخبار الكاذبة كجزء أساسي من الثقافة الإعلامية لمنع إيصال الأخبار الكاذبة.

بينما اختلفت معهما دراسة ( Homero Gil de Zúñiga, Manuel ) (Goyanes, Chris Skurka, 2023)<sup>21</sup>، التي بحثت في كيفية تطوير المواطنين استراتيجيات لتحديد الأخبار المزيفة وتوليد دوافع عقلانية للانخراط في الإجراءات التصحيحية، وذلك من خلال إجراء مقابلة متعمقة مع مجموعة من البالغين في إسبانيا، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه عادةً تُكتشف الأخبار المزيفة من خلال آليتين مترابطتين: التقييمات المعرفية لمحتوى الأخبار، والتشاور مع الموارد الإعلامية، وتتضمن الاستراتيجيات طبقة أساسية يُقيم فيها المستخدمون محتوى الأخبار إدراكياً (على سبيل المثال: تطبيق الفطرة السليمة، مع الأخذ في الاعتبار أن المعلومات تتعارض مع المعايير الصحفية)، وطبقة ثانوية فيها يضع المستخدمون في الاعتبار عوامل خارج القصة الإخبارية نفسها (على سبيل المثال: التحقق من التعليقات على القصة، واستشارة مواقع التحقق من صحة الأخبار).

كما سعت دراسة (سحر الخولي، 2023م)<sup>22</sup> لرصد وتوصيف طبيعة دور الصحف الإلكترونية في مواجهة الأخبار الزائفة، من خلال دراسة حالة لصحيفة المصري اليوم، بتحليل صفحة المصري Fact، وإجراء مقابلات متعمقة مع الصحفيين في الجريدة، وتوصلت النتائج إلى أن صفحة المصري Fact توضح الأخطاء التي ارتكبها كاتب المحتوى الإعلامي بصورة دقيقة، وتوضح الانتهاكات المهنية والأخلاقية للقارئ كي تتكون لديه معلومات ورؤية متكاملة عن التجاوزات الشائعة التي تنتقص من حقوق الأفراد والمجتمعات، وحماية الصالح العام، والحماية من حملات التشويه والتشهير، وتُقدم هذه الأمور بالأدلة والحقائق للقراء، مدعمةً طرحها في الكشف عن الحقائق بالصور والمنشورات (بوسترات) والرسوم التوضيحية والإنفوجرافيك الثابت والمتحرك.

كما سعت دراسة (سالمة أحمد، مصطفى نبيل، 2023م)<sup>23</sup> لرصد وتحليل المعلومات الزائفة عن القضايا المجتمعية في مصر، وتقييم إمكانية تأثيرها في ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دراسة تحليلية على عينة

عمدية من المضامين الإعلامية الزائفة أو المضللة المتداولة على موقع فيسبوك، مع بيان آلياتها وتكتيكاتها وأساليبها الإقناعية المستخدمة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المعلومات الزائفة، الممثلة في "فبركة الصور والشائعات"، و"المعلومات الزائفة التي تحدث غضباً جماعياً"، و"المعلومات الزائفة ذات الأغراض السياسية"، تؤدي إلى ممارسة خطاب الكراهية التحريضي القائم على الشتم والوصم.

وفي إطار الكشف عن تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية الزائفة؛ سعت دراسة (إلهام يونس، 2023م)<sup>24</sup> للتعرف على متوسط نسب تفاعل الجمهور على المواد الإعلامية الزائفة والحقيقية، وعقد مقارنة موضوعية بالأرقام بينهما، والكشف عن طبيعة الموضوعات التي تتناولها المواد الإعلامية الأكثر جذباً للقائمين على التزييف، وذلك بالاعتماد على نظرية ثراء الوسيلة، ومدخل تفاعل الجمهور عبر وسائل الإعلام، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة التزييف في المضمون السياسي، وأن التلاعب في خلفية الحدث من حيث السياق الزمني والمكاني تعد من أكثر آليات التزييف استخداماً في الفيديوهات.

وعلى صعيد التشريعات الإعلامية ومسألة وعى الصحفيين بالمبادئ القانونية ومواثيق الشرف الأخلاقية؛ سعت دراسة (شمياء محمد، 2023م)<sup>25</sup> للتعرف على قضية انتشار الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي في ضوء التشريعات الإعلامية، وتبسيط الضوء على أهداف الأخبار الزائفة، ومعرفة نسبة وعى الصحفيين بالمبادئ القانونية في ضوء مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة، وأظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي مجال خصب لانتشار الأخبار الزائفة، وأن التشريعات الموجودة لا تتناسب مع المنصات الجديدة، مع ضرورة إعادة حوكمة وضبط مواقع التواصل الاجتماعي، ووجود دور رقابي لملاحقة المنصات غير المرخصة.

ويتفق مع نتائج الدراسة السابقة، ما توصلت إليه نتائج دراسة Lawson، M. A. et al. (2023)<sup>26</sup>؛ إذ أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي مصدر أساسي لانتشار

الأخبار الزائفة، كما أشارت النتائج إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ما زالت غير قادرة على التغلب على مشكلة انتشار الأخبار الزائفة.

ومن منظور زعزعة الثقة في وسائل الإعلام، سعت دراسة ( Aimeur, E., Amri, S. ) و Brassard, G., 2023<sup>27</sup> للبحث في عواقب التعرض للأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، التي من شأنها أن تقلل من مستويات الثقة بوسائل الإعلام، وهو ما أكدته نتائج الدراسة، التي أشارت إلى أن التعرض للأخبار الزائفة كان له أثر في انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام.

وفي إطار انتشار الأخبار الكاذبة خلال جائحة كورونا وما صحبه من انتشار سريع للأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي خلق في بعض الحالات نوعاً من الارتباك والحيرة والذعر لدى المواطنين، سعت دراسة (كريم دواجي، وسحنون نسيمه، 2023م)<sup>28</sup> للبحث في آليات محاربة الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي، واستنتجت الدراسة أن الأخبار الكاذبة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعالم الرقمي المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي عبر مختلف تطبيقاته، بصفته فضاء خصباً لنشر الأخبار المغلوطة، وهو ما يعكس آثاراً سلبية على المجتمع، ويعمل على تضليل الرأي العام.

وفي الإطار ذاته، ولفهم انتشار المعلومات الخاطئة على منصات وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات، أجرت دراسة (Sadiq Muhammed T, Saji K. Mathew, 2022)<sup>29</sup> مراجعة منهجية للأدبيات في ثلاثة مجالات مهمة تتفشى خلالها المعلومات الخاطئة، هي: الكوارث، والصحة، والسياسة، وذلك بتحليل 28 مقالة ذات صلة بكل من كوفيد-19، وحوادث الغابات الأسترالية، والانتخابات الأمريكية، وكشفت نتائج الدراسة وجود فجوات كبيرة في أبحاث تنظيم الدولة عن المعلومات المضللة في وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا يشمل الحاجة إلى الابتكارات المنهجية، إضافة إلى الأساليب التجريبية التي استخدمت على نطاق واسع.

كما استهدفت دراسة ( Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, ) و E.O. et al. 2022<sup>30</sup> إجراء تحقيق عن تأثير الأخبار الكاذبة في المجتمع، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة لتسلسل المعلومات والأخبار، من خلال إجراء مسح عبر الإنترنت مع 356 مشاركاً بحجم عينة طبقية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن

انتشار الأخبار الكاذبة يكون أسرع من أي نوع آخر من المحتويات على منصات التواصل الاجتماعي.

ومع تزايد الاعتماد على منصات وسائل التواصل الاجتماعي لاستهلاك الأخبار خلال جائحة كوفيد-19، وما ترتب على ذلك من عواقب وخيمة على تبادل المعلومات المضللة؛ سعت دراسة (Saifuddin Ahmed, et al. 2022)<sup>31</sup> للبحث في استخدام أخبار وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة في المعلومات المضللة بشأن كوفيد-19، من خلال استطلاع عبر الإنترنت تديره وكالة المسح (Qualtrics) في سنغافورة، وأجري الاستطلاع بمشاركة 500 مفردة أكبر من 21 عاماً، وأشارت النتائج إلى أن أولئك الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة متكررة لاستهلاك الأخبار كانوا أكثر عرضة لتصديق المعلومات الخاطئة عن فيروس كورونا ومشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن المستخدمين قد يشاركون معلومات خاطئة عن فيروس كورونا (COVID-19) لأنهم فقط يعتقدون أنها دقيقة.

وفي إطار اعتقاد الأفراد أن المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دقيقة لكثرة تعرضهم لها، وأنهم أقل عرضة للتأثر بالأخبار الكاذبة وتصديقها، سعت دراسة (أميرة سمير، 2022م)<sup>32</sup> لوضع تصور لحجم الخطر الذي يستشعره الناس نحو انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دراسة مسحية على عينة مكونة من 250 طالباً، وإجراء مقابلات متعمقة مع الصحفيين، وأشارت نتائج الدراسة إلى إثبات صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثرية الآخرين، إذ تبين أن المبحوثين يعتقدون أن الآخرين أكثر تأثراً بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي إطار تحليل المشاعر وعلاقتها بإدراك الأخبار المزيفة، تبنت دراسة (Meng Cai, Ying Cui, 2021)<sup>33</sup> طريقة التعلم العميق لإجراء تحليل المحتوى وتحليل المشاعر، من خلال تحليل الاختلافات بين المعلومات الخاطئة والمعلومات الحقيقية من حيث خصائص نشر الشبكة، وباستخدام طريقة Word2vec التي قدمتها Google لتحويل البيانات النصية إلى متجهات كلمات ومحتوى النص المعين إلى مساحة متجهة لحساب التشابه بين الكلمات، كشفت النتائج أن انتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل

الاجتماعي يتأثر بخصائص المحتوى والعواطف المختلفة، وبذلك ينتج عنه تغييرات مختلفة.

بينما ركزت دراسة (Adiella Yankie Lubis, et al. 2021)<sup>34</sup> على تأثير النائم الذي ينشأ باستخدام نظرية التمثيل للتحقيق في آثاره على تصورات المخاطر النهائية ونية السلوك، واستخدمت النماذج التي تفترض تمثيلاً عالي الخطورة للنصوص والصور الفوتوغرافية من الحالة الجزئية لظواهر كوفيد-19 في منطقتين فرعيتين في جنوب جاكرتا، بتقسيم النساء والرجال المختارين بالتساوي من 90 مشاركاً بطريقة عشوائية إلى ثلاث مجموعات بناءً على المحفزات المقدمة؛ نموذج الصورة التي تم التلاعب بها، ونموذج النص، والصورة المدمجة، وأشارت النتائج إلى أن تأثير النائم في التمثيل موجود بالفعل وازداد قوة بعد أربعة عشر يوماً لدى المشاركين الذين تعرضوا لنماذج الصور الفوتوغرافية تجاه إدراكهم للمخاطر، والمشاركين الذين تعرضوا للصور الفوتوغرافية ونماذج النصوص والصور الفوتوغرافية تجاه نية سلوكهم.

وعن دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تقنية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي؛ استهدفت دراسة (مصطفى عبد الحي، 2021م)<sup>35</sup> التعرف على وجهة نظر الصحفيين في تلك المبادرات، بالتطبيق على عينة عشوائية من الصحفيين الممارسين لمهنة الصحافة قوامها 100 مفردة، وقد أظهرت النتائج وجود اتفاق كبير بين الصحفيين على تزايد انتشار ظاهرة الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها فيس بوك، كما أسفرت النتائج عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على المبادرات الرقمية المتخصصة ودرجة انتشار الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

بينما تحددت إشكالية دراسة (يسرا حسني، 2021م)<sup>36</sup> في التعرف على العوامل المؤثرة في انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة على منصات التواصل الاجتماعي، وعوامل قبول الأخبار المزيفة لدى الجماهير، وكيفية التحقق من الأخبار، وتوقعات الخبراء لمسارات تلك المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة في تلك المسارات خلال العقد المقبل (2021: 2030م)، واعتمدت الدراسة الاستشراعية على



عينة قوامها ٤٥ خبيراً، وأشارت النتائج إلى أن التطورات التكنولوجية المتمثلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ووجود كميات ضخمة من المعلومات، واستخدام الحسابات الروبوتية، كلها تمثل تحديات صعبة لاكتشاف الأخبار المزيفة، وأكد الخبراء عينة الدراسة، فيما يتعلق بالقائم بالاتصال، ضرورة اعتماد المؤسسات الإعلامية على برامج تدريبية متطورة تُمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة، لاسيما مع تطور تقنيات التلاعب بالصور والفيديو، والتزييف العميق.

وفي إطار الكشف عن آليات تحقق الجمهور من الأخبار الكاذبة؛ استهدفت دراسة (أحمد جمال، 2021م)<sup>37</sup> رصد آليات تحقق الجمهور من الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على استراتيجية المعاينة العشوائية، بالتطبيق على عينة قوامها 407 من الجمهور المصري، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور المصري يتحقق من الأخبار الكاذبة وفق آليتين: التحقق الداخلي، والتحقق الخارجي، وأن الجمهور يعتمد على التعرض على المصادر المؤسسية للتأكد من صحة المعلومات.

كما استهدفت دراسة (Han K 2021, Lee D, Xiong A, Kim B)<sup>38</sup> تقديم مسح شامل لأبحاث الأخبار المزيفة، التي أُجريت في مجالات الكمبيوتر والعلوم الاجتماعية، من خلال عدسة إنشاء الأخبار واستهلاكها مع العوامل الداخلية والخارجية، وطُبقت الدراسة بجمع 2277 من المؤلفات المتعلقة بالأخبار المزيفة بالبحث في ستة ناشرين أساسيين (Wiley & ELSEVIER & APA & arXiv & IEEE & ACM)، في الفترة من يوليو إلى سبتمبر 2020م، وأشار تحليل الاتجاهات إلى وجود زيادة في أبحاث الأخبار المزيفة وقدر كبير من التركيز على إنشاء الأخبار مقارنة باستهلاك الأخبار، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود ثلاثة عوامل تسهل إنشاء الأخبار المزيفة ونشرها: (1) توحيد إنشاء الأخبار واستهلاكها وتوزيعها، (2) إساءة استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، (3) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي منصة إخبارية.

بينما سعت دراسة (Maximilian Haug, Authors Info & Claims, )<sup>39</sup> (2020) لاختبار وتقييم نظريات الاتصال الجماهيري، مثل "دوامة الصمت"، أو تأثيرات مثل "التأثير النائم"، وكيفية ظهور هذه الظواهر الآن في فضاء وسائل التواصل

الاجتماعي، والبحث على نموذج ويستلي وماكلين للتواصل مع الإمكانيات الإضافية للكيانات للتفاعل مع بعضها في كل مرة، وبناء على هذا النموذج؛ شددت نتائج الدراسة على أهمية المصدر، كما أشارت إلى أنه ليس من الواضح بعد كيف يمكن للآليات الخاصة بالمنصة مثل الإعجاب أو المشاركة أن تؤثر في الرأي العام المتصور للمستخدمين. كما استهدفت دراسة (Ramašauskaitė & Mačiulienė, 40) Skaržauskienė, 2020 التعرف على دور الصحف الإلكترونية في ليتوانيا لمحاربة الأخبار الزائفة وكشف الحقائق للقراء، مع التركيز على ثلاث جهات نظر: المواقف العامة تجاه الأخبار المزيفة، والتفاعل الملحوظ مع المعلومات المضللة، والرأي حول التدابير المضادة فيما يتعلق بالأخبار المزيفة، واعتمد الباحث في دراسته على منهج دراسة الحالة، فأجرى مقابلات متعمقة مع عينة قوامها 65 مفردة من الصحفيين ومديري الصحف الإلكترونية، إضافة إلى خبراء الإعلام في ليتوانيا، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية في ليتوانيا تعمل على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة والعمل على فلترتها قبل تقديمها للجمهور، كما أشارت النتائج إلى أنه ليس جميع مستخدمي وسائل الإعلام مستعدين و/أو لديهم الكفاءات اللازمة لمكافحة الأخبار المزيفة، لذا فإن مشاركة المواطنين قد تؤثر سلباً في الواقع في جودة عملية مكافحة الأخبار.

أما دراسة (Shalini Talwar , Amandeep Dhir , 2020) 41 فقد تبنت منهجاً مختلطاً لاستكشاف سلوك مشاركة الأخبار المزيفة، بتحليل البيانات النوعية من 58 مقالة مفتوحة لتحديد ستة مظاهر سلوكية مرتبطة بمشاركة الأخبار المزيفة، بالاعتماد على فرضية تأثير الشخص الثالث، وبالتطبيق على 471 مفردة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن النشر الفوري للأخبار لخلق الوعي كان له تأثير إيجابي في تبادل الأخبار الكاذبة، كما أشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين يشاركون في إجراءات تصحيحية نشطة من غير المرجح أن يشاركون أخباراً مزيفة.

ولتحديد ما إذا كانت الكلمة المكتوبة تمتلك القدرة على الإقناع بالمعلومات المغلوطة مقابل الوسائط المتعددة؛ فقد سعت دراسة (Hameleers, M., et al, 2020)<sup>42</sup> للبحث عن دور العناصر المرئية في التضليل والتحقق من الحقائق، بالتطبيق على عينة متنوعة من المواطنين الأمريكيين قوامها 1404 مفردات، للتحقق من مصداقية النصوص مقابل المعلومات المضللة المتعددة الوسائط (النصية والمرئية)، وأشارت النتائج إلى أنه بغض النظر عن المصدر؛ فإنه ينظر إلى المعلومات المضللة متعددة الوسائط بأنها أكثر مصداقية قليلاً من المعلومات المضللة النصية.

وفي إطار انتشار الأخبار المزيفة في أثناء الحملة الانتخابية 2016م وبعدها؛ سعت دراسة (Ognyanova, K., Lazer, et al. 2020)<sup>43</sup> للكشف عن ما إذا كان التعرض للأخبار المزيفة يرتبط بانخفاض الثقة في وسائل الإعلام، وزيادة الثقة في الحكومة، وطُبِّقت الدراسة على عينة من المشاركين قوامها 3000 مفردة، قبل فترة وجيزة من الانتخابات النصفية الأمريكية وبعدها بوقت قصير، وبيّنت النتائج أن التعرض للأخبار المزيفة كان مرتبطاً بانخفاض ثقة وسائل الإعلام الرئيسية بين المشاركين، كما كشفت النتائج أن التعرض للأخبار المزيفة يختلف في تأثيره في الثقة السياسية اعتماداً على أيديولوجية الشخص.

بينما سعت دراسة (ممدوح مكاوي، 2020م)<sup>44</sup> لتقديم صورة بانورامية للدراسات التي تناولت موضوع الأخبار الزائفة، من خلال تحليل نتائج (110) دراسات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن ظاهرة الأخبار الزائفة لم تكن جديدة، لكن الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م ساعدت على بروزها، كما ربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، واعتبارها محركاً قوياً لزعزعة استقرار المجتمعات، كذلك رصدت التأثيرات المختلفة لظاهرة الأخبار الزائفة مع التركيز على الجانب النفسي للجُمهور في ضوء التخبطات الإخبارية المتتالية غير الصحيحة، وركّزت الدراسات على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها محركاً قوياً لسهولة انتشار الأخبار الزائفة.

بينما استهدفت دراسة (هاني نادي، 2020م)<sup>45</sup> التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة في

الانتخابات البرلمانية 2020م، وذلك من خلال إجراء دراسة وصفية ميدانية باستخدام منهج المسح الإعلامي، على عينة عمدية من مستخدمي الشبكات الاجتماعية قوامها (376) مفردة من الشباب باستخدام أداة الاستبانة ومقياس الاتجاهات نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية، وتوصل البحث إلى أن السخرية والتهكم جاءت في الترتيب الأول من أشكال الأخبار الزائفة التي تتعرض لها العينة عبر الشبكات الاجتماعية، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020م.

أما على صعيد توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف زيف الأخبار؛ فسعت دراسة (Santosh Kumar, 2020)<sup>46</sup> للتعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي في وكالة أنباء Xinhua الصينية في العمل الصحفي، والتحديات التي تعوق توظيفها، ومن خلال إجراء مقابلات متعمقة مع مجموعة من الصحفيين، أشارت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم بدرجة كبيرة في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة التي تُنشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وفي السياق ذاته؛ استهدفت دراسة (Waleed Alli & Mohamed Hassoun, 2019)<sup>47</sup> رصد الوضع الراهن لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغيير الممارسة الصحفية، والوقوف على التحديات الأخلاقية والمهنية التي تخلقها هذه التقنيات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمثل تطوراً كبيراً في حل المشكلات التي تواجه الصحافة بخصوص مكافحة الأخبار المزيفة.

وكذلك سعت دراسة (Rubal Kanozia, 2019)<sup>48</sup> لاستكشاف وتحليل الأدوات والتقنيات الرقمية لفضح الأخبار المزيفة والواقع الافتراضي لوسائل الإعلام، وكشفت النتائج الحاجة إلى آلية قوية للتحقق من الحقائق مثل الذكاء الاصطناعي، وزيادة المعرفة الرقمية والتعلم الآلي، وتدريب الصحفيين لتوعيتهم بأساليب وتقنيات الأخبار المزيفة، حتى يتمكنوا ببساطة من التعرف على الأخبار المزيفة وفضحها، كما أشارت النتائج إلى أن فضح الأخبار المزيفة ينطوي على أربع مهارات رئيسية: البحث عن الصور، والبحث

عن الكلمات الرئيسية الذكية، ومهارات المراقبة القوية، ومهارات الصحافة القديمة الجيدة.

أما على صعيد آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الصحفي؛ فعنيت دراسة (إيمان محمد، 2019م)<sup>49</sup> بالبحث في آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري الصادر عن الصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية الشهيرة على شبكة الفيسبوك، بالتطبيق على صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين، في الفترة من أول أبريل 2017م حتى نهاية أبريل 2018م، للكشف عن آليات الإقناع والتضليل الإعلامي التي يعتمد عليها هذا الخطاب الزائف في عملية التضليل المعرفي، وقد أيد الشق الكمي الظاهري لدراسة الأخبار الزائفة بالصفحات موضع التحليل فرضية التضليل الصريح لصالح النظام المصري، فيما أثار الشق الكيفي المتعمق الشكوك في هذه الفرضية مُرجحاً كفة التضليل الكامن، ويقصد به تعمد اختلاق أخبار إيجابية كاذبة وردئة المُعالجة ونمطية استفزازية على نحو يثير استجابات معرفية ووجدانية وسلوكية عكسية، أي ضد النظام الحاكم والصحف المنتحل أسماؤها.

وفي إطار انتشار الأخبار المزيفة خلال الانتخابات الأمريكية عبر تويتر؛ استهدفت دراسة (Matthew Hindman, Vlad Barash, 2018)<sup>50</sup> باستخدام الأدوات وطرق رسم الخرائط من Graphika، تحليل أكثر من 10 ملايين تغريدة من حساب تويتر مرتبط بها أكثر من 600 وسيلة إعلام وهمية ومؤامرة، بتحليل الأخبار المزيفة وأخبار المؤامرة قبل الانتخابات وبعدها، مما يسمح بقياس مستوى التزييف، وأشارت نتائج الدراسة أن كثيراً من الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة ما زالت عبر تويتر، وتستمر هذه الحسابات لنشر أكثر من مليون تغريدة في يوم عادي، كما وجد أن أكثر من 6.6 مليون تغريدة مرتبطة بناشري الأخبار المزيفة والمؤامرة في الشهر السابق لانتخابات عام 2016م.

#### رؤية تحليلية للدراسات السابقة:

أكدت الدراسات السابقة العربية والأجنبية أن شبكات التواصل الاجتماعي مجال خصب ومحرك قوي لانتشار الأخبار المزيفة، وأن سرعة تسلسل وانتشار الأخبار

والمعلومات الزائفة خلالها يكون أسرع من غيرها من المحتويات، وخاصةً في أوقات الأزمات والجوائح وفترات الانتخابات، مثل دراسة (شمياء محمد، 2023م)، و(ممدوح مكاوي، 2020م)، و(كريم دواجي، وسحنون نسيمة، 2023م)، وأن من شأنها تقشي خطاب الكراهية التحريضي بين المستخدمين، ومع ذلك توجد بعض المنصات الاجتماعية يتوفر بشأنها وعي عام بين الأفراد بأنها منصات ينتشر بها الأخبار المزيفة، ولكنهم يعدونها وسيلة للترفيه وليس للحصول على الأخبار، مثل TikTok (Duong Hoai Lan, Tran Minh Tung 2024).

كما بينت نتائج الدراسات السابقة أن الآليات الخاصة بالمنصة، مثل الإعجاب أو المشاركة، تؤثر في الرأي العام المتصور للمستخدمين بشأن تصور مصداقية الأخبار المنشورة (Maximilian Haug, Authors Info & Claims, 2020)، وهو ما يؤثر في انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام، وفقاً لدراسة (Aimeur, E., ) (Amri, S. & Brassard, G 2023).

عنيت دراسات أجنبية عديدة بتطبيق مدخل "تأثير النائم" لاختبار تأثير تكرار الرسائل الإعلامية في إمكانية تصديق الأخبار المزيفة، وأشارت النتائج إلى أن تأثير النائم في التمثيل موجود بالفعل، وأن تكرار التعرض للرسائل يجعل الأفراد أكثر عرضة لتصديق الأخبار المزيفة، وأكدت تلك الدراسات أهمية المصدر بالنسبة للمعلومة الإخبارية، لأنه حتى الأفراد من ذوي التعليم المرتفع والأكثر مقاومة للأخبار الكاذبة يمكن أيضاً أن يتأثروا بتصور الرسائل بناءً على المعلومات التي يتعرضون لها باستمرار من حيث تصديقها ومشاركتها، وفقاً لدراسة (Stefano Ruggieri, ) (2023, et al. Rubinia C. Bonfanti).

كما لوحظ من نتائج الدراسات السابقة أنه على الرغم من أن المواقع الإلكترونية تعمل على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته المختلفة للتصدي لمسألة انتشار الأخبار المزيفة (Skarzauskiene, A., et al (2020)؛ فإن تلك التقنيات ما زالت غير قادرة على التغلب على مشكلة انتشار الأخبار الزائفة، بل تشكل تحدياً في مواجهتها (يسرا حسني، 2021م).

◀ وفيما يتعلق بآليات التحقق من الأخبار والمعلومات المضللة؛ كشفت نتائج الدراسات السابقة عن الحاجة إلى آلية قوية لتقصي الحقائق، مثل الذكاء الاصطناعي، وزيادة المعرفة الرقمية والتعلم الآلي، وتدريب الصحفيين لتوعيتهم بأساليب الأخبار المزيفة وتقنياتها (Rubal Kanozia, 2019)، والحاجة إلى برامج تدريبية متطورة تُمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة (يسرا حسني، 2021م)، خاصة أن نتائج الدراسات التي تناولت التشريعات الإعلامية الحالية أشارت إلى أنها لا تتناسب مع طبيعة المنصات الجديدة سريعة الانتشار وصعبة التحكم.

◀ كشفت نتائج بعض الدراسات أن انتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي يتأثر بخصائص المحتوى والعواطف المختلفة، وفقاً لدراسة (Meng Cai, Ying Cui, 2021)، وعليه صنّفت دراسة (Rana Ali Adeeb, Mahdi Mirhoseini, 2023) الشبكات الاجتماعية على أنها "وسائل اتصال تفضل نقل المحتوى العاطفي ونشره، وما يترتب على ذلك من تكوين مشاعر عاطفية تخلق ما يسمى بـ"الجماهير العاطفية".

◀ كما أشارت نتائج بعض الدراسات السابقة العربية والأجنبية إلى أن استخدام أخبار وسائل التواصل الاجتماعي يُترجم إلى نية المشاركة من خلال الدقة المتصورة للمعلومات الخاطئة، أي أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يشاركون معلومات خاطئة لأنهم يعتقدون أنها دقيقة (Saifuddin Ahmed, et al. 2022)، وأن الآخرين أكثر منهم تأثراً بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لما توصلت إليه دراسة (أميرة سمير، 2022م) في اختبارها للفرض الإدراكي لنظرية تأثرية الآخرين.

◀ وفيما يتعلق بالعوامل التي تؤثر في انتشار المعلومات الخاطئة؛ فقد أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى أن التطورات التكنولوجية، المتمثلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ووجود كميات ضخمة من المعلومات، واستخدام الحسابات الروبوتية، كلها تمثل تحديات صعبة لاكتشاف الأخبار المزيفة (يسرا حسني، 2021م)، بينما اختلفت معها دراسة (Sijing Chen, Lu Xiao, Akit Kumar, 2023)، فقد

أشارت إلى أنه على الرغم من الاعتراف بالطوفان والتأثير الكبير للمعلومات الخاطئة في وسائل التواصل الاجتماعي؛ فإنه لا توجد في الدراسات والأدبيات السابقة مراجعة شاملة للعوامل المسببة للمعلومات الخاطئة والتدابير المضادة للمعلومات الخاطئة (Sijing Chen, Lu Xiao, Akit Kumar, 2023), ووفقاً لما استنتجته دراسة (Giancarlo Ruffo, Alfonso Semeraro, et, al, 2023) فإنه من المتوقع تطوير الأساليب الحاسوبية القادمة لمنع الأخبار المزيفة من تلوين وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام منهجيات هجينة وحديثة.

كما أشارت بعض النتائج إلى أنه بغض النظر عن المصدر؛ فإن المعلومات المضللة متعددة الوسائط أكثر مصداقية قليلاً من المعلومات المضللة النصية (Hameleers, M., et al, 2020), لذلك فإن الصحف في تصحيحها للأخبار الكاذبة تسعى لتوظيف المواد المصورة والوسائط المتعددة وفقاً لما أشارت إليه (سحر الخولي، 2023).

كما أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى أن السخرية والتهمك يأتي في مقدمة أشكال الأخبار الزائفة التي تنتشر عبر الشبكات الاجتماعية، مثل دراسة (هاني نادي، 2020م) و(ممدوح مكاي، 2020م).

وعن أسباب ظهور ظاهرة الأخبار الزائفة، فقد اتفقت نتائج الدراسات السابقة العربية والأجنبية على أن الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م مثلت بروزاً لانتشار الأخبار المزيفة والمضللة، مثل دراسة (Ognyanova, K., Lazer, et al. 2020), و(ممدوح مكاي، 2020م).

برز اهتمام الدراسات الأجنبية السابقة بالمنهج شبه التجريبي، والاعتماد على نظريات تمثيل المعلومات وما يشتق منها من مداخل كـ"تأثير النائم"، كما اعتمدت أيضاً على تطبيق "نظرية المؤامرة"، و"نظرية التطعيم"، و"نظرية التربية الإعلامية"، و"نظرية المسؤولية الاجتماعية"، بينما اتسمت الدراسات العربية بتعدد المناهج العلمية المتبعة، والاعتماد على مداخل ونماذج نظرية مختلفة، مثل "نموذج آليات الجمهور في



التحقق"، و"الأطر الإعلامية"، و"المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام"، ونظرية "تأثرية الآخرين".

◀ وتختلف الدراسة الراهنة عن الدراسات السابقة في أنها انتهت إلى ما آلت إليه نتائجها، فالنتائج تشير إلى أهمية دور وسائل الإعلام في التصدي للأخبار الكاذبة، وهو ما تنطلق منه الدراسة في الكشف عن دور المنصات الإلكترونية للمؤسسات الإخبارية في دحض المعلومات المزيفة والأخبار المغلوطة، وتخصيصها مساحة كافية تتناسب مع ما يُنشر من أخبار زائفة -خاصة أن نتائج الدراسات السابقة تؤكد أن الجمهور يعتمد على التعرض للمصادر المؤسسية للتأكد من صحة المعلومات، مثل دراسة (أحمد جمال، 2021م) - بينما ركزت معظم الدراسات السابقة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في المساعدة على انتشار الأخبار الكاذبة في الأوقات العادية وأوقات الأزمات.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

◀ الاسترشاد بالدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة والوقوف على أبعادها، وتحديد أهدافها وتساؤلاتها، واختيار الأداة المناسبة وبنائها، وتخير نوع الدراسة ومنهجها، والإطار النظري المناسب لها.

◀ كذلك أفادت الدراسات السابقة الباحثة في التزود بعدد من المراجع والمصادر ذات الصلة.

◀ الاستفادة من نتائج تلك الدراسات؛ إذ وفرت للباحثة كما من البيانات والمعلومات التي أسهمت في تفسير نتائج الدراسة الحالية وتحليلها.

#### مشكلة الدراسة:

في ظل التحول الرقمي للمؤسسات وقطاعات الدول لا سيما الإخبارية، زاد حجم انتشار البيانات والمعلومات وتبادلها، الأمر الذي ساعد على زيادة حجم التهديدات التي تواجه الأمن السيبراني بانتشار ما سمي Fake News، إذ أصبح الفضاء السيبراني بيئة خصبة لانتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، لا سيما مع ظهور ما عرف بصحافة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence journalism أو الصحافة

الخوارزمية Algorithmic journalism، ومع تعاضم أهمية المؤسسات الإعلامية الإخبارية الإلكترونية في نقل الأخبار والمعلومات بصدق وحيادية، فإن دورها لم يعد يقتصر على ذلك فقط، ففي ظل انتشار وتداول الأخبار الزائفة عبر المنصات الإلكترونية المختلفة، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت ملاذاً آمناً لانتشار المعلومات المضللة والأخبار المزيفة واستغلال أسماء وكيانات صحفية مختلفة لنشر وتداول الأخبار الزائفة؛ فإن ذلك فرض تحدياً جديداً على وسائل الإعلام الإخبارية بمنصاتها المختلفة، إذ كان لزاماً عليها إنشاء منصات مخصصة لدحض هذه النوعية من الأخبار والمعلومات، وذلك في إطار حرصها على تقديم إعلام قوي صادق وبنّاء، واضعةً نصب أعينها أهمية توصيل الحقيقة إلى الجمهور، ومطورةً بذلك دورها كحارس بوابة، وموظفةً للتقنيات التكنولوجية الحديثة للحد من انتشار المحتوى المضلل.

وفي ضوء ما سبق، وفي إطار التغيرات التي تشهدها المؤسسات الإخبارية بسبب التغيرات التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة رصد وتوصيف وتحليل دور منصات تقصي الحقائق الإلكترونية التابعة للمؤسسات الإخبارية في دحض ومواجهة الأخبار المزيفة وتصحيح المعلومات المضللة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال إجراء دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية للمنصات الإخبارية لوكالتي الأنباء العالميتين رويترز وفرانس برس، التي أنشأت خصيصاً لكشف الحقائق والتقصي عنها، وذلك من خلال إجراء تحليل للأخبار المتحقق منها في كلا الموقعين، للكشف عن طبيعة هذه المعلومات، وأساليب التزييف بها، وآليات الكشف عنها، واستخدام وتوظيف آليات الذكاء الاصطناعي في نشر الأخبار الزائفة وكذا في مواجهتها من قبل مواقع الدراسة، إضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الإخبارية المختلفة لرصد تصوراتهم نحو العوامل المسببة لاستمرار انتشار الأخبار الزائفة برغم التطور التكنولوجي، ومستوى توظيف تقنيات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي للتصدي لها، وكذلك الكشف عن أبرز التحديات التي تواجههم، وأهم آليات الحد من انتشار الأخبار الزائفة.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: كيف تتقصى المؤسسات الإخبارية صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

## أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات، كما يلي:

- أهمية دور الإعلام في تحقيق الأمن السيبراني انطلاقاً من رؤية مصر 2030م في زيادة الوعي والتثقيف والتحذير لخلق قاعدة شعبية قادرة على مواجهة التهديدات السيبرانية، ومن ثمَّ الإسهام في الحد من التأثيرات السلبية للأخبار الزائفة في ظل استمرار الهجمات الإلكترونية التي تهدد الأمن السيبراني.
- تُعدُّ الدراسة من الدراسات البينية التي تجمع بين مجال الإعلام الرقمي والأمن السيبراني.
- كما تنبثق أهمية الدراسة من حيوية موضوع المعلومات المزيفة والأخبار الخاطئة، التي وعلى الرغم من التطور التكنولوجي فإنها ما زالت منتشرة وفي تزايد مستمر؛ إذ تأتي الدراسة تزامناً مع التحولات التكنولوجية الكبرى في مجال الذكاء الاصطناعي التي أَلقت بظلالها على ممارسة الأنشطة الاتصالية كافة، والأنشطة الصحفية خاصة، وهو ما يستوجب ضرورة دراسة تلك التحولات في مجال الصحافة.
- أهمية دور المؤسسات الإخبارية في دحض الشائعات ومواجهة الأخبار الكاذبة، لما لها من دور مهم وتأثير في الرأي العام، ومصدراً مهماً للحصول على المعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموثوقية، وهو ما يقتضي القيام بمسؤوليتها الاجتماعية تجاه المعلومات الزائفة والمضللة.
- تزايد الاهتمام بمواجهة المخاطر المجتمعية والسياسية والدولية الناتجة عن انتشار الأخبار الزائفة، وبخاصة في أوقات الأزمات والجوائح، وذلك في ظل تزايد الاعتماد على المنصات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتزايد أعداد مستخدميها، مما يؤدي إلى حدوث آثار سلبية في المجتمعات.
- كذلك تفيد الدراسة في تحديد الدور الإعلامي للمؤسسات الإخبارية في تحقيق الوعي وإبراز أثر المضمون الإعلامي السليم في تحقيق الأمن الفكري.
- كما تستمد الدراسة أهميتها من كون الفرد وفق نموذج "أدوار الجمهور في التحقق من Audience Act Authentication"<sup>51</sup> يتجه إلى مصادر خارجية للتحقق من المعلومات، ويحدث ذلك بطريقة مقصودة عندما يبحث بوعي عن هذه المصادر، أو

بطريقة عرضية عندما ينتظر تأكيد المصادر سواء الشخصية أو المؤسسية لهذه الأخبار، وذلك عندما لا يتمكن من الاعتماد على التحقق الذاتي من المعلومات التي يُقيم فيها الفرد المعلومات بناءً على خبرته ومعرفته وحده، ومن هنا تبرز أهمية توظيف المؤسسات الإعلامية للمنصات الإلكترونية لدحض ومواجهة المعلومات المضللة.

#### أما دوافع اختيار الموضوع فترجع إلى:

- محدودية الدراسات التي عنيت بتوظيف نظرية الهاكولوجيا في مجال الإعلام، كما تُعدُّ الدراسة الحالية أول دراسة تطبق نظرية الهاكولوجيا في رصد وتوصيف وتحليل المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي الحقائق.
- تدعيم الاتجاه البحثي في مجال تأثير وسائل الإعلام في دحض ومواجهة المعلومات المضللة والمزيفة.
- سد ثغرات التساؤلات والإشكاليات في هذا المجال، والكشف عن مستوى إسهام أدوات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات والأخبار المضللة، وكذلك في مواجهتها من قبل المنصات الإخبارية المتخصصة.

#### أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي يتمثل في:
- الكشف عن الممارسات الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويتفرع منه عدة أهداف، هي:
- الكشف عن طبيعة وشكل المواد الزائفة المتحقق منها في مواقع الدراسة.
- تفسير أهداف نشر الأخبار والمواد الزائفة المتحقق منها في مواقع الدراسة.
- رصد المصادر المنسوبة للأخبار والمعلومات المضللة التي كشفت عنها مواقع الدراسة.
- تحديد الوسائط المتعددة التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقصي صحة الأخبار.
- تحليل أساليب التزييف في الأخبار والمعلومات المضللة المتحقق منها في الموقع الإلكتروني.
- معرفة أدوات التحقق المستخدمة في تقصي المعلومات والأخبار الزائفة بمواقع الدراسة.

- الوقوف على تصورات الصحفيين للعوامل المسببة في استمرار انتشار الأخبار الزائفة.
- رصد مستوى توظيف المؤسسات الإخبارية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تقصي صحة الأخبار.

▪ الكشف عن أبرز التحديات لمواجهة الأخبار الزائفة، وآليات الحد من انتشارها. ولتحقيق أهداف الدراسة تطرح عدداً من التساؤلات؛ ونظراً لطبيعة الدراسة قُسمت التساؤلات إلى:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما طبيعة المعلومات المزيفة التي تقصت عنها مواقع الدراسة؟
2. ما المصادر المنسوبة للأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة؟
3. ما طبيعة التضليل في الأخبار والمواد الزائفة التي تقصت عنها مواقع الدراسة؟
4. كيف وظّفت مواقع الدراسة الوسائط المتعددة لكشف المحتوى المضلل وتقصي الحقيقة؟

5. ما النطاق الجغرافي للأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة؟
6. ما الفترات الزمنية التي انتشرت بها الأخبار الزائفة بمواقع الدراسة؟ وأهداف نشرها؟

7. ما الأساليب التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقصي صحة الأخبار؟
8. ما المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقصي صحة الأخبار؟
9. ما آليات التحقق التي استخدمتها مواقع الدراسة في تقصي صحة الأخبار؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما تصورات الباحثين لأسباب استمرار ظاهرة الأخبار الزائفة رغم تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
2. هل نجحت المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار وتقليص مساحة انتشار الأخبار الزائفة وتصديقها؟
3. إلى أي درجة ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي المؤسسات الصحفية في كشف الأخبار الزائفة؟

4. ما الآليات التي يتبعها المبحوثون لمواجهة الأخبار الزائفة؟ وما أبرز تقنيات التزييف التي رُصدت؟
5. ما التحديات التي تواجه المبحوثين في الاستخدام الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة ومواجهتها؟
6. ما الآليات والاستراتيجيات اللازمة للحد من انتشار الأخبار الزائفة وتصديقها من وجهة نظر المبحوثين؟

#### الإطار النظري للدراسة (نظرية الهاكطولوجيا Haktology):

أصبح المحتوى المخترق والمسرب مصدراً رئيسياً للمعلومات في الأخبار السائدة في ظل التطور السريع لشبكات الإنترنت وتزايد مصادر الحصول على المعلومات سهلة الوصول، ففي عالم تهيمن عليه وسائل التواصل الاجتماعي، قد تؤدي المعلومات "المزيفة" وغير المؤكدة" إلى تغيير الرأي العام، وقد تجد طريقها إلى وسائل الإعلام الإخبارية الرئيسية<sup>52</sup>، وعليه فإن نظرية "الهاكطولوجيا" تتضمن مجموعة من المبادئ المصممة لاختبار هذه الظاهرة وتفسيرها والتنبؤ بها، وتدرس هذه النظرية التي تسمى Haktology، عمليات الوصول غير القانوني وغير المصرح به إلى المعلومات، والكشف عنها لاحقاً للصحفيين والناشطين، وتحويلها إلى تقارير إخبارية، والتأثير الذي تتركه هذه التقارير في الرأي العام<sup>53</sup>.

ويستمد مصطلح الهاكطولوجيا جذوره من كلمة Hakken، التي كانت متداولة في اللغة الإنجليزية في القرون الوسطى، وكذلك من اشتقاقها الحديث من كلمة Hack، التي تشير في لغة برمجة الحاسوب إلى محاولات الوصول غير المشروع، إضافة الأنطولوجيا الكلمة اليونانية Ontology، التي تعني الحقل المعرفي الذي يعني بطبيعة الوجود<sup>54</sup>.

و"هاكتولوجي" نظرية تتطلب دراسة العصر الجديد للصحافة الذي دورها فيه يعد بمثابة حارس البوابة الإلكتروني، نظراً لأن حارس البوابة يغربل الرسائل الإعلامية من أجل تحقيق المصادقية، فإن تقارير وسائل الإعلام عن معلومات لم يتحقق منها هو "الشيء الصحيح الذي ينبغي عمله على الإطلاق" في عالم يهيمن عليه النشر الرقمي

للمعلومات<sup>55</sup>، وحراسة البوابة هي حكم أو اتخاذ قرار بشأن المعلومات التي يجب جمعها وتقييمها ومشاركتها في النهاية، وأن تكون الصحافة حارساً للبوابة يعني ممارسة السيطرة على المعلومات التي تصل إلى المجتمع وكيفية تأطير الواقع الاجتماعي، وحراس البوابات "يسهلون أو يقيدون نشر المعلومات عندما يقررون الرسائل التي يسمحون بمرورها عبر البوابات"<sup>56</sup>.

ففي ظل البيئة الإعلامية الحالية، ينبغي للصحافة المهنية أن تكون بمثابة ثقل موازن للأخبار المزيفة، فيتحمل الصحفيون المسؤولية الأخلاقية المتمثلة في التحقق من قصصهم الإخبارية وتقديمها لجمهورهم بتقارير دقيقة ومتوازنة، وينبغي لوسائل الإعلام الإخبارية المهنية أن تكون كذلك، بحيث يُنظر إليها على أنها مصادر مرجعية يمكن من خلالها مقارنة دقة وصحة الأخبار والمحتوى الإخباري المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد، تعد المشاركة المستتيرة للأخبار الزائفة وتفنيدها إحدى الركائز الأساسية للقضاء على هذه الظاهرة، ففي المشهد الإعلامي الحالي ينتشر التحيز للأخبار الزائفة السيئة، إذ تميل وسائل الإعلام ومنصات الأخبار إلى التركيز على الأحداث السلبية، مما يؤثر في تصور المجتمع للواقع، ويعود هذا التحيز إلى الأخبار المضللة التي تجذب مزيداً من المشاهدين، وتولد إيرادات إعلانية أعلى، وتستفيد من ميل العقل البشري إلى التركيز على التهديدات، ويمكن أن يؤدي استهلاك الأخبار السلبية المفرطة إلى التوتر والقلق ونظرة منحرفة للعالم، كما يمتد ليشمل تأثيره في المجتمع بتشكيل التصور العام، وتعزيز الخوف والتشاؤم، وإعاقة حل المشكلات.

وتعرف الهاكولوجيا بأنها النظرية التي تدرس أي محاولة مقصودة ومتعمدة للحصول على معلومات غير متاحة وجمعها وبثها ضمن الفضاء العام وسياقه دون الحصول على موافقة المصدر، ومن ثم نشرها من خلال الإعلام<sup>57</sup>، وتدرس نظرية الهاكولوجيا كل الجوانب والأساليب المتعلقة بالهجمات الإلكترونية، وقرصنة المعلومات وتسريبها، ونشر الأخبار المضللة، إضافة إلى تأثير هذه العملية في سياق الصحافة كممارسة وقواعد وسلوك، كما تدرس النظرية لماذا وكيف يغطي الإعلام الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، فالصحافة تغطي الأخبار الزائفة حال التأكد من مصداقيتها، وعندما تخفق في

عملية التأكيد والتحقق من المعلومة عليها عدم النشر، أو في أقل تقدير تقديم المادة ترافقها أنماط خطابية تحذر المتلقي من أن الوسيلة لم تستطع أو لم تتمكن من التحقق من مصداقية المعلومة<sup>58</sup>، إذ يتمثل دور الصحفيين في حمل مسؤولية الرسالة الإعلامية، فوسائل الإعلام الإخبارية تجد نفسها فيها في حالة حرب، "حرب معلومات" لا يعرف فيها أحد حقاً من أو ما الذي يجب أن يثق به والجهة التي يثق بها، فطبيعة الحقيقة نفسها في خطر، وفي عصر أصبحت فيه الاختراقات والتسريبات مصدراً رئيسياً للمعلومات لوسائل الإعلام الإخبارية، تساعدنا نظرية "haktology" على فهم ما يحدث في مشهدها الإعلامي المضطرب<sup>59</sup>.

وتستند نظرية الهاكتولوجيا إلى عدة فروض، منها<sup>60</sup>:

- يتحول اهتمام وسائل الإعلام عادة إلى فعل القرصنة أو التسريب بدلاً من محتوى المعلومات التي تُخترق أو تُسرب.
- عادة ما يعزز المتأثرون بالتسريبات حقيقة أن فعل الاختراق غير قانوني.
- عادة ما ترافق عمليات القرصنة وتسريب المعلومات تغطية صحفية صاخبة يتحول فيها تركيز الإعلام والصحافة بصورة مطردة إلى عملية كشف المعلومات ذاتها، وما إن كانت صحيحة وقانونية أم لا، بدلاً من المحتوى الذي أميط اللثام عنه.
- وتطبيقاً لمبدأ التوازن في التغطية الإخبارية، عند تطبيق إجراءات التوازن، تقضي وسائل الإعلام وقتاً أطول في التركيز على حاملي الأسرار بدلاً من التركيز على تأثير الأسرار وعواقبها.

ووفقاً لما عرّض، بدأ ملائمة النظرية للدراسة الحالية من حيث:

- وفقاً لـ Leon فإن مؤسسات الإعلام الإخبارية المرموقة والمؤثرة تعتمد على الموقع الإلكتروني لنشر المعلومات التي يمكنهم التحقق منها، ومن هنا تساعد نظرية الهاكتولوجيا على تحليل المحتوى الإعلامي الزائف، والوقوف على طبيعة الأخبار والمواد المتحقق منها، المنشورة على المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، وتحليلها للكشف عن مصادرها، واستنتاج أهداف الترويج لها.



- تدرس نظرية الهاكولوجيا تأثير عملية انتشار الأخبار المزيفة في سياق الصحافة كممارسة وقواعد وسلوك، ومن هنا تسعى الدراسة للكشف عن تطور الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية، من خلال توظيف كل من موقع خدمة تقصي الحقيقة لرويترز، وموقع تقصي صحة الأخبار لفرانس لبرس لمواجهة الأخبار المزيفة.
- تساعد نظرية الهاكولوجيا في تحليل الخبر المزيف لمعرفة إن كان كاتبه يستهدف ترويج أخبار معينة بشكل زائف، وما طبيعة هذه الأهداف.
- تقترض النظرية أن المؤسسات الصحفية تغطي الأخبار الزائفة حال التأكد من مصداقيتها، وعندما تخفق في عملية التأكيد والتحقق من المعلومة عليها عدم النشر أو في أقل تقدير تقديم المادة ترافقها أنماط خطابية تحذر المتلقي من أن الوسيلة لم تستطع أو لم تتمكن من التحقق من مصداقية المعلومة، وهو ما يتبين خلال عملية تحليل موقعي الدراسة.
- التنبؤ بالأثر الذي يمكن أنه يخلفه انتشار الأخبار والمعلومات المضللة التي كشف عنها موقع الدراسة.
- كما توظف النظرية من خلال إدراج بعض التساؤلات بأداة الاستبانة التي تكشف عن الممارسات الصحفية التي يقوم بها الصحفيون بالمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار.

#### الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية التي تتعدى الاهتمام باستكشاف الظاهرة إلى وصفها وتشخيصها، ومن هنا تهدف الدراسة إلى رصد الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار، وذلك من خلال رصد دورها الفعلي في دحض الأخبار المزيفة ومواجهتها، وكذلك من خلال التعرف على الممارسة الصحفية في تقصي صحة الأخبار للصحفيين بالمؤسسات الإخبارية.

كما تنتمي الدراسة الحالية إلى دراسات المقطع العرضي Cross Sectional Study، من خلال اقتطاع جزء من امتداد سريان الظاهرة، ووضعه تحت عدسات الرصد، لتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين الواقع وما يُتقصى عنه. منهج الدراسة:

وفقاً لأهداف الدراسة ومتطلباتها، تعتمد على منهج المسح Survey بشقيه الوصفي والتحليلي، وهو مجموعة من الخطوات المنظمة التي يتمكن الباحث من خلالها من دراسة جوانب المشكلة أو الظاهرة، وجهد منظم للحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بالظاهرة محل الدراسة، كما يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، ويستخدم منهج المسح في الدراسة الحالية على مستويين؛ الأول: لرصد وتحليل المحتوى الإعلامي الزائف الذي تقصت عنه المؤسسات الإخبارية عينة الدراسة، والثاني: عبر مسح عينة من الصحفيين للتعرف على ممارساتهم الصحفية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتصوراتهم للظاهرة.

الإطار الإجرائي للدراسة:

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها: يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار، أما بالنسبة لعينة الدراسة فبعد إجراء دراسة استطلاعية على مواقع المؤسسات الإخبارية التي تقدم خدمة تقصي صحة الأخبار، اختيرت عينة عمدية تحددت في الموقع الإلكتروني لكل من: خدمة تقصي الحقائق من رويترز، وخدمة تقصي صحة الأخبار باللغة العربية من فرانس برس، لرصد دورهما في مواجهة الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة وكشف الحقائق للجمهور، وروعي في اختيار العينة أن تتوافر فيها الشروط الآتية: أولاً: أن تكون طبقت خدمة تقصي صحة الأخبار بمجرد الإعلان عن الخدمة، ثانياً: أن تتمتع الخدمة بتعدد وتنوع المواد الإخبارية التي كُشِف عنها، وثالثاً: أن تكون مستمرة في نشر محتواها دون توقف لفترات طويلة، رابعاً: لم تتناولهما الدراسات السابقة بالبحث والتحليل على حد إطلاع الباحثة.

## عينة المواد الخاضعة للتحليل:

اختيرت عينة التحليل بأسلوب الحصر الشامل؛ بإخضاع جميع الأخبار الزائفة التي أحصاها الموقع الإلكتروني لخدمة تقصي الحقيقة من رويترز، وكذلك موقع خدمة تقصي صحة الأخبار باللغة العربية من فرانس برس، خلال المدة من 1 فبراير حتى 30 أبريل من عام 2024م، البالغ عددها (309) مواد مضللة، منها (117) مادة منشورة على موقع خدمة تقصي الحقيقة من رويترز، و(192) مادة على موقع خدمة تقصي صحة الأخبار باللغة العربية من فرانس برس، لتحليلها بعدها إطاراً زمنياً مناسباً للدراسة.

مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها: يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الصحفيين العاملين بالمؤسسات الإخبارية، واختيرت عينة متاحة قوامها (120) مفردة من الصحفيين الذين أبدوا استجاباتهم وموافقتهم على تعبئة الاستبانة.

### وصف ديموجرافي للعينة

النسبة	التكرارات	المتغيرات	
63.3	76	ذكور	النوع
36.6	44	إناث	
100	120	الإجمالي	
22.5	27	أقل من 5 سنوات	عدد سنوات الخبرة
28.3	34	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	
49.1	59	أكثر من 10 سنوات	
100	120	الإجمالي	
7.5	9	رؤساء ومديرو تحرير ونوابهم	
13.3	16	رؤساء أقسام ونوابهم	
79.1	95	محرر صحفي	
100	120	الإجمالي	

## أدوات الدراسة:

أولاً: أعدت الباحثة استمارة تحليل محتوى أداة منهجية للدراسة الكمية والنوعية، وقسمت استمارة تحليل المضمون إلى عدد من الفئات الرئيسية والفرعية الخاصة بتحليل المحتوى من حيث الشكل والمضمون، التي تسعى بمجملها للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، وتسهم في استخلاص النتائج، وتركز التحليل على الأسلوب الكمي والكيفي لأنه يسهم في تقديم تفسير وفهم أكبر للقضية محل الدراسة معتمداً على الأرقام والنص والنماذج المصورة.

ثانياً: أعدت الباحثة استبانة لجمع البيانات من عينة الصحفيين العاملين في المؤسسات الإخبارية في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، واشتملت الاستبانة على ثلاثة محاور رئيسية إلى جانب البيانات الشخصية، وتمثل المحاور الثلاث في: المحور الأول: تصورات الصحفيين لظاهرة الأخبار الزائفة، والعوامل المسببة في الاستمرار، المحور الثاني: مستوى توظيف المؤسسات الإخبارية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تقصي صحة الأخبار، المحور الثالث: أبرز التحديات لمواجهة الأخبار الزائفة، وآليات الحد من انتشارها.

## إجراءات الصدق والثبات:

### أولاً اختبار الصدق:

ويقصد باختبار الصدق صلاحية أداة الدراسة لقياس ما هو مراد قياسه، أي صلاحية أدوات الدراسة في تحقيق أهدافها، ومن ثم إمكانية الثقة فيما يتوصل إليه الباحث من نتائج، وللتحقق من صدق أداتي الدراسة التحليلية والميدانية، استخدم الصدق الظاهري وذلك من خلال عرض أداتي الدراسة على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجال البحث العلمي والإعلام<sup>61</sup>، وإجراء التعديلات وفقاً لتوجيهات الأساتذة المحكمين، لتصبح أدوات الدراسة بذلك صالحة لتحقيق أهداف الدراسة.

### ثانياً اختبار الثبات:

يقصد بثبات أداة القياس أن تعطي النتائج نفسها إذا أعيد تطبيق الأداة على العينة نفسها وفي الظروف نفسها، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال

السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وقياس ثبات التحليل بطريقة الاتساق الزمني بين القائمين بالتحليل كل على حدة، "بمعنى ضرورة توصل القائمين بالتحليل إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل ووحداته على المضمون نفسه فيما لو أجرى في أوقات مختلفة"، وخلصت نتيجة قياس الثبات إلى أن الفئات التي حصلت على اتفاق تام في مرتي التحليل كان عددها (78) فئة من مجموع الفئات التي جرى تصنيفها وترميزها في مرتي التحليل، وعند تطبيق معادلة هولستي Holesti لقياس معامل الثبات في هيئة نسبة مئوية، بلغت قيمة معامل الثبات 0,93، وهي درجة ثبات عالية.

ولاختبار ثبات أداة الاستبانة أُتبع أسلوب إعادة الاختبار Test-Retest، وطُبّق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبانة، ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة أخرى بعد أسبوعين من الاختبار الأول، حتى يمكن تجنب عوامل التغيير، والتأكد من قدرة الأداة على القياس مهما تغيرت الظروف، وبلغت نسبة ثبات المقياس 0.91، وهي نسبة مرتفعة ومؤشر جيد على صلاحية الاستبانة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، أُدخلت -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية"، المعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: *Statistical Package for the Social Sciences*، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. الوزن النسبي.

## مفاهيم الدراسة:

### الممارسة الصحفية:

أو ما يعرف بالأداء المهني، وهو نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغييرات في الفرد والجماعة، والمقصود بالممارسة الصحفية على مستوى الدراسة تتبع الأخبار الزائفة والتقصي عنها من خلال جمع المعلومات والحقائق من مصادرها، ومعالجتها في شكل معين، وتقديمها للجمهور من خلال عرضها على الموقع الإلكتروني للمؤسسة الإخبارية.

### الأخبار الزائفة:

تعرف الأخبار المزيفة بأنها نوع من المعلومات المضللة عبر الإنترنت، تحتوي على بيانات مضللة و/ أو كاذبة، قد تكون أو لا تكون مرتبطة بأحداث حقيقية، ومصممة عمداً لتضليل و/ أو التلاعب بجمهور محدد أو متخيل، من خلال ظهور تنسيق إخباري مع بنية انتهازية (العنوان، والصورة، والمحتوى) لجذب انتباه القارئ من أجل الحصول على مزيد من النقرات والمشاركة، ومن ثم زيادة إيرادات الإعلانات و/ أو المكاسب الأيديولوجية<sup>62</sup>.

### الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة إجرائياً:

هي الأخبار والمعلومات التي تُداول عبر المنصات الإلكترونية المختلفة، وعمل الموقع الإلكتروني لخدمة تقصي الحقيقة من رويترز على كشفها والتحقق منها.

### خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

أنشأت رويترز نيوز وحدة جديدة لتقصي الحقيقة ضمن قسم التحرير بالوكالة، والهدف الرئيسي لهذه الوحدة هو تقصي صحة المواد المرئية والادعاءات التي تُبث على وسائل التواصل الاجتماعي، وينشر القائمون على هذه الوحدة ما يتوصلون إليه على مدونة أنشأت خصيصاً لهذا الغرض، ورويترز هي وكالة أنباء عالمية تأسست منذ قرابة 170 عاماً، ويعمل صحفيوها في جميع أنحاء العالم مُسترشدين بالمبادئ المُؤتمنة التي تنص على ضرورة نقل رويترز الأخبار بنزاهة، واستقلال، ودون أي تحيز<sup>63</sup>.

### خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

خدمة تقصي صحة الأخبار هي واحدة من أقسام وكالة فرانس برس، الوكالة المتعددة اللغات والثقافات، التي تعمل على تغطية إعلامية شاملة متواصلة لكل الأحداث

المهمة في كل بقاع العالم، تتوفر فيها عناصر الموضوعية والتوازن، وذلك من عام 2017م بالتنسيق مع أكثر من 100 متخصص في تفكيك الأخبار المضللة يتوزعون على عشرات المدن التي توجد فيها مكاتب الوكالة حول العالم، وتعمل فرق تقصي صحة الأخبار على مراقبة مواقع التواصل بأربع وعشرين لغة، وتتعاون مع صحفيي مكاتب الوكالة في الثبوت من صحة هذه الأخبار، ثم تُصدر تقارير لتفنيد الأخبار المضللة<sup>64</sup>.

### النتائج العامة للدراسة:

#### أولاً نتائج الدراسة التحليلية:

تناولت الباحثة هنا عرضاً لنتائج تساؤلات الدراسة التحليلية، من خلال تحليل فئات الاستثمار الرئيسية والفرعية للتعرف على دور المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية في تقصي الحقيقة، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

جدول (1) نوعية الموضوعات والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة

الأخبار/ المعلومات المضللة	خدمة رويترز لتقصي الحقيقة		خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس	
	كـ	%	كـ	%
سياسية	80	68,4	102	53,1
اجتماعية	27	23,1	33	17,2
اقتصادية	2	1,7	3	1,6
دينية	2	1,7	5	2,6
فنية	0	0	6	3,1
تكنولوجية	0	0	12	6,3
صحية	1	0,9	4	2,1
أمنية	1	0,8	3	1,6
رياضية	2	1,7	9	4,6
فضائية	0	0	5	2,6
سياحية/ أثرية	0	0	6	3,1
أخرى	2	1,7	4	2,1
الإجمالي	117	100%	192	100%

توضح بيانات الجدول السابق نوعية الموضوعات والمواد المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

جاءت المواد "السياسية" في المرتبة الأولى بنسبة 68,4%، يليها المواد "الاجتماعية" في الترتيب الثاني بنسبة 23,1%، ثم جاءت بالتساوي كل من المواد "الاقتصادية" و"الدينية" و"الرياضية" في الترتيب الثالث بنسبة 1,7%، ثم المواد "الصحية" في الترتيب الرابع بنسبة 0,9%.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدرت المواد "السياسية" قائمة المواد المضللة بنسبة 53,1%، يليها المواد "الاجتماعية" في الترتيب الثاني بنسبة 17,2%، ثم المواد "التكنولوجية" في الترتيب الثالث بنسبة 6,3%، ثم "الرياضية" في الترتيب الرابع بنسبة 4,6%.

تلك النتيجة مردّها إلى كثرة الأحداث السياسية ونشوب عدة أزمات دولية، مما أدى إلى استمرار التطورات على الساحة السياسية خلال فترة التحليل، وفي ظل الأزمات الدولية والأحداث السياسية المتواترة وتداخلها مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية، تصبح مواقع التواصل الاجتماعي ساحة تستغلها الجماعات الإرهابية لنشر أفكارها المتطرفة، ونافذة لنشر الشائعات والأكاذيب التي تتال من الدول وشعوبها، إضافة إلى نشر المشاعر العدائية والسلبية، بما يؤدي لتنامي مشاعر اليأس والإحباط في نفوس المواطنين، ومن الصراعات السياسية التي تم تناولها بكثرة في المواد الخاضعة للتحليل، ما يلي:

- الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة: فقد تسببت الحرب الإسرائيلية على قطاع غزة التي تلت عملية "طوفان الأقصى"، التي قادتها حركة المقاومة الإسلامية "حماس" في السابع من أكتوبر 2023م، في نقل الصراع الإسرائيلي الفلسطيني المستمر منذ عقود طويلة إلى فصل جديد، وأحداث عدوانية تتصاعد يوماً بعد يوم.
- الصراع بين إيران وإسرائيل: وقد تصاعدت الهجمات بينهما بدرجة كبيرة خلال الحرب في غزة، التي أشعل فتيلها الهجوم الذي شنته حركة حماس الفلسطينية على إسرائيل، وأطلقت عليه "عملية طوفان الأقصى" في أكتوبر 2023م.



- العلاقات الجزائرية المغربية: تستخدم التوترات بين الجارتين الواقعتين في شمال إفريقيا منذ عشرات السنين، إلا أنها تفاقمت في السنوات الأخيرة، إذ قطعت الجزائر علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب في عام 2021م بسبب ما وصفه وزير خارجيتها بأنه يمثل سلسلة من "الأعمال العدائية"، وقد صرح رئيس الجزائر في عام 2023م أن العلاقات المتدهورة بين البلدين وصلت إلى "نقطة اللاعودة"، ويكمن الخلاف بين البلدين في أن لكل منهما موقفاً مناقضاً للآخر بشأن النزاع الدائر في الصحراء الغربية؛ فأما المغرب، فيطالب بأحقية فيها بموجب اتفاق أبرم مع إسبانيا في عام 1975م؛ وأما الجزائر، فتساند جبهة البوليساريو، وهي جماعة من الصحراويين المتمردين، في سعيها للاستقلال.

- الجيش السوداني وقوات الدعم السريع: في 15 أبريل/ نيسان 2023م، اندلع قتال في العاصمة السودانية الخرطوم بين "القوات السودانية المسلحة" و"قوات الدعم السريع"، وهي قوة عسكرية مستقلة، وسرعان ما امتد إلى كل أرجاء البلاد، جاء ذلك بعد أشهر من التوترات المتصاعدة بين قائد القوات المسلحة، وقائد قوات الدعم السريع لاختلافهم في الاتفاق الإطاري للعملية السياسية بشأن دمج قوات الدعم السريع في القوات السودانية المسلحة.

- الحرب الروسية الأوكرانية: واندلعت الحرب الروسية الأوكرانية يوم 24 فبراير 2022م إثر حشد عسكري روسي واسع في شمالي أوكرانيا وشرقها وجنوبها، بعد أن أعلن الرئيس الروسي فلاديمير بوتين عن إطلاق ما أسماه "عملية عسكرية خاصة في أوكرانيا".

وتعمل الأخبار الكاذبة خلال الحروب على زيادة حدة التوتر وتشويش صورة الأحداث، وتحريك الرأي العام باتجاهات معينة، وقد تسهم في تأزيم الوضع وتأجيج التوترات بين الأطراف المتنازعة، ويمكن أن تؤدي هذه الأخبار إلى تأثير سلبي في الجهود الدبلوماسية والمفاوضات لحل النزاعات.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إلهام يونس، 2023م)<sup>65</sup>، التي أشارت إلى ارتفاع نسبة التزييف في المضمون السياسي، بينما اختلفت مع نتائج دراسة (راللا

أحمد، 2020م)<sup>66</sup>؛ إذ تصدرت القضايا الاجتماعية قائمة أنواع الشائعات المنتشرة عبر صفحات تقصي الحقائق على مواقع التواصل الاجتماعي، واختلفت أيضاً مع نتائج دراسة كل من (إلهام يونس، 2019م)<sup>67</sup>، و(مجدي الداغر، 2024)<sup>68</sup>، إذ تصدرت القضايا التي تخص الوضع الاقتصادي الترتيب الأول من إجمالي المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع هذا الاختلاف إلى كون هذه الدراسات استهدفت تحليل صفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي تهتم بالشؤون المحلية أكثر من الشؤون الدولية، على عكس وكالات الأنباء العالمية التي تُعنى بالشؤون الدولية وأخبار الحروب والخلافات السياسية.

ومن نماذج المواد السياسية التي تقصت عنها مواقع الدراسة ما يلي:  
ما نشره الموقع الإلكتروني لخدمة تقصي الحقيقة لرويترز بتاريخ 12 أبريل 2024م، تحت عنوان "تقصي الحقيقة: صورة تعرض مناورات للجيش الكوري الشمالي وليست للقوات المسلحة الإيرانية".



شكل (1) نموذج لخبر مضلل تم التقصّي عنه في موقع خدمة رويترز لتقصّي الحقيقة بتاريخ 2024/4/12م

وذلك في إطار تداول مستخدمين على الإنترنت صورة للجيش الكوري الشمالي لإجراء مناورات احتفالاً بالذكرى 85 لتأسيس الجيش في 2017م، مصحوبة بوصف مضلل يزعم أنها تعرض جزءاً من القوات المسلحة الإيرانية في حالة تأهب قصوى للرد على إسرائيل، وجاء تداول الصورة في الوقت الذي تتأهب فيه إسرائيل والولايات المتحدة

تحسباً لرد إيراني على هجوم دمشق، بعد أن قصفت طائرات حربية إسرائيلية السفارة الإيرانية في دمشق في الأول من أبريل نيسان 2024م في غارة أدت إلى مقتل قائد عسكري إيراني، ومثلت تصعيداً كبيراً في حرب إسرائيل مع خصومها في المنطقة. وتوصلت رويترز إلى الصورة الأصلية، التي نشرتها كل من صحيفة "رودونج سينمون"، الكورية الشمالية في 26 أبريل نيسان 2017م، ووكالة أنباء (يونهاب) الكورية الجنوبية. وأيضاً ما نشره موقع فرانس برس لتقصي صحة الأخبار، بتاريخ 1 أبريل 2024م، تحت عنوان: "هذه الفيديو قديم ولا يصور صدّ عمليّة تسلّل حديثة لقوات الدعم السريع إلى مصر عبر ليبيا".



شكل (2) نموذج لخبر مضلل تم التقصي عنه في موقع فرانس برس لتقصي صحة الأخبار بتاريخ 2024/4/1م

وجاء انتشار الفيديو المضلل غداة استقبال الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي قائد الجيش السوداني عبد الفتاح البرهان في قصر الرئاسة بالقاهرة لإجراء مباحثات ثنائية، فانتشر على مواقع التواصل الاجتماعي مقطع فيديو ادعى ناشروه أنه يصور سلاح الجو المصري يستهدف قوات خصمه (قوات الدعم السريع) على الحدود مع ليبيا، إلا أن هذا الادعاء خطأ، فالفيديو منشور في عام 2017م، أي قبل سنوات من اندلاع النزاع بين الخصمين اللدودين الحليفين سابقاً.

وتقصت رويترز عن الفيديو الأصلي فوجدته منشوراً عبر الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري للقوات المسلّحة المصريّة في 11 نوفمبر 2017م، أي قبل نحو ست سنوات من اندلاع الحرب في السودان، وأُرفق الفيديو بتعليق جاء فيه أنّه يصور "القوات الجوية تحبط محاولة جديدة لاختراق الحدود الغربية".

توضح النتائج السابقة وطبيعة المواد السياسية التي يتم تناولها وتزييفها وما تستهدفه، أن عمليات التلاعب بالإعلام وحملات المعلومات المضللة أصبحت تمثل تحدياً صارخاً لجميع المؤسسات السياسية والاجتماعية، وأن المحتوى المضلل والفبركات تنتشر من خلال أطراف متعددة لها أجندة واضحة تتبع جهات معادية، أو حركات سياسية واجتماعية، أو حتى أطراف مجهولة الانتماءات، بهدف التأثير في الحوارات العامة وإثارة القلاقل على نطاق محلي ووطني وعالمي بهدف زعزعة الأمن والاستقرار وإثارة البلبلّة، كما يتضح مما سبق هيمنة الأخبار ذات القيمة السلبية على الصحافة، وهو ما أكدته دراسة (Buchanan K, Sandstrom GM, 2023)<sup>69</sup>؛ إذ تكتسب قصص الحروب والدمار اهتماماً كبيراً، بينما تؤثر سلباً أيضاً في الصحة العقلية للناس وتصوراتهم للإنسانية.

جدول (2) المصادر المنسوبة للأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة

المصدر		خدمة رويترز لتقصي الحقائق		خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس	
ك	%	ك	%	ك	%
شبكات اجتماعية دون تحديد	62	53	80,2	154	9,9
فيس بوك	11	9,4	19	3	1,6
إكس	1	0,85	1	0,5	1,0
إنستجرام	1	0,85	2	1,0	6,3
تيك توك	2	1,7	12	1	0,5
أكثر من منصة (فيس بوك ومنصات أخرى)	40	34,2	0	0	0,5
أخرى	0	0	192	100%	117
الإجمالي	117	100%	192	100%	117

توضح بيانات الجدول السابق المصادر المنسوبة للأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

جاءت "شبكات التواصل الاجتماعي دون تحديد" في مقدمة مصادر المعلومات والمواد المضللة بنسبة 53٪، يليها "أكثر من منصة: فيس بوك ومنصات أخرى" في الترتيب الثاني بنسبة 34.2٪، يليها موقع "فيس بوك" في الترتيب الثالث بنسبة 9.4٪، ثم موقع "تيك توك" في الترتيب الرابع بنسبة 1.7٪.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

جاءت "شبكات التواصل الاجتماعي دون تحديد" في مقدمة مصادر المعلومات والمواد المضللة بنسبة 80.2٪، يليها موقع "فيس بوك" تحديداً في الترتيب الثاني بنسبة 9.9٪، يليه المواد التي انتشرت على "أكثر من منصة" في الترتيب الثالث بنسبة 6.3٪، ثم موقع "إكس" في الترتيب الرابع بنسبة 1.6٪.

توضيح النتائج السابقة أن شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها موقع فيس بوك، كثيراً ما تصدر قائمة المنصات التي لها دور كبير في نشر الأخبار والمعلومات المضللة، إذ تعمل بعض الجماعات على استغلال الفضاء الافتراضي لنشر الأكاذيب وتضليل الجماهير لتحقيق أغراض سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وغيرها، ويأتي ذلك في ظل انتشار وذيوع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد، وتزايد الاعتماد عليها، وتشكيلها عنصراً مهماً في التزود بالمعلومات والحصول على الأخبار، وبيئة آمنة وأرضية خصبة لترويج الأخبار المضللة، لتعج الساحة الإعلامية بفيض من المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تفتقر لآليات العمل الإعلامي، ما جعل اكتشاف الأخبار المضللة محل جدل كبير في المجتمع، خاصة في ظل بيئة رقمية تتميز بالذكاء والمرونة الكبيرة والسرعة الفائقة في نقل المعلومات، وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تزييفها.

وفي ظل تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد باختلاف سماتهم الشخصية وقدراتهم المعرفية، تتزايد خطورة انتشار المعلومات المضللة والزائفة خلالها، فقد أشارت دراسة (Saifuddin Ahmed, et al, 2022)<sup>70</sup> إلى أن أولئك

الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة متكررة لاستهلاك الأخبار يكونون أكثر عرضة لتصديق المعلومات الخاطئة ومشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي. وتتفق نتائج الجدول السابق مع ما أشارت إليه نتائج دراسة كل من (مصطفى عبد الحي، 2021م)، و(ممدوح مكاوي، 2020م) و(Lawson, M. A, et al, 2023)<sup>71</sup>، و(مجدي الداغر، 2024م)<sup>72</sup>، التي أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي محرك قوي في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة، وبخاصة موقع فيس بوك.

جدول (3) طبيعة المحتوى الذي تقصت عنه مواقع الدراسة

خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس		خدمة رويترز لتقصي الحقيقة		تصنيف الأخبار/ المعلومات المضللة
كـ	%	كـ	%	
3	1,6	22	18,8	زائف
140	71,9	75	64,1	مضلل
7	3,6	10	8,5	مجتزأ من سياقه
22	11,5	3	2,6	معدل/ مركب
19	9,9	4	3,4	وسائط اصطناعية
3	1,5	2	1,7	ساخر
0	0	1	0,9	لا يوجد دليل
192	100%	117	100%	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق طبيعة المحتوى الذي تقصت عنه مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

#### أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

تصدر المحتوى "المضلل" قائمة المواد والمعلومات المضللة التي تقصت عنها خدمة رويترز بنسبة 64,1%، بينما جاء المحتوى "الزائف" في الترتيب الثاني بنسبة 18,8%، ثم المحتوى "المجتزأ من سياقه" في الترتيب الثالث بنسبة 8,5%، ثم المحتوى الذي استخدم "وسائط اصطناعية" في التزييف في الترتيب الرابع بنسبة 3,4%.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدر المحتوى "المضلل" قائمة المواد والمعلومات المضللة التي تقصت عنها خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس بنسبة 71,9٪، يليه المحتوى "المعدل أو المركب" في الترتيب الثاني بنسبة 11,5٪، ثم المحتوى الذي استخدم "وسائط اصطناعية" للترفيف في الترتيب الثالث بنسبة 9,9٪، ثم المحتوى "المجتزأ من سياقه" في الترتيب الرابع بنسبة 3,6٪.

توضح النتائج السابقة أن ناشري المعلومات الزائفة والمضللة اعتمدوا على تضليل الجمهور بالتلاعب في المعلومات الحقيقية، والاعتماد عليها في التضليل؛ إما بالحذف أو الإضافة، أو استغلال طبيعة المحتوى لتسليط الضوء على أمور أخرى بالتلاعب في محتوى المادة زمنياً ومكانياً، أو بغيرها من أشكال التلاعب في المحتوى.

وقد اعتمدت خدمة رويترز لتقصي الحقيقة على تصنيف المحتوى المقدم عبر موقعها، فوصفت المحتوى المضلل بأنه محتوى حقيقي يشتمل على معلومات غير دقيقة تتعلق بالحقائق، أو غير مكتمل السياق بقصد التضليل أو إلحاق الضرر، وهو ما يتفق مع وصف (Wardle, C., & Derakhshan, H., 2018)<sup>73</sup> للمحتوى المضلل؛ إذ وصفته بأنه محتوى يستخدم المعلومات بطريقة مضللة لإثارة موضوع ما، وبتزايد انتشاره في أوقات الحملات السياسية، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه الدراسة، فقد تصدرت المعلومات والمواد السياسية قائمة المواد المضللة المنشورة عبر مواقع تقصي الحقائق محل الدراسة.

ويمكن ترتيب المواد المضللة كما وردت في موقعي الدراسة، كما يلي:

1- الأخبار المضللة: وتعد الأصعب في كشفها، إذ تضم جزءاً حقيقياً في معظم الأحيان، كحقيقة معينة أو حدث، أو حتى اقتباس، لكنها كلها مقتطعة من سياق معين، وبذلك يختلف معناها ودلالاتها، ويتعاضم تأثيرها السلبي في الجمهور.

2- الأخبار المزيفة: وقد أخذت شكلاً مشابهاً للأخبار الحقيقية، واحتوت صوراً وعناوين تبدو للوهلة الأولى حقيقية، وبدا ذلك واضحاً في التلاعب بمضمون الأحداث السياسية الدولية في كلا الموقعين.

3- الأخبار المتحيزة: وهي نوع من الأخبار المضللة، تسعى لشرح وقائع أو أخبار حقيقية، لكنها متحيزة وتابعة لأجندة معينة بطريقة واضحة، وقد برز ذلك في الأخبار التي تدعو إلى حشد الرأي العام ضد العدو الصهيوني خلال الحرب الدائرة في قطاع غزة، وتلعب هذه النوعية من الأخبار على الجانب العاطفي للجمهور، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة<sup>74</sup> (Rana Ali, Mahdi Mirhoseini, 2023)؛ إذ تفضل الشبكات الاجتماعية نقل ونشر المحتوى العاطفي، وما يترتب على ذلك من تكوين مشاعر عاطفية تخلق ما يسمى بـ "الجماهير العاطفية".

كما توضح النتائج ارتفاع معدلات المحتوى المعدل باستخدام الذكاء الاصطناعي وتوظيفه في تزيف الأخبار، إذ احتل الترتيب الثاني للمعلومات والأخبار المضللة المتحقق منها في موقع تقصي صحة الأخبار لفرانس برس، والترتيب الرابع في خدمة رويترز لتقصي الحقيقة، وذلك باستخدام آليات التزييف أبرزها تقنية "التزييف العميق"، وهي عبارة عن برنامج إلكتروني يتيح للناس تبديل الوجوه والأصوات، وغيرها من السمات لابتكار محتوى رقمي زائف، إذ يمكن حالياً لخوارزميات الذكاء الاصطناعي إنشاء وسائل يصعب تمييزها عن الصور الحقيقية أو مقاطع الفيديو أو التسجيلات الصوتية، وتستخدم تقنية التزييف العميق لإنشاء محتوى وهمي، بما في ذلك التصريحات المثيرة للجدل أو الكراهية بقصد تعميق الانقسامات السياسية، أو التحريض على العنف، وتستخدم تقنية التزييف العميق في دول بعينها لزعزعة استقرارها، ففي السنوات الأخيرة، ارتفع عدد محتوى التزييف العميق عبر الإنترنت بنسبة 900% بين عامي 2019 و 2020م، وتشير التوقعات<sup>75</sup> إلى أن هذا الاتجاه المقلق سيستمر في السنوات المقبلة، ويتوقع بعض الباحثين أن ما يصل إلى 90% من المحتوى عبر الإنترنت قد يُنشأ صناعياً بحلول عام 2026م.





شكل (3) نموذج لخبر مضلل تم التقصي عنه في موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيقة بتاريخ 2024/4/5م

ومن نماذج الأخبار الزائفة ما نشره موقع خدمة رويترز بتاريخ 5 أبريل 2024م، تحت عنوان: "تقصي الحقيقة: ماكدونالدز لم تهنئ إسرائيل على مقتل آلاف المدنيين في غزة".

وجاء الوصف المصاحب للمنشور المتداول على مواقع التواصل الاجتماعي "أكثر من 30,000 مدني قُتلوا حتى الآن أثناء الإبادة الجماعية في غزة، مبارك لجيش الدفاع الإسرائيلي، تفتخر ماكدونالدز بأنها تقدم وجبات مجانية للجيش الإسرائيلي، خاصة في الوقت الذي فيه بقية قطاع غزة يتضور جوعاً لأنه ببساطة ماكدونالدز لا تهتم لأمرهم"، وتقصي صحفيو رويترز عن الخبر بالتواصل مع شركة ماكدونالدز عبر رسالة بالبريد الإلكتروني التي أفادت بأن المصق ليس حقيقياً، وأن الشركة لا تمول أو تدعم أي حكومات متورطة في هذا الصراع".

وكانت سلسلة الوجبات السريعة الأمريكية هدفاً للمقاطعة والاحتجاجات منذ أن أعلن فرعها ماكدونالدز إسرائيل بعد وقت قصير من هجوم حماس في السابع من أكتوبر تشرين الأول 2023م، أنه سيتبرع بوجبات مجانية للجيش الإسرائيلي.

وفي سياق البحث عما وراء الخبر، ولتحديد سبب المقاطعة، ذكرت رويترز بالإحصائيات أسباب الصراع الدائر، موضحةً أنه "بدأ بعدما شنت حركة المقاومة الإسلامية الفلسطينية (حماس) هجوماً على إسرائيل في السابع من أكتوبر 2023م، أدى إلى مقتل 1200 شخص وفقاً للإحصاءات الإسرائيلية، وقتل الصراع أكثر من 33 ألف فلسطيني"، ونسبت رويترز الإحصاءات لمسؤولين بقطاع الصحة في غزة.

ومن نماذج الموضوعات التي استخدم مروجوها آلية التزييف العميق ما نشره موقع رويترز لتقصي الحقيقة بتاريخ 28 مارس 2024م، تحت عنوان: "تقصي الحقيقة: فيديو مُعدل من ملهى ليلي من الثمانينيات يعرض الرئيس الفرنسي ماكرون"، وذلك في إطار تداول مستخدمين على الإنترنت مقطع فيديو لأشخاص يرقصون في ملهى ليلي في كاليفورنيا في ثمانينيات القرن المنصرم، وعُدل باستخدام التزييف العميق ليعرض أن الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون هو الذي يرقص خلال فترة شبابه، وصاحب الفيديو المنتشر على وسائل التواصل الاجتماعي تعليق يقول في جزء منه "... ذكريات الشقاوة للرئيس الفرنسي ماكرون (الذي يريد الحرب على روسيا)...".



شكل (4) نموذج لخبر معدل تم التقصي عنه في موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيقة بتاريخ 2024/3/28م

إلا أن مقطع الفيديو في الأصل يظهر أشخاصاً يرقصون في الثمانينيات في ملهى ستراتوس دانس كلوب في كاليفورنيا، وعُدَّ رقمياً ليشتغل على وجه الرئيس الفرنسي. ونشرت قناة الملهى الليلي مقطع الفيديو الأصلي في يوليو 2009م، وقالت إن مقاطع الفيديو المتعددة، تعرض الأشخاص أنفسهم يرقصون في 1986 و1987م، كما نشرت مدونة "دانجيروس مايندس" مقطع الفيديو في 2016م.

وفي ظل اقتناع المتلقي بالرسائل المرئية أكثر من الصورة والنص، سيحتاج الأمر من المتلقي إلى استكشاف أن مقطع الفيديو غير حقيقي، وهو ما يراه ( Cristian Vaccari, 2020)<sup>76</sup> أمراً صعباً نسبياً بسبب الكفاءة التقنية التي تتمتع بها تقنية التزييف العميق، وحقيقة أن التزييف العميق ينشأ جزئياً من مقاطع فيديو متاحة للجمهور بالفعل.

كما أشارت دراسة (Hameleers, Van Der Meer, and Dobber, 2022)<sup>77</sup> إلى عامل أقوى للتنبؤ باكتشاف المعلومات الخاطئة، وهو التحيزات الشخصية للجمهور

المستهدف، فقد قيم الأشخاص الذين وافقوا بالفعل على المعلومات الخاطئة هذه الرسائل على أنها ذات مصداقية.

جدول (4) النطاق الجغرافي للأخبار والمعلومات المضللة في المواقع عينة الدراسة

فرانس برس		رويترز		النطاق الجغرافي للأخبار/ المعلومات المضللة
%	كـ	%	كـ	
12	23	5,1	6	محلي
32,8	63	19,7	23	إقليمي
41,1	79	75,2	88	دولي
14,1	27	0	0	غير محدد
%100	192	%100	117	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق النطاق الجغرافي للمحتوى الزائف الذي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاء كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

تصدر المحتوى "الدولي" في الترتيب الأول بنسبة 75,2٪، يليه المحتوى "الإقليمي" في الترتيب الثاني بنسبة 19,7٪، ثم المحتوى "المحلي" في الترتيب الثالث بنسبة 5,1٪.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدر المحتوى "الدولي" في الترتيب الأول بنسبة 41,1٪، يليه المحتوى "الإقليمي" في الترتيب الثاني بنسبة 32,8٪، ثم المحتوى "المحلي" في الترتيب الثالث بنسبة 12٪.

توضح النتائج السابقة اهتمام كلتا المنصتين محل الدراسة بالشؤون الدولية والإقليمية، بينما لم يهتما كثيراً بالشأن المحلي، وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتوافق مع طبيعة الأخبار المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، فالأحداث الدولية السياسية والعسكرية تعد مجالاً خصباً لاختلاق الأخبار وتحريفها وإطلاق الشائعات لتحقيق أغراض سياسية واجتماعية واقتصادية مختلفة، وتعد فترات الأزمات التي قد يمر بها أي مجتمع، أنسب وأفضل بيئة تترعرع فيها الأخبار الزائفة وتتمو فيها الشائعات.

ومن نماذج المواد المضللة المحلية التي نشرها موقع رويترز لتقصي الحقيية بتاريخ 29 فبراير 2024م، تحت عنوان: "تقصي الحقيية: فيديو مُعدل يعرض السيسي وهو يطالب بالاكْتفاء بطبق واحد خلال شهر رمضان".



شكل (5) نموذج لخبر مضلل تم التقصي عنه في موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيية بتاريخ 2024/2/29م

تداول مستخدمون على الإنترنت مقطع فيديو يعود لعام 2022م للرئيس المصري عبد الفتاح السيسي خلال فعالية تحدث فيها عن مشكلات سلاسل التوريد وتأثيرها، ليبدو من مقطع الفيديو وكأن الرئيس المصري يقترح بطريقة زائفة أن طبقاً واحداً "كاف" خلال الإفطار في شهر رمضان الذي بدأ في مارس 2024م.

وانتشر الفيديو في وقت تعاني فيه مصر من أزمة اقتصادية تشهد نقصاً مزمناً في العملة الأجنبية، مما أدى إلى ضغوط مستمرة على الجنيه المصري، ويبدو في الفيديو المُعدل ومدته 17 ثانية وكأن السيسي يقول "واحدنا داخلين على شهر رمضان لو سمحتوا حطوا طبق واحد، والطبق ده يبقى فيه يا فراخ، يا إيه في إيه، احنا كفاية إن إحنا نشوف بعض كده ونعتبرها يعني موضة يعني"، وانتشر الفيديو في أواخر فبراير 2024م.

ولتوضيح سياق الكلام، أوضح صحفيو رويترز ما قاله الرئيس السيسي في مقطع الفيديو الأصلي مكتوباً بالتفصيل، الذي يروي في معرض حديثه في الفعالية، بحسب الفيديو الأصلي، عن موقف ما عندما كان وزيراً للدفاع، مصحوباً بوصف يقول "طبق

واحد يكفي في رمضان ونعتبرها موضة"، ليوضح الجزء الذي تم اقتصاصه بهدف إثارة البلبلة وتضليل الرأي العام، وشحن المواطنين ضد القوى السياسية، وحسبما أشارت إليه دراسة (إيمان حسني، 2019م)<sup>78</sup> فإن الخدعة الرئيسية والهدف الحقيقي للتزييف في الأحداث السياسية هو تنمية بذور الشك في عقول الأفراد، وهو ما يتطور مع الوقت نحو تدمير القوى السياسية والإعلامية ومكانتهم المجتمعية، وتشجيع المواطنين على التناول عليهم في الفضاءات الرقمية ومن ثم الواقعية، فضلاً عن إثارة الفتنة داخلياً وخارجياً، وتهديد الأمن القومي وإثارة مخاوف المواطنين على نحو يهدد مسيرة الحياة اليومية. كذلك اهتم موقع تقصى صحة الأخبار من فرانس برس بالمواد المضللة التي تخص الشأن المصري، ومن نماذجها:



شكل (6) نموذج لخبر مضلل تم التقصى عنه في موقع فرانس برس بتاريخ 2024/4/30م

ما نشره الموقع بتاريخ 30 أبريل 2024م، تحت عنوان: "هذا السرير الأثري المعروف في متحف قصر المنيل في القاهرة لم يختف بل نقل بغرض الترميم". وذلك في إطار تداول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ولا سيما في مصر، صورة لسرير أثري، زاعمين أنه يعود للأمير محمد علي توفيق، وأنه اختفى من متحف قصر المنيل في القاهرة، إلا أن الإدعاء غير صحيح، فالسرير الظاهر في الصور لم يختف بل نقل بغرض ترميمه، وهو ليس لمحمد علي في الأصل، بل لوالدته أمينة هانم إلهامي. واستعان صحفيو فرانس برس في تنفيذ صحة الخبر ببيان توضيحي نشرته رئاسة مجلس الوزراء المصري، ووزارة السياحة والآثار عبر صفحاتهما على موقع فيس بوك،

ومن جهة أخرى، تواصلوا مع مديرة المتحف لتفنيده هذه الادعاءات، التي أوضحت بدورها أن كل ما جاء فيها غير صحيح.

#### جدول (5) الفترات الزمنية للمعلومات الزائفة والمضللة في مواقع الدراسة

فرانس برس		رويترز		الفترات الزمنية للأخبار/ المعلومات المضللة
%	ك	%	ك	
53,1	102	48,8	57	أوقات الأزمات السياسية والاقتصادية
2,1	4	0,8	1	أوقات الجوائح والأزمات الصحية
20,8	40	13,7	16	أوقات غير مرتبطة بأحداث جارية
1,6	3	1,7	2	أحداث موسمية
20,8	40	35	41	أحداث جارية
1,6	3	0	0	أخرى
%100	192	%100	117	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق الفترات الزمنية للمعلومات الزائفة والمضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

جاءت فئة "أوقات الأزمات السياسية" في مقدمة الفترات الزمنية للمواد المضللة المنشورة بنسبة 48,8%، يليها في الترتيب الثاني المواد المرتبطة بـ"أحداث جارية" بنسبة 35%، ثم المواد التي نشرت في "أوقات غير مرتبطة بأحداث جارية" في الترتيب الثالث بنسبة 13,7%، ثم "أحداث موسمية" في الترتيب الرابع بنسبة 1,7%.

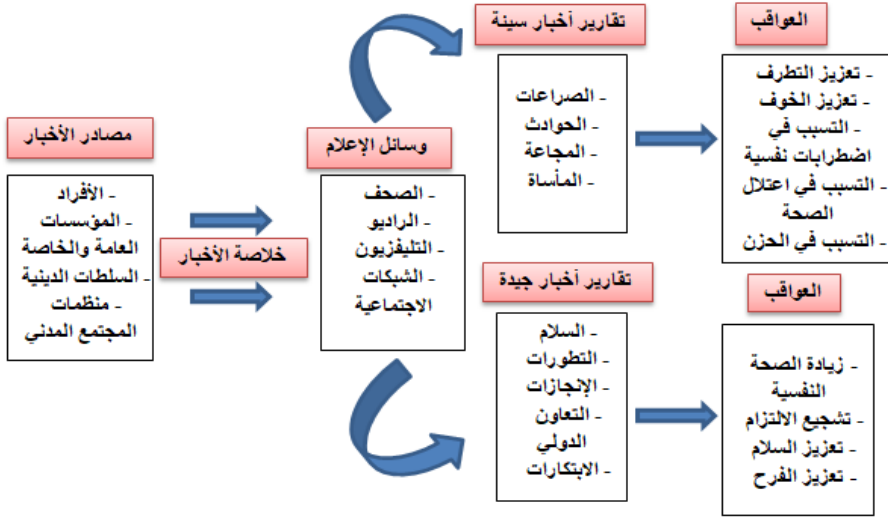
ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

جاءت فئة "أوقات الأزمات السياسية" في مقدمة الفترات الزمنية للمواد المضللة المنشورة بنسبة 53,1%، وتساوت في الترتيب الثاني كل من المواد المرتبطة بـ"أحداث جارية"، وتلك التي نشرت في "أوقات غير مرتبطة بأحداث جارية" بنسبة 20,8%، يليهما في الترتيب الثالث "أوقات الجوائح والأزمات الصحية" بنسبة 2,1%، ثم "أوقات الجوائح والأزمات الصحية" في الترتيب الرابع بنسبة 2,1%.

تأتي هذه النتيجة في ضوء سمات الأخبار الزائفة في الأساس، التي تعتمد على تضليل الجمهور تجاه الأحداث المهمة والقضايا الدولية، وإبعاد أنظاره عن الحقائق وتشويهها وتحريفها، وزرع الفتنة وإثارة الفوضى والشغب والنعرات الطائفية، وهو ما أشارت إليه دراسة (Rubin, V.R., Conroy, N. J, et al, 2016)<sup>79</sup>؛ بأن الأخبار الزائفة تعمل على تغيير المواقف والتأثير في اتجاهات الجمهور وأولوياته إزاء القضايا والأحداث، وزعزعة معتقداته، خاصة وأن الأفراد وفقاً لنتائج دراسة (Francis L. F. Lee, 2024)<sup>80</sup> يميلون إلى قبول المعلومات السلبية بغض النظر عن تأثيرها، لأنها تزيد من انتباههم واستثارتهم، مقارنة بالأخبار الإيجابية التي يكون لها تأثير أقل أهمية على النفس البشرية، وهو ما أكدته أيضاً دراسة (Robertson, C. E., Pröllochs, N., 2023)<sup>81</sup>، التي وجدت أدلة داعمة لفرضية التحيز السلبي، فالأفراد ينقرون بكثرة على عناوين الأخبار التي تحتوي على لغة سلبية، بينما عناوين الأخبار التي تحتوي على لغة إيجابية تقل احتمالية النقر عليها بدرجة كبيرة، وأكدته أيضاً نتائج دراسة (Ngange, K. L., Mesumbe, N. N., & Ndode, S. N. 2024)<sup>82</sup>، التي أشارت إلى أن 78٪ من الأفراد أرادوا سماع التقارير الإخبارية السيئة أولاً قبل التقارير الإخبارية الجيدة، وفضلت الأغلبية أن ينتهي الأمر بأخبار جيدة لتقليل المشاعر السلبية التي يسببها تقرير الأخبار السيئة، وبما أن جمهور وسائل الإعلام يميل نحو الأخبار السيئة أكثر من الأخبار الجيدة، فإن مروجي الأخبار الزائفة يميلون إلى نشر أخبار سلبية أكثر من الأخبار الجيدة في المجتمع، وهذا موجه نحو "إرضاء رغبات الجمهور".

ويمكن الاستعانة بالشكل الآتي لتوضيح هذه النتيجة:





شكل (7) تأثير الأخبار الزائفة السلبية في جمهور المتلقين<sup>83</sup>

ومن نماذج المواد المجتزأة التي انتشرت وقت الأزمات: ما نشره موقع فرانس برس بتاريخ 15 مارس 2024م، تحت عنوان: "هذا الفيديو للرئيس المصري متحدثاً عن التعليم مجتزأ من سياقه".



شكل (8) نموذج لخبر مجتزأ تم التقصي عنه في موقع فرانس برس بتاريخ 2024/3/15م

وقد انتشر هذا الفيديو في وقت تمر فيه مصر بأزمة اقتصادية حادة في ظل معدلات تضخم قياسية وتراجع في قيمة العملة المحلية، كما أسهم اضطراب الملاحة في البحر الأحمر بسبب هجمات اليمانيين الحوثيين على السفن على خلفية الحرب في قطاع غزة 2023م، في حدة الأزمة بعد تراجع عائدات قناة السويس بنسبة تراوحت بين 40 و50%، وهي أحد أبرز مصادر النقد الأجنبي في مصر، في هذا السياق؛ نشرت صفحات وحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي فيديو قيل إنه يظهر الرئيس عبد الفتاح السيسي وهو يعلن أن التعليم الجيد في مصر سيقصر على فئة معينة فقط و"باقي المجتمع غير مهم"، لكن هذا الكلام مجتزأ ومقتطع من سياقه، وقد توصل صحفيو فرانس برس للفيديو الكامل، لتوضيح أن الرئيس السيسي يتحدث عن تجارب ثلاث دول أخرى في مجال التعليم لا يمكن تطبيقها من مصر.

وتوضح طبيعة المواد المضللة التي انتشرت تحديداً في أوقات الأزمات، ما يستهدفه مروجو الأخبار والمعلومات المضللة، واستغلالهم للإعلام والمنصات الإلكترونية في صياغة وتحديد وجهات الرأي العام، وترك أكبر قدر من التأثير السلبي فيه، خاصة وأن الأفراد يزداد تعرضهم للمواد السياسية والاقتصادية كلما كانت سلبية أكثر، فقد أشارت دراسة (et al. 2023, C. E., Robertson)<sup>84</sup> إلى أن التأثير الإيجابي للكلمات السلبية في معدلات الاستهلاك كان أقوى بالنسبة للقصص الإخبارية المتعلقة بـ "الحكومة والاقتصاد"، وأنه من المرجح بشكل خاص أن يستهلك الأفراد الأخبار السياسية والاقتصادية عندما تكون سلبية، ومن ثم قد يعرض الناس أنفسهم (ربما عن غير قصد) بطريقة انتقائية لأخبار سياسية مثيرة للانقسام، مما قد يسهم في نهاية المطاف في الاستقطاب السياسي والصراع بين المجموعات.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (مجدي الداغر، 2024م)<sup>85</sup>، التي أشارت إلى أن الأخبار الزائفة تصدرت أشكال المحتوى المستخدمة في الشائعات الاقتصادية، وأن من أبرز تأثيراتها زعزعة الثقة في القيادة السياسية.

جدول (6) أساليب التزييف في الأخبار والمعلومات المضللة المتحقق منها في مواقع الدراسة

فرانس برس		رويترز		أسلوب تزييف الأخبار/ المعلومات المضللة
%	ك	%	ك	
64,1	123	71	83	التلاعب في التوقيت الزمني للمحتوى
50	96	50,4	59	التلاعب في الحدود المكانية للمحتوى
14,1	27	6	7	فبركة الصور
25	48	30,8	36	اختلاق حدث أو واقعة
7,3	14	8,5	10	التلاعب في فيديو
3,1	6	6	7	اقتصاص أو اجتزاء مقاطع ونشرها
1,6	3	0	0	أخرى
192		117		ن= عدد المنشورات

❖ملاحظة: تضمنت بعض المواد أكثر من أسلوب للتزييف

توضح بيانات الجدول السابق أساليب التزييف في الأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

تصدر أسلوب "التلاعب في التوقيت الزمني للمحتوى" الترتيب الأول بنسبة 71٪، يليه "التلاعب في الحدود المكانية للمحتوى" في الترتيب الثاني بنسبة 50,4٪، ثم "اختلاق حدث أو واقعة" في الترتيب الثالث بنسبة 30,8٪، ثم "التلاعب في الفيديو في الترتيب الرابع بنسبة 8,5٪.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدر أسلوب "التلاعب في التوقيت الزمني للمحتوى" الترتيب الأول بنسبة 64,1٪، يليه "التلاعب في الحدود المكانية للمحتوى" في الترتيب الثاني بنسبة 50٪، ثم "اختلاق حدث أو واقعة" في الترتيب الثالث بنسبة 25٪، ثم "فبركة الصور" في الترتيب الرابع بنسبة 14,1٪.

توضح النتائج السابقة اعتماد مروجي الأخبار الكاذبة على التلاعب في خلفية الحدث والسياق الزمني له، بنشر أخبار حدثت في الماضي القريب أو البعيد على أنها أحداث حالية، واستغلال الصورة والفيديوهات المؤرشفة في التلاعب والتزييف لتبدو وكأنها حقيقة واقعة في الحال، ويعد التلاعب في العناوين من أبرز الأساليب التي تعتمد عليها الأخبار الزائفة في الانتشار، خصوصاً في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، حيث عدد كبير من القراء لا يكملون قراءتهم لخبر ما بتفاصيله، فضلاً عن تدقيق المحتوى، ويكتفون فقط بقراءة العنوان الرئيسي دون تكلف عناء النقر على الرابط وقراءة الموضوع كاملاً، بحيث يشكلون فكرتهم من خلال العنوان الذي تعتمد بعض المواقع أن يكون أبعد ما يكون عن الحقيقة.

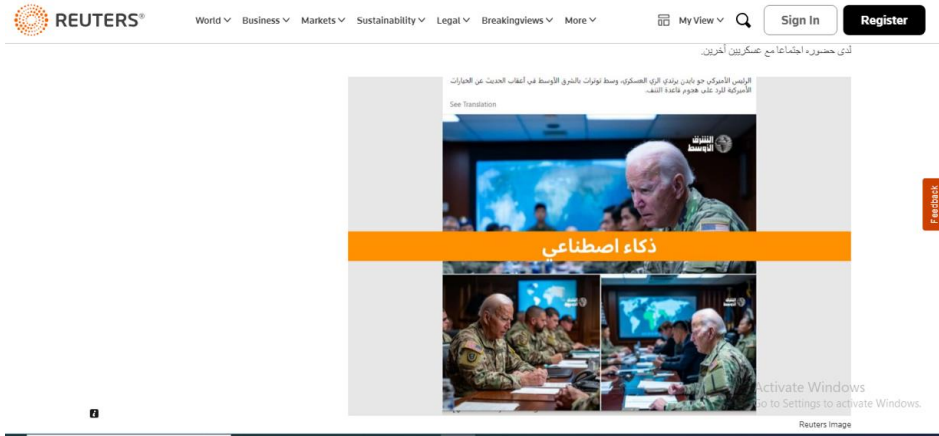
وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إلهام محمود، 2022م)<sup>86</sup> حيث جاء التلاعب بالمعلومات في مقدمة أساليب التزييف في نشر الفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تتفق مع نتائج دراسة (إلهام يونس، 2023م)<sup>87</sup> حيث كان التلاعب في خلفية الحدث من حيث السياق الزمني والمكاني من أكثر آليات التزييف استخداماً في تقديم المواد الإعلامية الزائفة. ومن أمثلة التلاعب في التوقيت الزمني للمحتوى:



شكل (9) نموذج لخبر مضلل تم التقصّي عنه في موقع فرانس برس بتاريخ 2024/4/15م

ما نشره موقع فرانس برس بتاريخ 15 أبريل 2024م تحت عنوان: "هذا الفيديو قديم ولا يظهر احتجاج طلاب ضد الشيخ علي جمعة بسبب حركة حماس".  
فمع استمرار الحرب بين حركة حماس وإسرائيل في قطاع غزة منذ أكتوبر 2023م، تداولت صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي مقطع فيديو زعمت أنه يوثق طرد طلاب جامعيين لمفتي مصر السابق علي جمعة، وقد فُتد صحيفيو فرانس برس هذا الخبر بالبحث عن سبب انتشار الفيديو في هذا التوقيت، وأرجعوا السبب إلى وصف مفتي مصر السابق علي جمعة مقاتلي حركة حماس بأنهم "خوارج"، موضحين أن الادعاء خاطئ والفيديو مصور عام 2013م خلال هتافات ضده بسبب مواقفه من الاضطرابات التي شهدتها مصر آنذاك.

كما استخدمت الإحصائيات لتقرير أعداد القتلى والمصابين خلال الحرب الدائرة، وفق تعداد لفرانس برس استناداً إلى أرقام رسمية إسرائيلية.  
ومن نماذج فبركة الصور واختلاق الأحداث والوقائع تلك التي نشرتها كل من رويترز وفرانس برس، ما تم تداوله للرئيس الأمريكي جو بايدن وهو يرتدي الزي العسكري:



شكل (10) نموذج لخبر مضلل تم التقصي عنه في موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيقة بتاريخ 2024/2/28م

فقد نشرت خدمة رويترز لتقصي الحقائق الخبر بتاريخ 28 فبراير 2024م تحت عنوان: "تقصي الحقيقة: صور لبايدن مرتدياً الزي العسكري، صنعت بواسطة الذكاء الاصطناعي".

ونسبت رويترز الخبر "لمستخدمين على الإنترنت" قد تداولوا صوراً منتجة بالذكاء الاصطناعي للرئيس الأمريكي جو بايدن وهو يرتدي الذي العسكري لدى حضوره اجتماعاً مع عسكريين آخرين في منشور يحمل تعليقاً يقول: "الرئيس الأميركي جو بايدن يرتدي الزي العسكري، وسط توترات بالشرق الأوسط في أعقاب الحديث عن الخيارات الأمريكية للرد على هجوم قاعدة التنف".

وبداً تداول الصور بعد حادثة هجوم طائرة دون طيار في التاسع والعشرين من يناير 2024م على قاعدة التنف الأمريكية العسكرية الواقعة عند الحدود السورية مع الأردن والعراق، قتل على إثرها ثلاثة جنود أمريكيين وأصيب آخرون.

إلا أن الصور يعود نشرها إلى 30 يناير 2024م، لحساب على منصة إكس باسم luke\_brocks، أشار أنه صنَّعها عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي باستخدام برنامج Midjourney، كما نشر في تغريدة أخرى صوراً إضافية لبادين بالزي العسكري مرفقاً بتعليق يقول: "لقد أصبح التمييز بين الواقع والذكاء الاصطناعي أكثر صعوبة"، وحرصت رويترز على التواصل مع صاحب الحساب للحصول على تعليق ولكن لم يرد.

وأوضح صحفيو رويترز أنهم تواصلوا مع أحد المتخصصين يدعي مايكل كوك، وهو محاضر متخصص في تطبيقات الذكاء الاصطناعي بقسم المعلومات بجامعة كينجز كوليدج لندن البريطانية، وأكد أن الصور مصنعة بالذكاء الاصطناعي، إذ إن الصور تحتوي على عيوب واختلافات عن شكل بايدن في الحقيقة، إضافة لعدم دقة كثير من التفاصيل في الصور المصنعة.

بينما عالجت فرانس برس الخبر نفسه على النحو الآتي:



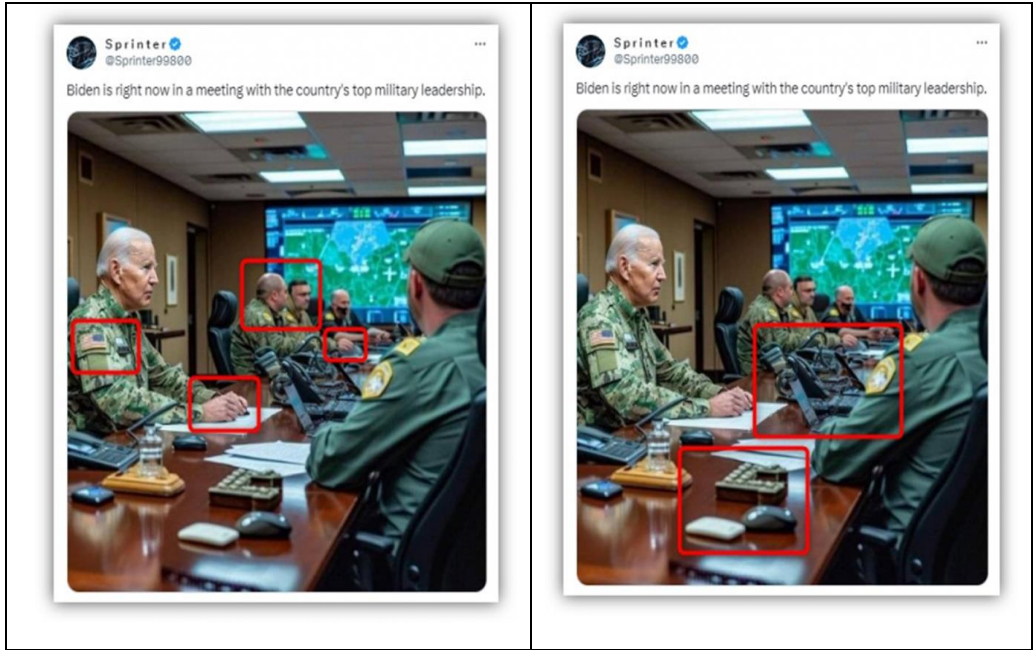
شكل (11) نموذج لخبر مضلل تم التقصّي عنه في موقع فرانس برس بتاريخ 2024/2/1م

بتاريخ 1 فبراير 2024م تحت عنوان: "هذه الصورة التي يبدو فيها بايدن بزي عسكري في قاعة اجتماعات غير حقيقية".

وذكرت أن الصورة انشرت بعدما أعلن الرئيس الأميركي جو بايدن أنه اتخذ قراراً بشأن كيفية الرد على مقتل ثلاثة جنود في هجوم بطائرة مسيرة استهدف القوات الأميركية في الأردن، دون أن يكشف عن التفاصيل، إلا أن الصورة في الحقيقة تحمل علامات عدّة تشير إلى أنّها مولدة باستخدام الذكاء الاصطناعي، إذ يبدو في الصورة الرئيس الأميركي ببزلة عسكرية جالساً إلى جانب من يبدو أنهم ضباط في قاعة اجتماعات.

واستعان صحفيو فرانس برس بخبير في تحليل الصور والمواد الرقمية والتضليل في جامعة كاليفورنيا، يدعى بيركلي هاني فريد، وأوضح أن "الصورة مولدة باستخدام الذكاء الاصطناعي"، وقال لصحافيين خدمة تقصي صحة الأخبار في وكالة فرانس برس إن الصورة تحمل علامات عدّة تشير إلى أنها وليدة برنامج ذكاء اصطناعي، مثل الأغراض المشوهة على الطاولة، والخطوط المتوازية في السقف، التي لا يبدو أنّ له أفقاً كما في الصور الحقيقية".

يتضح مما سبق اهتمام كلا الموقعين بالقضايا والأحداث السياسية التي تهم الرأي العام، وقد اعتمدا على الرجوع إلى ما وراء الخبر وسبب انتشار الصورة/ الفيديو في ذلك الوقت، كما اعتمدا على التواصل مع المتخصصين في برامج الذكاء الاصطناعي للتأكد من كونها مولدة اصطناعياً أم لا، إلا أن موقع فرانس برس نشر تصحيح الخبر أسرع من رويترز، كما اعتمد على التنفيذ الدقيق لكشف الزيف داخل تفاصيل الصورة مقارنة بخدمة رويترز كما هو موضح بالشكل الآتي:



شكل (12) نموذج يوضح رصد خدمة فرانس برس لتقصي صحة الأخبار للتفاصيل التي تكشف التزييف ولا يجب إغفال دور هذه التفاصيل من حيث سرعة نشر الخبر المصحح، والاستناد إلى الصور في تنفيذ صحة الخبر؛ إذ يسهمان بدرجة كبيرة في الحد من انتشار الخبر الزائف، وهو ما يتفق مع ما أكدته دراسة ( Shalini Talwar , Amandeep Dhir , et al., 2020)<sup>88</sup>، بأن النشر الفوري للأخبار لخلق الوعي كان له تأثير إيجابي في تبادل الأخبار الكاذبة، كما أشارت دراسة ( Toni G.L.A. van der Meer, and Anna Brosius, 2024)<sup>89</sup> إلى أن عوامل الشكل تؤدي إلى جانب المحتوى دوراً أكثر أهمية في اختيار الأفراد للأخبار التي يجب الثقة بها.



كما توضح هذه النتيجة تأكيداً لنتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بعوامل انتشار الأخبار الزائفة واستهلاكها، فمع انتشار الخبر نفسه الذي تناوله موقعاً الدراسة بالفحص والتفنيـد – وهو ما يعني سعة انتشاره عبر وسائل التواصل الاجتماعي- يؤكد ذلك حقيقة ما أشارت إليه دراسة (Kim B, Xiong A, Lee D, Han K 2021)<sup>90</sup> أن ثمة ثلاثة عوامل تُسهّل إنشاء الأخبار المزيفة ونشرها: أولها: توحيد إنشاء الأخبار واستهلاكها وتوزيعها، ثانيها: إساءة استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، وثالثها: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة إخبارية، ونظراً لخصائص الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، اعتاد الناس استهلاك المعلومات بسرعة، مثل قراءة عناوين الأخبار فقط، والاكتفاء بالتعرض للصور في المقالات الإخبارية، وهذا الشكل من الممارسات يُسهّل على الأشخاص الوقوع في غرف صناعة الأخبار المزيفة، ومن ثمّ زيادة الارتباك الاجتماعي.

ويؤدي تكرار المحتوى إلى خلق شعور بالألفة والاتساق، مما يعزز الثقة بين المستخدمين الذين ينظرون إلى هذا التكرار على أنه مؤشر على الموثوقية والمصداقية، وهو ما يتفق مع نتائج دراستي (Tran Minh, Duong Hoai, 2024)<sup>91</sup> و(Moran Yarchi, et al., 2023)<sup>92</sup>، التي توصلت إلى أن الاهتمام السياسي الكبير، إلى جانب التعرض الكبير للأخبار الزائفة من مصادر كثيرة ومتنوعة، يجعل الناس يفضلون في التعرف على الأخبار المزيفة.

وتعزز هذه النتيجة ما توصلت إليه نتائج دراسة (إيمان عبد الرحيم، 2024م)<sup>93</sup>، بأن الأزمات السياسية أكثر الأزمات التي يزداد فيها تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما تعزز نتائج دراسة كل من (Philipp Brauner, et al., 2024)<sup>94</sup> و(Yi- Ning Katherine, Chia- Ho Ryan, 2021)<sup>95</sup> و(أمل فوزي، إيمان طاهر، 2024م)<sup>96</sup>، التي أكدت قدرة الذكاء الاصطناعي على توليد أخبار كاذبة ونشرها على الإنترنت، ووجود مخاوف لدى الأفراد بشأن تهديد تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي للأمن السيبراني.

### جدول (7) أهداف نشر الأخبار والمعلومات المضللة المتحقق منها

فرانس برس		رويترز		أهداف نشر الأخبار/ المعلومات المضللة
%	ك	%	ك	
6,3	12	6	7	إفساد العلاقات المحلية والدولية
39,6	76	53,9	63	بلبله الرأي العام وتضليله
2,6	5	11,1	13	زعزعة الأمن والاستقرار
2,1	4	1,7	2	السخرية والاستهزاء
4,2	8	14,5	17	التشهير بالأشخاص/ القضايا
32,3	62	48,7	57	تحقيق نسب عالية من المشاهدات
1,6	3	14,5	5	أخرى
192		117		ن= عدد المنشورات

#### ملاحظة: استهدفت بعض المواد تحقيق أكثر من هدف

توضح بيانات الجدول السابق أهداف نشر الأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

#### أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

جاء هدف "بلبله الرأي العام وتضليله" في الترتيب الأول بنسبة 53,9%، يليه هدف "تحقيق نسب عالية من المشاهدات" في الترتيب الثاني بنسبة 48,7%، يليه هدف "التشهير بالأشخاص/ القضايا" في الترتيب الثالث بنسبة 14,5%، ثم "زعزعة الأمن والاستقرار" في الترتيب الرابع بنسبة 11,1%.

#### ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

جاء هدف "بلبله الرأي العام وتضليله" في الترتيب الأول بنسبة 39,6%، يليه هدف "تحقيق نسب عالية من المشاهدات" في الترتيب الثاني بنسبة 32,3%، ثم "إفساد العلاقات المحلية والدولية" في الترتيب الثالث بنسبة 6,3%، ثم هدف "التشهير بالأشخاص/ القضايا" في الترتيب الرابع بنسبة 4,2%.

وتوضح النتائج السابقة أن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تستهدف بلبله الأفكار وخلق جو من الشك والحيرة لدى الجمهور، لا

سيما تجاه الأحداث السياسية الكبرى والحروب والأزمات الواقعة بين الدول، ومن ناحية أخرى تستهدف تحقيق نسب عالية من المشاهدات لتحقيق الربح، وهو ما يجعل من منصات التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لتهديد الأمن الفكري، واستغلال الفضاء السيبراني لتحقيق الربح، دون الوضع في الاعتبار الآثار السلبية لاستخدام هذه الممارسات.

ومن خلال تحليل مواقع الدراسة، تبين أن المنشورات التي تستهدف تحقيق نسب عالية من المشاهدات، على سبيل المثال تلك التي تعمل على إثارة عواطف الجمهور، وكذلك المتعلقة بما يسمى بـ"كوكب اليابان"، وتلك المتعلقة باستغلال الأشخاص والأماكن الدينية المقدسة لدى الأفراد، كل ذلك في سبيل رفع معدلات المرور وزيادة الإعجاب بالصفحة، الذي يسهم بدوره في زيادة الإعلانات، ومن ثم التربح منها، وقد أشارت الأبحاث السابقة إلى أن مغازلة العواطف وقصف الجبهات حول الأحداث الحالية تحقق عوائد مادية عالية في البيئة الرقمية.

وتدعم النتائج السابقة أن انتشار المعلومات المضللة والزائفة السلبية يؤدي إلى تآكل الثقة في المؤسسات، بما يعوق التقدم المجتمعي، من خلال تشويه الواقع، وزيادة الخوف، وانعدام الأمن، والتشاؤم، والتأثير في المواقف وصنع القرار، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Ngange, K. L., 2024)<sup>97</sup>، التي توصلت إلى أن الأخبار السيئة الزائفة لها آثار سلبية في الجماهير، فهي تؤثر سلباً في مزاجهم، وتجعلهم خائفين من البيئة المحيطة بهم، وتشجع على التطرف والعنف، وتثير التطرف والكراهية.

ومن نماذج الموضوعات التي استهدفت بلبلة الرأي العام وتضليله، ما نشره موقع رويترز بتاريخ 27 مارس 2024م تحت عنوان: "تقصي الحقيقة: فيديو مُجتزأً للسياسي حول المستفيدين من تحرير سعر الجنيه وليس خطة للهروب بعد تخريب مصر".



شكل (13) نموذج لخبر مضلل تم التقصي عنه في موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيقة بتاريخ 2024/3/27م

تداول مستخدمون عبر منصات التواصل الاجتماعي مقطعاً مجتزأً، قال فيه الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي: "من ضمن احتمالات اللي أنا بعمله ده أن البلد دي تتخرب، ونجيت بكل حاجة، الفلوس برة، وأنا هسافر بعدها على طول، ومفيش مشكلة يعني"، وادعى ناشروه أن "السيسي يشرح خطته للهروب بعد ما يدمر البلد تماماً".

وقد أوضح صحفيو رويترز في تصحيح الخبر الحقيقة الكاملة من خلال وضع الفيديو كاملاً برابط يقود للفيديو الأصلي، موضحاً فيه أن الرئيس السيسي كان يتحدث عن مستغلي أزمة تحرير الجنيه المصري للمتاجرة بأرباح ضخمة دون مراعاة المصلحة العامة للوطن والشعب، وتطرق للحديث عن الأزمة التي شهدتها مصر، وكيف نجحت الدولة في تضيق الخناق على السوق السوداء بعد أن حرر البنك المركزي سعر صرف العملة.

ويأتي انتشار مثل هذه المقطع بعد أن انخفض الجنيه المصري إلى مستوى غير مسبق بعد إعلان البنك المركزي سماحه بتحديد سعر الصرف "وفقاً لآليات السوق"، ورفع أسعار الفائدة 600 نقطة أساس في اجتماع استثنائي، في خطوات جديدة تهدف إلى الاستقرار الاقتصادي بدعم تدفقات استثمارية خليجية وبرنامج صندوق النقد الدولي.

وأصدرت رويترز حكمها على الخبر بأنه وصف مُضلل؛ إذ تحدثت السي سي في الفيديو الكامل عن المستفيدين من مشكلة تعويم العملة في مصر، ولكن تمت تجزئة مقطع صغير واقتطاعه من السياق العام للحديث.

ويوضح النموذج السابق أبرز أساليب التضليل الإعلامي التي تستهدف تحفيز المشاعر السلبية لدى المواطنين، وتشكيل تهديدات خطيرة للسلامة العامة والنظام الاجتماعي، من خلال صياغة رسالة مفتعلة وتركيبها ونشرها عبر ممارسات التوجيه والتنافر والبدائية والتشويه والخداع والافتعال؛ بهدف خداع المتلقي وتحقيق المكاسب والمصالح التي تتحكم في عملية التضليل.

ومن نماذج الموضوعات التي تستهدف تحقيق المشاهدات، ما نشره موقع فرنس برس بتاريخ 8 فبراير 2024م، تحت عنوان: "هذا الفيديو مركّب وليس لرجل آلي يحصد الأرز في اليابان".



شكل (14) نموذج لخبر مركب تم التقصّي عنه في موقع خدمة فرانس برس بتاريخ 2024/2/8م. انتشر هذا المقطع في إطار منشورات مضللة يشاركها مستخدمون تشيد بالتطور التكنولوجي في اليابان، حاصداً آلاف المشاركات، ادعى ناشروه أنه لرجل آلي حقيقي يساعد المزارعين في موسم الحصاد، إلا أن الادعاء غير صحيح، فالفيديو في الحقيقة نتاج برنامج ذكاء اصطناعي، ويظهر في الفيديو رجل آلي أبيض اللون يحصد المحاصيل، وجاء في التعليقات المرافقة "كوكب اليابان.. مشاركة الرجل الآلي في الزراعة".

وحصد الفيديو أكثر من تسعة آلاف مشاركة من هذه الصفحة فقط، ومئات التعليقات في صفحات أخرى، على غرار منشورات كثيرة تتناول التقدم التكنولوجي فيما بات يُعرف في أوساط رواد مواقع التواصل الاجتماعي باللغة العربية بـ "كوكب اليابان". وقد أُرشد تفتيش صحفيي موقع فرانس برس عنه عبر محركات البحث إلى النسخة الأصلية منه منشورة منذ سنوات في حساب على موقع "دوين"، النسخة الصينية من تيك توك، ويصور الفيديو رجلاً يحصد المحاصيل، وجاء في التعليق المرافق "هذا هو الجانب الحقيقي من الحياة في الريف خلال موسم حصاد الأرز"، وفي مقارنة مقطعي الفيديو يمكن ملاحظة إبدال المزارع برجل آلي ليبدو حقيقياً.



لقطة من الفيديو المركب



لقطة من الفيديو الأصلي

شكل (15) نموذج نشره موقع فرانس برس لكشف الفيديو الأصلي الذي تم التركيب عليه

جدول (8) أساليب كشف الأخبار والمعلومات المضللة في المواقع عينة الدراسة

فرانس برس		رويترز		أسلوب كشف الأخبار/ المعلومات المضللة
كـ	%	كـ	%	
173	90,1	108	93,3	الاعتماد على مصدر الخبر الأساسي
149	77,6	80	68,4	إضافة معلومات وتفسير للحدث
23	12	15	12,8	أرقام وإحصائيات
192		117		ن= عدد المنشورات

ملاحظة: استُعين بأكثر من أسلوب

توضح بيانات الجدول السابق أساليب كشف الأخبار والمعلومات المضللة التي تقصت عنها مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

تصدر أسلوب "الاعتماد على مصدر الخبر الأساسي" قائمة أساليب كشف الأخبار والمعلومات المضللة التي اتبعتها رويترز في تقصي الحقيقة بنسبة 93,3٪، يليه "إضافة معلومات وتفسير للحدث" في الترتيب الثاني بنسبة 68,4٪، ثم استخدام "أرقام وإحصائيات" في الترتيب الثالث بنسبة 12,8٪.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدر أسلوب "الاعتماد على مصدر الخبر الأساسي" قائمة أساليب كشف الأخبار والمعلومات المضللة التي اتبعتها فرانس برس في تقصي الحقيقة بنسبة 90,1٪، يليه "إضافة معلومات وتفسير للحدث" في الترتيب الثاني بنسبة 77,6٪، ثم استخدام "أرقام وإحصائيات" في الترتيب الثالث بنسبة 12٪.

توضح النتائج السابقة حرص موقعي الدراسة على تقصي الحقيقة من خلال الاعتماد على الخبر الأساسي في كشف الأخبار المضللة، وذلك بالرجوع إلى ناشر الخبر ومصدره الأصلي، إضافة إلى تصحيحه وإضافة ما حذف من خلفيات للحدث، بالبحث عما وراء الخبر وأسباب نشره على هذا النحو المضلل، وتفنيد الأرقام والإحصائيات الداعمة، وجدير بالذكر هنا أن الأرقام والإحصائيات التي نشرت في موقعي الدراسة ارتبطت بأحداث الحرب على غزة، من حيث الاستشهاد بأعداد المصابين والجرحى والشهداء خلال الحرب الدائرة بالاستناد إلى البيانات التي تصدرها وزارة الصحة الفلسطينية.

## جدول (9) المصادر التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في التقصي عن الأخبار والمعلومات المضللة

فرانس برس		رويترز		المصادر التي اعتمد عليها
كـ	%	كـ	%	
55	28,6	55	47	هيئات ومؤسسات رسمية
22	11,4	36	30,8	التواصل مع مسئولين ذوي صلة مباشرة
12	6,2	0	0	مبادرات التحقق من الأخبار الزائفة
62	32,3	63	53,8	صحف وقنوات تليفزيونية
16	8,3	4	3,4	خبراء ومتخصصون
102	53,1	59	50,4	صفحات ذات صلة على مواقع التواصل الاجتماعي
22	11,4	5	4,3	مواقع إخبارية
13	6,8	3	2,6	لا يوجد
1	0,5	0	0	أخرى
192		117		ن= عدد المنشورات

ملاحظة: استعين في بعض المواد بأكثر من مصدر للتحقق

توضح بيانات الجدول السابق المصادر التي اعتمد عليها موقعاً الدراسة في التقصي عن صحة المواد المضللة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

تصدرت "صحف وقنوات تليفزيونية" قائمة المصادر التي اعتمدت عليها خدمة رويترز في تقصي الحقيقة بنسبة 53,8%. يليها "صفحات ذات صلة على مواقع التواصل الاجتماعي" في الترتيب الثاني بنسبة 50,4%. ثم هيئات ومؤسسات رسمية بنسبة 47% في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الرابع جاء "التواصل مع مسئولين ذوي صلة مباشرة" بنسبة 30,8%.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدرت "صفحات ذات صلة على مواقع التواصل الاجتماعي" قائمة المصادر التي اعتمدت عليها خدمة رويترز في تقصي الحقيقة بنسبة 53,1%. يليها "صحف وقنوات تليفزيونية" في الترتيب الثاني بنسبة 32,3%. ثم هيئات ومؤسسات رسمية في الترتيب



الثالث بنسبة 28,6%، وفي الترتيب الرابع جاء كل من "التواصل مع مسئولين ذوي صلة مباشرة"، و"مواقع إخبارية" بنسبة 11,4%.

توضح بيانات الجدول السابق اعتماد مواقع الدراسة بشكل أساسي على صفحات ذات صلة بموضوع الخبر على شبكات التواصل الاجتماعي، وصحف وقنوات تليفزيونية، إلى جانب الهيئات والمؤسسات الرسمية، والتواصل المباشر مع مسئولين ذوي صلة بالحدث، وذلك للتحقق من صحة الأخبار والمعلومات المنشورة، ومن أمثلة الهيئات الرسمية التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة (السفارة الأمريكية، والجيش الإسرائيلي، والهيئة العامة للعناية بشئون المسجد الحرام، وهيئة البث البريطانية، ومكتب الأمم المتحدة للشئون الإنسانية، ومجموعة التغذية العالمية، ووزارة الصحة التابعة لحماس)، كما حرصت مواقع الدراسة على التواصل مباشرة عبر البريد الإلكتروني بالمسئولين ذوي الصلة بالحدث، كما توضح نتائج الجدول السابق اعتماد موقع فرانس برس على مبادرات التحقق الرقمية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر: "صحيح العراق"، و"الفاحص"، وهي منصات عراقية رقمية معنية بالرد على الأخبار الزائفة، وتُعنى بكشف الأخبار الكاذبة وتعريف المجتمع بأهمية الوعي الرقمي، وكذلك منصة "أنير" في ليبيا، ومنصة "متصدقش" المصرية، بينما لم تعتمد رويترز على أي من مبادرات التحقق من الأخبار.

وإذ تفترض نظرية الهاكولوجيا تغطية المؤسسات الصحفية الأخبار الزائفة حال التأكد من مصداقيتها، وعندما تخفق في عملية التأكد والتحقق من المعلومة عليها عدم النشر، أو في أقل تقدير تقديم المادة ترافقها أنماط خطابية تحذر المتلقي من أن الوسيلة لم تستطع أو لم تتمكن من التحقق من مصداقية المعلومة، بدا واضحا تطبيق ذلك في موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيقة، إذ يعتمد صحفيو الموقع على التواصل المباشر مع مسئولين ذوي صلة بالحدث عبر رسائل البريد الإلكتروني، وفي حال عدم استجابة المسئولين ينوه بذلك في إطار الخبر المصحح، وكذا عندما لا يتمكن صحفيو الموقع من الوصول إلى النسخة الأصلية من فيديو أو صورة تم التلاعب بهما.

جدول (10) الوسائط المتعددة المستخدمة التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في كشف الأخبار والمعلومات المضللة

فرانس برس		رويترز		الوسائط المتعددة في كشف صحة الخبر
%	ك	%	ك	
40,6	78	0	0	مقطع فيديو
3,6	7	0	0	مقطع صوتي
33,3	64	27,4	32	منشورات وتغريدات
29,2	56	0	0	لقطة شاشة من موقع
14,6	28	0	0	صور وكالات
3,1	6	0	0	صور أخرى
80,2	154	27,4	32	مجموع
4,7	9	0	0	هاشتاج
100	192	100	117	روابط وإحالات
192		117		ن= عدد المنشورات

ملاحظة: استخدم أكثر من وسيط لتصحيح المادة المضللة

توضح بيانات الجدول السابق الوسائط المتعددة المستخدمة التي اعتمدت عليها مواقع الدراسة في تقصي صحة المواد المضللة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقائق:

جاءت فئة "روابط وإحالات" في الترتيب الأول بنسبة 100٪، يليها "منشورات وتغريدات" في الترتيب الثاني بنسبة 27,4٪.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدرت فئة "الروابط والإحالات" في الترتيب الأول كأكثر وسيط استعانت به خدمة رويترز في تقصي الحقيقة بنسبة 100٪، يليها "الصور" في الترتيب الثاني بنسبة 80,2٪، يليها "مقطع الفيديو" في الترتيب الثالث بنسبة 40,5٪، ثم "الهاشتاج" في الترتيب الرابع بنسبة 4,7٪.

وتوضح نتائج الجدول السابق حرص موقع فرانس برس على توظيف مختلف الوسائط المتعددة لتقصي صحة الأخبار مقارنة بخدمة رويترز، فكلما الموقعين وظفا الروابط والإحالات التي تحتوي على مواد إخبارية، سواء نص أو صورة أو فيديو، ولكن موقع فرانس برس حرص على توظيف الصور والفيديو داخل إطار الخبر المصحح بخلاف الروابط والإحالات، ليكون أمام القارئ الخبر الصحيح مصاغاً بالنص ومستعيناً بالصورة ومقطع الفيديو المباشر داخل إطار الخبر، دون الحاجة إلى استخدام الروابط والإحالات للوصول إلى مزيد من المواد الإخبارية، كما حرص موقع فرانس برس على استخدام أشكال مختلفة من الصور داخل إطار الخبر، مثل الصور المتلقطة من الشاشة، سواء من منصات التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر (ذا تايمز أوف إسرائيل، وأسوشيتد برس، وذا تايمز البريطاني)، كما استعانت بالصور التوضيحية المتلقطة من قبل وكالات مثل (وكالة غيتي للصور، ووكالة AFP نفسها).

وتُعدُّ الوسائط المتعددة من أكثر الوسائل تأثيراً في إقناع الأفراد بالمحتوى الإعلامي، وبذلك فهي تستخدم في تزييف الأخبار لإقناع الفرد بالمحتوى المضلل، وهو ما أشارت إليه دراسة (Hameleers, M., Powell, et al, 2020)<sup>98</sup>، بأنه بغض النظر عن المصدر؛ تُنظر إلى المعلومات المضللة متعددة الوسائط بأنها أكثر مصداقية من المعلومات المضللة النصية، لذلك فإنها تعد من العوامل التي تساعد على إقناع الأفراد في أثناء التحقق من صحة الأخبار والمعلومات المضللة.

### جدول (11) أدوات التحقق المستخدمة في تقصي المعلومات الزائفة

فرانس برس		رويترز		أدوات التحقق من الأخبار/ المعلومات المضللة
%	كـ	%	كـ	
39,1	75	0	0	البحث المتقدم في محركات البحث
6,2	12	0	0	البحث من خلال كلمات مفتاحية
1,6	3	0	0	البحث العكسي للصور
17,2	33	0	0	تقطيع الفيديو إلى مشاهد ثابتة
0,5	1	0,9	1	الأقمار الصناعية
4,7	9	11,1	13	خرائط جوجل
0,5	1	4,3	5	خدمات أخرى لجوجل
0,5	1	0	0	أخرى
192		117		ن= عدد المنشورات

#### ملاحظة: تضمنت بعض المواد أكثر من أداة

توضح بيانات الجدول السابق أدوات التحقق المستخدمة في تقصي المواد المضللة في مواقع الدراسة، وجاءت كما يلي:

أولاً خدمة رويترز لتقصي الحقيقة:

جاء في الترتيب الأول الاستعانة بـ"خرائط جوجل" بنسبة 11,1٪، يليها "الأقمار الصناعية" في الترتيب الثاني بنسبة 0,9٪.

ثانياً خدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس:

تصدر "البحث المتقدم في محركات البحث" في الترتيب الأول بنسبة 39,1٪، يليه "تقطيع الفيديو إلى مشاهد ثابتة" في الترتيب الثاني بنسبة 17,2٪، ثم "البحث من خلال كلمات مفتاحية" في الترتيب الثالث بنسبة 6,2٪، ثم "خرائط جوجل" في الترتيب الرابع بنسبة 4,7٪.

ويتبين من نتائج الجدول السابق استخدام موقع خدمة رويترز عدداً من الخدمات المقدمة من جوجل في التحقق من صحة الأخبار، فإلى جانب استخدام خرائط جوجل، اعتمد على خدمات أخرى، مثل: "جوجل ستريت فيو"، و"جوجل باندكس"، و"خرائط بايدو"، في التحقق من صحة الأخبار المنشورة، بينما اعتمد موقع فرانس برس على أدوات البحث عبر محركات البحث، واستخدام تقنية البحث من خلال كلمات مفتاحية،

كما اعتمد على خرائط جوجل، وتقنية "التجول الافتراضي والتنقل"، وذكر الموقع أنه يستخدم وصلة InVID/WeVerify، التي توفرّ باقة من محرّكات البحث عن الصور مثل غوغل وبينغ وياندكس وتين آي وبايدو، بمجرد الضغط على زرّ اليمين على الصورة بعد تحميل الوصلة، ويعتمد الموقع كذلك على أدوات تقطيع مشاهد الفيديو إلى مقاطع ثابتة، مثل أداة InVID/WeVerify extension، التي صمّمت بالتعاون مع وكالة فرانس برس، وتسمح هذه الأداة بتقطيع الفيديو إلى مشاهد ثابتة، والتفتيش عن كلّ صورة بالبحث العكسي، وخدمة "البحث العكسي للصور"، وهي عبارة عن أداة تعمل مكتشفاً للصور، يطابق إدخال المستخدم، هذا البحث العكسي عن الصور هو قاعدة بيانات للصور، حيث يمكن البحث عن الصور واستكشافها باستخدام محرّكات البحث مثل GOOGLE وYANDEX وBING، فهي تتيح للمستخدمين العثور على محتوى متعلق بصورهم المحددة، وذلك بسبب أن أكثر المنشورات المضللة التي وردت بموقع فرانس برس "كما كشفت عملية التحليل" كان معظمها عبارة عن مقاطع فيديو يتم التلاعب بمحتواها وسياقها الزمني والمكاني، يليها التضليل باستخدام الصور، وهو ما يمكن عدّه جهداً منظماً لكشف زيف الأخبار، ويعزز من نتيجة دراسة ( Rubal Kanozia, 2019)<sup>99</sup>، التي أشارت إلى أن فضح الأخبار المزيفة ينطوي على أربع مهارات رئيسية، تتمثل في البحث عن الصور، والبحث عن الكلمات الرئيسية الذكية، ومهارات المراقبة القوية، ومهارات الصحافة القديمة الجيدة.

وبالنظر إلى هذه النتيجة، فإن كلا الموقعين قد وظفا إلى حد ما تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تقصي صحة الأخبار، التي ساعدت على كشف المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة من خلال إخضاعها للتحليل والمقارنة لإثبات صحتها، ومراقبة مصداقية المحتوى في وسائل الإعلام المختلفة، ومن ثمّ التمكن من إعداد تقارير أكثر دقة وشفافية، وتوظّف هذه الأدوات بوضوح في شبكات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك ومنصة إكس، لمواجهة الأخبار الزائفة التي أثرت سلباً في مصداقية صانعي المحتوى، وكان لها تبعات اجتماعية وسياسية وعالمية واسعة، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (فتحي إبراهيم، 2022م)<sup>100</sup>، التي أكدت أن أبرز التأثيرات الإيجابية للتكنولوجيا الحديثة في دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المضمون المقدم بالصحف والمواقع الإلكترونية هي مساعدة

القائمين بالاتصال على تحديد الأخبار الزائفة.

تتفق أيضاً النتائج السابقة مع نتائج دراسة (A. Skarzauskiene, et al., 2020)<sup>101</sup>، التي أشارت إلى أن الصحف الإلكترونية تعمل على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكشف عن الأخبار الزائفة، والعمل على فلترتها قبل تقديمها للجمهور. ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

◀ المحور الأول: تصورات الصحفيين لظاهرة الأخبار الزائفة والعوامل المسببة في

### الاستمرار

جدول (12) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً للعوامل المسببة في استمرار انتشار الأخبار الزائفة

درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		العوامل
				ك	%	ك	%	ك	%	
مرتفعة	93.1	0.408	2.7917	0	0	25	20.8%	95	79.2%	غياب الوعي المجتمعي بطرق التزييف المتبعة لتضليل الجمهور، واعتقاد الجمهور بوجود مصادر خارجية كاشفة لما تعتمد عليه وسائل الإعلام الرسمية
متوسطة	72.2	0.640	2.1667	16	13.3	68	56.7%	36	30.0%	خوارزميات الذكاء الاصطناعي نفسها هي العائق أمام وقف هذه الظاهرة
متوسطة	77.5	0.700	2.3250	16	13.3%	49	40.8%	55	45.8%	افتقاد الثقة والمصادقية بمصادر الأخبار الرسمية
مرتفعة	83.6	0.622	2.5083	8	6.7	43	35.8%	69	57.5%	صعوبة تتبع كل الأخبار الزائفة وتقصى الحقيقة حولها وتقديمها للجمهور بسبب بروز الحوسبة السحابية وتضخم حجم البيانات المتاحة
متوسطة	76.9	0.683	2.3083	15	12.5	53	44.2%	52	43.3%	غياب الدور الإعلامي التوعوي للحد من مخاطر الأخبار الزائفة
مرتفعة	88.1	0.577	2.6417	6	5.0%	31	25.8%	83	96.2%	غياب التطبيق الفعلي للتشريعات والقوانين الرادعة لمرجعي الأخبار الزائفة
120										الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة البحث أشاروا إلى أن "غياب الوعي المجتمعي بطرق التزييف المتبعة لتضليل الجمهور واعتقاد الجمهور بوجود مصادر خارجية كاشفة لما تعتم عليه وسائل الإعلام الرسمية" من أهم العوامل المسببة في استمرار انتشار الأخبار الزائفة؛ بلغ الوزن النسبي لهذه العبارة 93.1٪، يليها "غياب التطبيق الفعلي للتشريعات والقوانين الرادعة لمروجي الأخبار الزائفة" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 88.1٪، ثم "صعوبة تتبع كل الأخبار الزائفة وتقصي الحقيقة حولها وتقديمها للجمهور بسبب بروز الحوسبة السحابية وتضخم حجم البيانات المتاحة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 83.6٪.

هذه النتيجة يمكن إرجاعها إلى أنه ما زالت توجد أزمة حقيقية في فكر ووعي المتلقي بما يمكن أن تحدثه تقنيات الذكاء الاصطناعي من تشويه للحقائق، وبث المعلومات المضللة على أنها معلومات حقيقية وصادقة، ويزيد من حدة هذه الأزمة اعتقاد الجمهور بوجود مصادر مطلعة تقدم ما لا تقدمه وسائل الإعلام التقليدية، وبحسب ما أشارت إليه الأبحاث والدراسات السابقة، فإن المتلقي يكون أكثر تأثراً وتعاطفاً مع هذا النوع من الأخبار والمواقف المفاجئة والصادمة المشحونة بنوع من الكراهية، أو تلك التي تحث على اتخاذ مواقف بعينها، إذ يميل الأشخاص إلى قراءة وتصديق أخبار تدعم مواقفهم وآراءهم عبر تبنيها ومشاركتها، بل إن الأخبار المفبركة تعد أكثر قيمة من منظور نظري للمعلومات، كونها توفر المساعدة الكبرى في عملية صنع القرار، ومن منظور اجتماعي كونها تنقل الوضع الاجتماعي على يد شخص مطلع ولديه مصادر فريدة داخلية وخارجية من وجهة نظر المتلقي، وهو ما يسهم بدرجة كبيرة في انتشار هذا النوع من الأخبار، لتتفوق بذلك الأكاذيب على الحقيقة، وتتوغل بشكل أسرع وأعمق عبر منصات التواصل الاجتماعي من المعلومات الصحيحة والدقيقة، ومن ثم فإن أخلاقيات المهنة، التي تعبر عن السلوك الواجب الالتزام به من طرف القائمين بالمؤسسات الإخبارية، تبقى عديمة الفائدة ما لم تترجم إلى واقع عملي ملموس من خلال الممارسة المهنية، بتقديم كل ما يبحث عنه المتلقي من معلومات، فالمصداقية والشفافية باتتا ضرورتين ملحتين في ظل تحول الأخبار المضللة إلى آفة تهدد الجميع.

جدول (13) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لطبيعة الأخبار الأكثر تصديقاً والأكثر إخضاعاً للتزييف

النسبة المئوية	التكرار	العبارة
62.5	75	الحرب الروسية الأوكرانية
88.3	106	الحرب الإسرائيلية على غزة
47.5	57	الأوضاع الاقتصادية في مصر
30.8	37	أحداث المباريات الرياضية
36.7	44	الصراع الدائر بين الجيش السوداني وقوات الدعم السريع

\*سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل

يتضح من الجدول السابق أن "الحرب الإسرائيلية على غزة" جاءت في مقدمة الأخبار الأكثر إخضاعاً للتزييف بنسبة 88.3%، يليها في الترتيب الثاني "الحرب الروسية الأوكرانية" بنسبة 62.5%، ثم "الأوضاع الاقتصادية في مصر" بنسبة 47.5% في الترتيب الثالث.

تعزى هذه النتيجة إلى كثرة الأحداث التي ازدادت بعد الحملة الإسرائيلية ضد حماس في الضفة الغربية في أعقاب عملية اختطاف وقتل ثلاثة مستوطنين إسرائيليين في 12 يونية 2014م من قبل حركة حماس، وهو ما تسبب في إخضاع أحداث الحرب الإسرائيلية على غزة إلى أساليب التزييف المختلفة في نشر وتداول الأخبار المتعلقة بها عبر المنصات الرقمية.

جدول (14) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً للفترات التي تزيد بها انتشار الأخبار الزائفة

النسبة المئوية	التكرار	العبارة
98.3	118	أوقات الحروب والأزمات السياسية والصراعات والانقسامات
90.8	109	أوقات الأزمات الاقتصادية
90	108	أوقات الجوائح والأزمات الصحية
36.7	44	ليست مرتبطة بأحداث معينة

\*سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل

يتضح من الجدول السابق أن "أوقات الحروب والأزمات السياسية والصراعات والانقسامات" جاءت في مقدمة الأوقات التي يتزايد فيها انتشار الأخبار الزائفة بنسبة



98.3%، يليها "أوقات الأزمات الاقتصادية" في الترتيب الثاني بنسبة 90.8%، ثم "أوقات الجوائح والأزمات الصحية" في الترتيب الثالث بنسبة 90%.

وتعزز هذه النتيجة ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية (جدول 5) حيث تصدرت أوقات الأزمات السياسية مقدمة الفترات الزمنية التي تزايد فيها انتشار الأخبار الزائفة بالموقعين عينة الدراسة.

شكل (16) النسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمستوى نجاح المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار وتقليص مساحة انتشار الأخبار الزائفة وتصديقها



يتضح من الشكل السابق أن أكثر من نصف العينة من الصحفيين، بنسبة بلغت 56.7%، يرون أن المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار لم تتجح بعد في القضاء على انتشار الأخبار الزائفة والحد منها.

يعزى ذلك إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي على الرغم من كونها أصبحت أدوات قوية لكشف الأخبار الزائفة والتصدي لها؛ فإنها في المقابل تزيد من تعقيدها وتطور انتشارها، وهو ما يتفق مع ما نشر في تقرير المخاطر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2024م، فقد احتلت المخاوف والمخاطر المتشابكة الناتجة عن المعلومات

الخاطئة والمضلة المعززة بالذكاء الاصطناعي موقعاً متقدماً في مشهد المخاطر لعام 2024م، كما هو موضح بالشكل الآتي:

تقرير المخاطر العالمية 2024

## أبرز 10 مخاطر



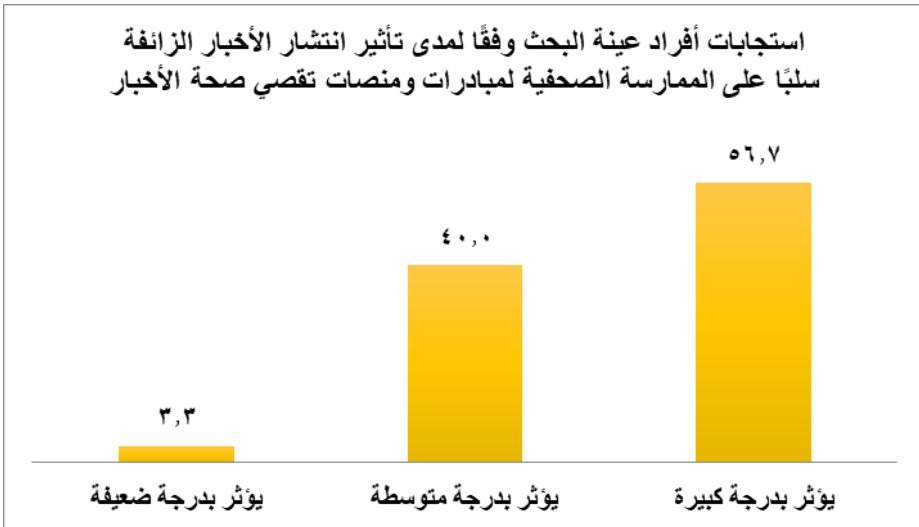
"يرجى تقدير الأثر المحتمل (درجة الخطورة) للمخاطر التالية على فترة عامين و10 أعوام"



تلبية | مجتمعية | جيوسياسية | بيئية | اقتصادية | فئات المخاطر

Activate | Go to Setting

شكل (17) تصدر المعلومات الخاطئة والمضللة أبرز 10 مخاطر في عام 2024 وفقاً للتقرير الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2024م<sup>102</sup>



شكل (18) النسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمستوى تأثير انتشار الأخبار الزائفة سلباً في الممارسة الصحفية لمبادرات ومنصات تقصي صحة الأخبار

يتضح من الشكل السابق أن 56.7% من أفراد العينة أشاروا إلى أن انتشار الأخبار الزائفة يؤثر سلباً في نجاح عمل منصات تقصي صحة الأخبار بدرجة كبيرة، وأن 40% منهم أشاروا إلى أنها تؤثر سلباً ولكن بدرجة متوسطة.

يمكن تفسير هذه النتيجة نظراً لحجم المتابعة التي تحظى بها وسائل التواصل مقارنة بالوسائل الأخرى، فعلى الرغم من الدور البارز للمؤسسات الإخبارية عامة، وتلك المتخصصة في تقصي صحة الأخبار خاصة، في توجيه الرأي العام عبر سرعتها الفائقة في إيصال المعلومة والتفاعل معها، فإن معدل التضليل أدى دوراً مهماً في القضاء على تلك المكتسبات، من خلال التسلسل السريع للمواقع والصحف المدعومة دون قيود، إضافة إلى غياب الضوابط الناظمة للصفحات الإخبارية في منصات التواصل الاجتماعي، خاصة إذا تزامن ذلك مع افتقار بعض العاملين في هذه الوسائل لمبادئ مهنة الصحافة، فلا يدركون أهمية المصداقية والموضوعية عند نشر الأخبار والمعلومات، وبذلك قد يمررون أخباراً غير متحقق من صحتها، سواء بوعي أو دون وعي، الأمر الذي يعوق عملية ملاحقة جميع المعلومات الزائفة والمضللة ورصدها على الفور، فلم يعد التنافس على الكيف ولا على جودة المنتج الإعلامي بقدر ما أصبح تنافساً على عدد القراء والزيارات، وهو ما تضررت منه المؤسسات الصحفية التي تلتزم بالمعايير المهنية.

جدول (15) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لدوافع التضليل الإعلامي التي يستهدفها مروجو الأخبار الزائفة

درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		البدائل دوافع التضليل
				ك	%	ك	%	ك	%	
مرتفعة	89.7	0.515	2.6917	3	2.5%	31	25.8%	86	71.7%	زعزعة الأمن والاستقرار المجتمعي
مرتفعة	88.6	0.572	2.6583	6	5.0%	29	24.2%	85	70.8%	بلبلة الرأي العام وإثارته
مرتفعة	78.1	0.772	2.3417	22	18.3%	35	29.2%	63	52.5%	فقد الثقة فيما يبث بوسائل الإعلام جميعها
مرتفعة	81.7	0.743	2.4500	18	15.0%	30	25.0%	72	60.0%	نزاع الثقة في المؤسسات والسلطات
متوسطة	71.9	0.722	2.1583	23	19.2%	55	45.8%	42	35.0%	تقويض الصحافة والمؤسسات الإخبارية البارزة ومصادر المعلومات الجديرة بالثقة
120										الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق ما يلي: جاءت دوافع التضليل الإعلامي التي يستهدفها مروجو الأخبار الزائفة "زعزعة الأمن والاستقرار المجتمعي" في الترتيب الأول بوزن نسبي 89.7%، يليها "بلبلة الرأي العام وإثارته" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 88.6%، ثم "نزاع الثقة في المؤسسات والسلطات" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 81.7%.

ويعزز هذه النتيجة ما رصدته نتائج الدراسة التحليلية (جدول 7)، فقد كشفت أن أهداف مروجي الأخبار الزائفة التي تتحقق منها الموقعان عينة الدراسة تمثلت في إثارة الرأي العام وتضليله.

جدول (16) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لأبرز استراتيجيات وأوجه التضليل الإعلامي التي ينتهجها مروجو الأخبار الزائفة

درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		البدائل الاستراتيجية
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	89.7	0.464	2.6917	0	0	30.8	37	69.2	83	التشهير وفضح شخصيات أو مؤسسات بعينها
مرتفعة	78.6	0.807	2.3583	20.8	25	22.5	27	56.7	68	الحرب النفسية لإضعاف الروح المعنوية لدى الجمهور
مرتفعة	85.6	0.730	2.5667	14.2	17	15.0	18	70.8	85	خفض الثقة بالقيادات السياسية وشحن الجمهور نحوهم
مرتفعة	78.6	0.731	2.3583	15.0	18	34.2	41	50.8	61	تصعيد الصراعات بين الدول أوقات الأزمات والحروب
مرتفعة	78.1	0.761	2.3417	17.5	21	30.8	37	51.7	62	تغذية العداوة والتحيز والتمييز بهدف إحداث العنف والاحتجاجات وجرائم الكراهية والإرهاب
120										الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق ما يلي: جاءت أبرز استراتيجيات وأوجه التضليل الإعلامي التي ينتهجها مروجو الأخبار الزائفة "التشهير والفضح لشخصيات أو مؤسسات بعينها" في الترتيب الأول بوزن نسبي 89.7٪، يليها "خفض الثقة بالقيادات السياسية وشحن الجمهور نحوهم" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 85.6٪، ثم كل من: "الحرب النفسية لإضعاف الروح المعنوية لدى الجمهور" و"تصعيد الصراعات بين الدول أوقات الأزمات والحروب" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 78.6٪.

ويعزى ذلك إلى اعتبار الشائعة أو الخبر الكاذب إحدى أهم أدوات الحرب النفسية، ولتحقيق نتائج هذه الحرب يُروَّج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع من خلال المبالغة والتهويل، أو التشويه في سرد خبر لشخص أو مؤسسة بعينها، فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي والمعنوي في الرأي العام؛ تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه، حسب أجندة ودوافع مروجو الأخبار الزائفة.

جدول (17) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لأبرز آليات التضليل المتبعة من قبل مروجي الأخبار الزائفة

درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		البدائل آليات التضليل
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	92.8	0.414	2.7833	0	0	21.7%	26	78.3%	94	الانتقائية والتحيز بالتلاعب من خلال إعادة ترتيب وإبراز المعلومات المراد توصيلها
مرتفعة	85.3	0.671	2.5583	10.0%	12	24.2%	29	65.8%	79	استخدام الألفاظ والمصطلحات والأوصاف الجاذبة لقراءة الخبر، كالتهوين أو التهويل
مرتفعة	84.4	0.721	2.5333	13.3%	16	20.0%	24	66.7%	80	الإيهام والتدليس بالمعلومات الخاطئة داخل المعلومات الصحيحة
مرتفعة	85.0	0.659	2.5500	9.2%	11	26.7%	32	64.2%	77	الذباب الإلكتروني وصناعة الحسابات الوهمية التي تتبع أجنداث معينة
مرتفعة	93.3	0.495	2.8000	4.2%	5	11.7%	14	84.2%	101	الاجتزاء أو الاقتطاع بهدف إحداث تأويلات كلامية على لسان مسؤولين رسميين
120										الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق ما يلي: جاءت أبرز آليات التضليل المتبعة من قبل مروجي الأخبار الزائفة "الاجتزاء أو الاقتطاع بهدف إحداث تأويلات كلامية على لسان مسؤولين رسميين" في الترتيب الأول بوزن نسبي 93.3%، يليها "الانتقائية والتحيز بالتلاعب من خلال إعادة ترتيب وإبراز المعلومات المراد توصيلها" في الترتيب الثاني بوزن

نسبي 92.8%، ثم "استخدام الألفاظ والمصطلحات والأوصاف الجاذبة لقراءة الخبر، كالتهوين أو التهويل" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 85.3%.

ترجع هذه النتيجة إلى أن انتشار الفيديو بوصفه مصدرًا للأخبار قد أحدث تأثيرات كبيرة في سوق الإعلام، وطريقة تعامل الناشرين مع منصات الفيديو عامة والفيديوهات المجتزأة من سياقها خاصة؛ إذ أصبحت الأخبار المصورة القصيرة والمباشرة أكثر شيوعاً، ومع ظهور برامج الذكاء الاصطناعي المتطورة سهلت إحداث التزييف من خلال إنشاء ملفات صوتية وفيديوهات ملفقة ومجتزأة بات أكثر سهولة، وغدا أداة متاحة للعامة وليس للمختصين فقط، الأمر الذي أسهم بشكل كبير في استغلال تلك التقنية الجاذبة سريعة الانتشار من قبل الذباب الإلكتروني، وهو مصطلح استحدث لوصف الحسابات التي تعمل بالبرمجيات الحديثة (الخوارزميات) على مواقع التواصل الاجتماعي، التي عادة ما يكون لها أهداف سياسية أو اقتصادية، وفي الغالب تكون حسابات وهمية تعمل على نشر منشور أو تغريدة معينة، وذلك بهدف التأثير في الرأي العام، الأمر الذي يحث المؤسسات الإخبارية على الاستثمار بشكل أوسع في تقنيات الواقعين الافتراضي والمعزز، والذكاء الاصطناعي، لإنشاء محتوى فيديو جذاب يتميز بالدقة والموضوعية في نشر مقطع الفيديو الأصلي الذي تسهم مشاهدته في التقليل والحد من تصديق الفيديوهات المجتزأة من سياقها.

جدول (18) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً للممارسات الصحفية للتحقق من صحة الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	العبارة
93.3	112	التحقق من مصدر الخبر الأساسي
55	66	مقارنة الأخبار لاستكشاف ما إذا كان هناك تباين أو اختلاف
66.7	80	التحقق من الأدلة والبراهين
44.2	53	استخدام مواقع التحقق من صحة الأخبار
60	72	التواصل مع المسؤولين والخبراء في المجال المعنى للتحقق من صحة الخبر

※سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل

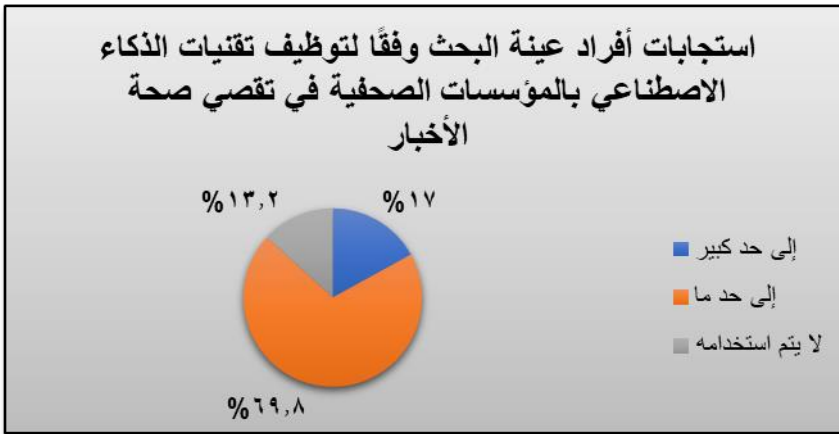
توضح نتائج الجدول السابق ما يلي: جاءت أبرز الممارسات الصحفية التي تُنتهج للتحقق من صحة الأخبار "التحقق من مصدر الخبر الأساسي" في الترتيب الأول بنسبة

93.3%، يليها "التحقق من الأدلة والبراهين" في الترتيب الثاني بنسبة 66.7%، ثم "مقارنة الأخبار لاستكشاف ما إذا كان هناك تباين أو اختلاف" في الترتيب الثالث بنسبة 55.0%.

تفسر هذه النتيجة حرص الصحفيين عينة الدراسة على الالتزام بمبادئ العمل الإعلامي، بالتحقق من مصدر الخبر واتباع سلسلة خطوات للتحقق من معلومة أو مكافحة خبر مضلل؛ تبدأ أولاً بالتأكد من مصدر المعلومة إذا لم تكن منسوبة لمصدر رسمي داخل الدولة، والرجوع إليها في الموقع المنقول عنه إذا كانت منسوبة لمصادر خارجية، والإسراع في البحث ونشر المعلومة الحقيقية إذا تبين عدم مصداقية المعلومة المتداولة بين رواد منصات التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: مستوى توظيف المؤسسات الإخبارية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تقصي صحة الأخبار

شكل (19) النسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الصحفية في تقصي صحة الأخبار



يوضح الشكل السابق تباين آراء المبحوثين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإخبارية لتقصي صحة الأخبار، فأشار 69.8% من إجمالي العينة إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي "إلى حد ما" في المؤسسات الصحفية لتقصي صحة



الأخبار، بينما أشار 17% إلى استخدامها إلى حد كبير، بينما أفاد 13.2% بعدم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخدامها في غرف الأخبار لتقصي الحقائق. نستخلص من هذه النتيجة حرص المؤسسات الإخبارية على مواكبة العصر، والعمل على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار، والاعتماد عليها في تطوير بيئة العمل الصحفي، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (محمود رمضان، 2023م)<sup>103</sup>، التي أشارت إلى وجود وعي كبير بين الصحفيين بأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، والاعتماد عليها في فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، واكتشاف الأخبار الزائفة، بينما اختلفت مع ما توصلت إليه دراسة (عصمت ثلجي، 2023م)<sup>104</sup>؛ إذ أشارت عينة الدراسة من الصحفيين في المؤسسات الصحفية إلى محدودية درجة معرفتهم بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن جاهزية المؤسسات الصحفية لتوظيف هذه التقنيات ما زالت محدودة أيضاً.

جدول (19) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لمساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي المؤسسات الإخبارية والصحفية في تقصي صحة الأخبار وصياغة التقارير

المدى	البدائل		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الأهمية
	ك	%	ك	%	ك	%						
متوسطة	45	37.5	65	54.2	10	8.3	2.2917	0.614	76.4	استطاعت تقنيات الذكاء الاصطناعي مساعدة غرف الأخبار على تحديد الأخبار المزيفة وفحصها بشكل سريع وموثوق		
متوسطة	42	35.0	61	50.8	17	14.2	2.2083	0.672	73.6	وفرت تقنيات الذكاء الاصطناعي تفاصيل وإحصائيات وزيادة نطاق المصادر حول موضوع الخبر بسرعة		
متوسطة	46	38.3	66	55	8	6.7	2.3167	0.594	77.2	يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لتحسين محتوى الوسائط المتعددة المدعومة لتوضيح صحة الخبر مثل: التحرير الآلي للفيديو، والتعرف على الصور		
متوسطة	47	39.2	63	52.5	10	8.3	2.3083	0.619	76.9	ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي على سرعة ترجمة الخبر المصحح إلى لغات مختلفة		
متوسطة	37	30.8	61	50.8	22	18.3	2.1250	0.693	70.8	لا تتمتع تقنيات الذكاء الاصطناعي بقدرة على تمييز المعلومات الخاطئة وسرعة كشفها، مما يضيق عبئاً على مدققي المعلومات ومنصات تقصي الحقائق		
مرتفعة	61	50.8	52	43.3	7	5.8	2.4500	0.606	81.7	تحتاج إلى صحفيين ماهرين في استخدام الأدوات الرقمية للتحقق من صحة المعلومات كالبرمجيات والخوارزميات		
120											الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق ما يلي: جاءت عبارة "تحتاج إلى صحفيين ماهرين في استخدام الأدوات الرقمية للتحقق من صحة المعلومات كالبرمجيات والخوارزميات" في مقدمة رؤى المبحوثين لمساعدة تقنيات الذكاء الاصطناعي المؤسسات الإخبارية والصحفية في تقصي صحة الأخبار وصياغة التقارير بوزن نسبي 81.7%، يليها "يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لتحسين محتوى الوسائط المتعددة المدعومة لتوضيح صحة الخبر مثل: التحرير الآلي للفيديو، والتعرف على الصور" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 77.2%، ثم "ساعدت تقنيات الذكاء الاصطناعي على سرعة ترجمة الخبر المصحح إلى لغات مختلفة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 76.9%.

وتُعزى هذه النتيجة إلى حاجة تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى صحفيين متمكنين من معالجة وتحليل البيانات الكبيرة والخوارزميات المتقدمة، حتى يمكن استخدامها داخل المؤسسة الصحفية في جميع متطلبات العمل الصحفي عامة، وفحص الأخبار المضللة خاصة، وهو ما يؤكد نتائج (شكل 19)؛ إذ رأت عينة الدراسة من الصحفيين إن توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في فحص وتدقيق وتقصي صحة الأخبار ما زالت محدودة، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (محمود رمضان، 2021م)<sup>105</sup>، التي أشارت إلى أن القدرة على توفير تقنيات معينة للتحقق من المعلومات غير الدقيقة والزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي احتلت المرتبة الثالثة من طرق الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي.

وحول ملامح مستقبل الأخبار الزائفة في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ جاءت بعض إجابات المبحوثين على النحو الآتي: (بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي ما زالت في طورها الأول وتحتاج إلى تحديثات عديدة، هذا يعني استمرار الأخبار الزائفة لحين حدوث تطورات كبرى في هذه التقنيات، حينها سوف تتراجع بشكل كبير - سيؤدي الذكاء الاصطناعي للحد من انتشار الأخبار الزائفة بالتوازي مع تحسين التشريعات وزيادة التعاون الدولي- يعد ذلك سهلاً ممتعاً لأن تقنيات الذكاء الاصطناعي هي ما تسبب في زيادة نشر الأخبار والمعلومات المزيفة ولكنها أيضاً أداة لكشفها ومحاربتها، وحقيقةً المستقبل مجهول إذا ما كانت ستستطيع السيطرة على تفشي الأخبار والمعلومات المزيفة

أم ستستمر في تعزيز نشرها - ستزداد بشكل لا يصدق وسوف يسهل التلاعب بالعقول وتشكيل أجيال بمواصفات فكرية وتوجهات أيولوجية تجاري رغبة صناع المحتوى - ستضمحل لا محالة).

جدول (20) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً لأبرز التقنيات التي رصدتها المؤسسات الإخبارية في تزيف الأخبار

النسبة المئوية	التكرار	العبارة
88.3	106	تقنية الفيديوهات المفبركة "التزيف العميق" Deepfakes Videos
49.2	59	تقنية نسخ الصوت Voice Cloning
75.8	91	تقنية الصور المزيفة Deepfakes Images
61.7	74	تقنية النصوص المتعلمة Generative Text
82.5	99	تقنية الفيديوهات المجتزأة Split videos

\*سمح للمبحوث باختيار أكثر من بديل

توضح نتائج الجدول السابق تصدر "تقنية الفيديوهات المفبركة" التزيف العميق "Deepfakes Videos" أبرز التقنيات التي رصدتها المؤسسات الإخبارية في تزيف الأخبار بنسبة 88.3٪، يليها "تقنية الفيديوهات المجتزأة Split videos" في الترتيب الثاني بنسبة 82.5٪، ثم "تقنية الصور المزيفة Deepfakes Images" في الترتيب الثالث بنسبة 75.8٪.

وتعد الرسائل المرئية أكثر إقناعاً من الرسائل النصية، لأنها توفر طبقة إضافية من الإثبات، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Dan et al., 2021)<sup>106</sup>، التي أشارت إلى أنه من السهل على الجمهور تصديق العناصر المرئية، كما أن الرسائل المرئية تثير أيضاً ردود أفعال عاطفية مما يجعلها أكثر فاعلية في تغيير مواقف الأشخاص وسلوكياتهم، وفقاً لـ (Dan et al. 2021; El Mokadem 2018)<sup>107</sup>، ولهذا السبب، تُشكّل مقاطع الفيديو المزيفة بعمق تهديداً كبيراً في نشر المعلومات الكاذبة والمضللة بسرعة فائقة.

وقد أضافت تقنية التزيف العميق Deepfake بُعداً جديداً لمشكلة انتحال الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي، ولم يعد يقتصر الأمر على إنشاء حسابات مزيفة أو استخدام الصور الشخصية لأشخاص آخرين، بل أصبح هناك إمكانية لإنشاء مقاطع فيديو لأشخاص يقولون أشياء لم تحدث أبداً، وقد أكدت نتائج دراسة (Thaw،

al. et al. (2021)<sup>108</sup> أنه على الرغم من اعتقاد الجماهير أنهم قادرون على اكتشاف مقاطع الفيديو المزيفة بعمق عند التعرض لها، فإنه من الصعب جداً اكتشاف التكنولوجيا، فقد حطمت تقنية Deepfake فكرة "الرؤية هي الإيمان" (Shin, Lee, )<sup>109</sup>(2022).

وقد أشارت دراسة (Hwang, Youn, and Jeong, 2021)<sup>110</sup> إلى أن مقاطع الفيديو ذات التزييف العميق Deepfake أكثر حيوية وجديرة بالثقة من الرسائل النصية أو الصور المزيفة، مما يجعلها أكثر خطورة، وإلى أن يتمكن عامة الناس من تمييز المعلومات الحقيقية من الكاذبة، فإن محو الأمية الإعلامية يعد عاملاً مهماً في تقليل انتشار المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة والأخبار المزيفة، بما في ذلك مقاطع الفيديو المزيفة، ويمكن تفسير ذلك من خلال نتائج دراسة أخرى وجدت أنه عندما أصبح الجمهور المستهدف أكثر معرفة بشخصية المرشح، فقد تمكنوا من اكتشاف مقاطع الفيديو المزيفة بعمق أكثر (Ng2022)<sup>111</sup>، وهذا يدعم الفرضية القائلة بأنه كلما كان الجمهور أكثر معرفة كان أكثر فاعلية في تمييز الرسائل الإعلامية المزيفة.

المحور الثالث: أبرز التحديات لمواجهة الأخبار الزائفة، وآليات الحد من انتشارها

جدول (21) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً للتحديات التي تواجه المؤسسات الإخبارية في الاستخدام الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة ومواجهتها

التحديات	البدائل		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الأهمية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
عدم القدرة على السيطرة على كل ما يتعلق بالمضمون الإعلامي الزائف بما يحول دون تحقيق الأمن السيبراني وأداء منصات تقصي الحقائق	73.3	88	26.7	32	0	0	0	0	2.7333	0.444	91.1	مرتفعة
لا تتوافر الإمكانيات المادية والعلمية داخل المؤسسات الإخبارية لتطبيق خوارزميات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة	70.8	85	27.5	33	1.7	2	27.5	33	2.6917	0.499	89.7	مرتفعة
عدم استحداث وظائف جديدة تتلاءم مع طبيعة سوق الإعلام الرقمي	71.7	86	28.3	34	0	0	28.3	34	2.7167	0.453	90.6	مرتفعة
إغفال بعض المؤسسات الإخبارية لاستخدامات الذكاء الاصطناعي والإبقاء على الأدوار التقليدية للصحافة	75.0	90	20.8	25	4.2	5	4.2	5	2.7083	0.541	90.3	مرتفعة
غياب تطبيق أنظمة الجودة بالمؤسسات الإخبارية وضعف الهياكل التنظيمية	61.7	74	35.8	43	2.5	3	2.5	3	2.5917	0.542	86.4	مرتفعة
120												الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق تصدر عبارة "عدم القدرة على السيطرة على كل ما يتعلق بالمضمون الإعلامي الزائف بما يحول دون تحقيق الأمن السيبراني وأداء منصات تقصي الحقائق" أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الإخبارية في الاستخدام الفعلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف ومواجهة الأخبار الزائفة بوزن نسبي بلغ قدرة

91.1%، يليها عبارة "عدم استحداث وظائف جديدة تتلاءم مع طبيعة سوق الإعلام الرقمي" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 90.6%، ثم "إغفال بعض المؤسسات الإخبارية لاستخدامات الذكاء الاصطناعي والإبقاء على الأدوار التقليدية للصحافة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 90.3%.

يمكن تفسير عدم القدرة على السيطرة على كل ما يتعلق بالمضمون الإعلامي الزائف بما يحول دون تحقيق الأمن السيبراني وأداء منصات تقصي الحقائق، في ضوء عدة أسباب، هي:

1. تطور تقنيات التزييف السمعي والبصري: فقد أصبح من الممكن إنشاء مقاطع فيديو وصور مزيفة بشكل أكثر إقناعاً وواقعية باستخدام الذكاء الاصطناعي.
2. انتشار الأخبار الزائفة بسرعة عالية: نظراً لسهولة إنشاء هذا المحتوى المزيف، ما جعل من السهل إنتاجه بشكل أكبر وأسرع، ومن ثم انتشاره بسرعة أكبر عبر منصات التواصل الاجتماعي والإنترنت عامة.
3. صعوبة الكشف والتحقق: نظراً لتطور تقنيات التزييف، ما جعل من الصعب على المستخدمين العاديين والمؤسسات الإعلامية الكشف عن المحتوى المزيف والتحقق منه. وتتفق بيانات الجدول السابق مع نتائج دراسة (يسرا حسني، 2021م)<sup>112</sup>، التي أشارت إلى أن وجود كميات ضخمة من المعلومات، واستخدام الحسابات الروبوتية، تمثل تحديات صعبة لاكتشاف الأخبار المزيفة، كذلك أكد الخبراء عينة الدراسة، فيما يتعلق بالقائم بالاتصال، ضرورة اعتماد المؤسسات الإعلامية على برامج تدريبية متطورة تُمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة.

جدول (22) التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية لاستجابات أفراد عينة البحث وفقاً للآليات والاستراتيجيات اللازمة للحد من انتشار الأخبار الزائفة وتصديقها إعلامياً وتربوياً وتقنياً

درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		البدائل	آليات المواجهة
				ك	%	ك	%	ك	%		
مرتفعة	87.2	0.537	2.6167	3	2.5%	40	33.3%	64.1	77	إطلاق حملات إعلامية توعوية لتسليط الضوء على خطر الأخبار الزائفة ووصفها بإحدى أخطر الجرائم الإلكترونية في الفضاء السيبراني، وتوعية الجمهور باستخدام الأمثل للمنصات الرقمية	إعلامياً
مرتفعة	85.6	0.604	2.5667	7	5.8%	38	31.7%	62.5	75	التوعية بعقوبة نشر الأخبار الزائفة عبر الفضاء السيبراني	
مرتفعة	90.0	0.495	2.7000	2	1.7%	32	26.7%	71.7	86	عقد ورش عمل لتدريب الصحفيين على التوظيف الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف زيف الأخبار، وكذا في رصدها	
مرتفعة	88.3	0.545	2.6500	4	3.3%	34	28.3%	68.3	82	يفيد تعديل التشريعات الإعلامية والرقمية ومحتوى الاتصال في تحقيق استراتيجية الأمن السيبراني	
مرتفعة	91.7	0.435	2.7500	2	1.7%	28	23.3%	75.0%	90	دعم موارد المؤسسات الإخبارية لاقتناء تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في كشف الأخبار الزائفة	



درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		البدائل	آليات المواجهة
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفعة	91.1	0.480	2.7333	4.1	5	24.2	29	71.7	86	إقامة المؤتمرات والندوات العلمية داخل الجامعات والمراكز لتوعية الشباب بجرائم الفضاء السيبراني وتداعيات نشر الأخبار الزائفة، وتعزيز المسؤوليات والالتزامات الأخلاقية لدى الشباب في استخدامه للمنصات الرقمية	تربوي
مرتفعة	89.2	0.552	2.6750	4.2	5	40.0	48	55.8	67	تطبيق مقرر التربية الإعلامية كمقرر أساسي للطلاب في مراحل التعليم المختلفة للتعريف بمخاطر التهديدات السيبرانية بما فيها انتشار الأخبار الزائفة	
مرتفعة	83.9	0.580	2.5167	1.7	2	35.0	42	63.3	76	محو الأمية الإعلامية والدعوة لتقييم مصادر الأخبار، والتفكير بشكل منطقي في المعارض، من خلال زرع عدم الثقة في أي محتوى غير معلوم المصدر	
مرتفعة	87.2	0.522	2.6167	0	0	25.0	30	75.0	90	تطبيق مقرر الذكاء الاصطناعي في أقسام الإعلام بالجامعات والمعاهد لتخريج صحفيين مواكبين لسوق الإعلام الرقمي	
مرتفعة	91.7	0.435	2.7500	0	0	37.5	45	62.5	75	تثقيف الجمهور بالمخاطر المرتبطة بالبنية التحتية الحيوية للمعلومات	

درجة الأهمية	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		البدائل	آليات المواجهة
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفعة	87.5	0.486	2.6250	4.2%	5	20.0%	24	75.8%	91	تعزيز مفهوم الأمن السيبراني داخل المجتمع بالتعريف به بأحدث وسائل نشر البيانات كالفيديوجراف والإنفوجراف	تقنيا
مرتفعة	90.6	0.537	2.7167	4.2%	5	15.0%	18	80.8%	97	إنشاء منصات ومبادرات رقمية لمواجهة الأخبار الزائفة، والعمل على تشعبها بين المواقع الأكثر استخداماً ورواجاً	
مرتفعة	86.9	0.555	2.6083	3.3%	4	28.3%	34	68.3%	82	توظيف أنظمة الأمن السيبراني المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي كأجهزة رادار أو إنذار مبكر لاستكشاف الأخبار الزائفة المشهورة ومدى تكرارها عبر المنصات	
مرتفعة	88.3	0.545	2.6500	3.3%	4	26.7%	32	70.0%	84	توظيف آليات التعامل الأولى لاكتشاف مقاطع الفيديو التي يتم فبركتها بتقنيات التزييف العميق	
مرتفعة	88.9	0.540	2.6667	3.3%	4	15.8%	19	80.8%	97	الاعتماد على صحفيين من ذوي الخبرات بالتقنيات الحديثة في مجال العمل الصحفي بالمواقع الإلكترونية	
120										الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق الآليات والاستراتيجيات اللازمة للحد من انتشار الأخبار الزائفة وتصديقها وفقاً لآراء عينة البحث، وذلك كما يلي:

## أولاً إعلامياً:

جاءت عبارة "دعم موارد المؤسسات الإخبارية لاقتناء تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في كشف الأخبار الزائفة" في الترتيب الأول بوزن نسبي 91.7%، يليها "عقد ورش عمل لتدريب الصحفيين على التوظيف الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف زيف الأخبار وكذا في رصدّها" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 90.0%، ثم "يفيد تعديل التشريعات الإعلامية والرقمية ومحتوى الاتصال في تحقيق استراتيجية الأمن السيبراني" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 88.3%.

هذه النتيجة مردّها إلى افتقار المؤسسات الصحفية لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي تسهم في الكشف عن الأخبار الزائفة، مثل: تقنيات التعلم العميق لتحليل المحتوى المرئي والصوتي، ونماذج اللغة الطبيعية لفهم السياق والمعنى، وخوارزميات البحث والاستدلال لتتبع المصادر والكشف عن التناقضات، وتقنيات التحليل التنبؤي لنمط انتشار المحتوى، إضافة إلى أنظمة التصنيف والتبويب التلقائية، فالتكامل بين هذه التقنيات الذكية سيسهم بشكل كبير في مكافحة انتشار الأخبار المزيفة وتعزيز سلامة المعلومات المتداولة، هذا إلى جانب تدريب الصحفيين من خلال عقد ورش عمل مع المتخصصين لدعم أسلحة الصحفيين في مواجهة الأخبار الزائفة، سواء في تحديد الخبر الزائف أو في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة التقارير المصححة، وهو ما أكدته نتائج دراسة (Rubal Kanozia, 2019)<sup>113</sup>، التي كشفت عن الحاجة إلى آلية قوية للتحقق من الحقائق مثل الذكاء الاصطناعي، وزيادة المعرفة الرقمية والتعلم الآلي، وتدريب الصحفيين لتوعيتهم بأساليب الأخبار المزيفة وتقنياتها، حتى يتمكنوا ببساطة من التعرف على الأخبار المزيفة وفضحها. وقد ذكر بعض المبحوثين أهم أدوات الذكاء الاصطناعي التي يجب تدريب الصحفيين بالمؤسسات الإخبارية عليها حتى يمكن استخدامها في تقصي صحة الأخبار، مشيرين إلى أن التقنيات عديدة، وبعضها قد لا يتوافر لدى المؤسسة، مثل نسخة شات جي بي تي 5، ونيوز ميتر وغيرها، ومن أمثلة الأدوات التي ذكروها:

Snores: منصة للتحقق من الأخبار والشائعات.

FactCheck.org: موقع يحقق في صحة الأخبار والتصريحات العامة.

AI-powered tools like GPT-4: لتحليل النصوص والكشف عن التزييف.

مؤكدین أن التدريب على استخدام مثل هذه التقنيات والتطبيقات التي تكشف المزيف من صور ومقاطع فيديو وصوت، من شأنه أن يساعد على الحد من انتشار الأخبار الزائفة. ثانياً تريبياً:

جاءت عبارة "تثقيف الجمهور بالمخاطر المرتبطة بالبنية التحتية الحيوية للمعلومات" في الترتيب الأول بوزن نسبي 91.7٪، يليها "إقامة المؤتمرات والندوات العلمية داخل الجامعات والمراكز لتوعية الشباب بجرائم الفضاء السيبراني وتداعيات نشر الأخبار الزائفة، وتعزيز المسؤوليات والالتزامات الأخلاقية لدى الشباب في استخدامه للمنصات الرقمية" بوزن نسبي 91.1٪، ثم "تطبيق مقرر التربية الإعلامية كمقرر أساسي للطلاب في مراحل التعليم المختلفة للتعريف بمخاطر التهديدات السيبرانية بما فيها انتشار الأخبار الزائفة" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 89.2٪.

هذه النتيجة مردها إلى أن توعية الأفراد بخطورة الأخبار الزائفة في مقدمة الطرق الفعالة والناجحة في محاربة هذا النوع من المحتوى المضلل، الذي يستهدف الحرب على وعي الأفراد وتشويه إدراكهم للحقائق، فبوعي الإنسان بخطورة الأخبار الزائفة والشائعات فإنه يبتعد تدريجياً عنها، أو على الأقل يدرك أهمية التحقق من المصدر الرئيسي للمعلومة قبل تصديقها أو نشرها ومشاركتها، ويُعدّ الاعتماد على الصفحات والمصادر الرسمية والموثوقة، وكذلك منصات تقصي الحقائق، أهم سلاح لمواجهة الأخبار الزائفة، إذ من خلالها يظهر جلياً صحة الخبر المتداول من عدمه، خصوصاً وأن هذه المصادر تعزز الخبر بوثائق أو صور أو فيديوهات رسمية، وتضع أمام القارئ الصورة كاملة.

وقد أشارت نتائج دراسة ( Nurcahyani, M T, F Junaedi, and E ) (Sudiwijaya, 2022)<sup>114</sup> إلى أن مشكلات التضليل والتزييف العميق يمكن التقليل منها من خلال التشريع والتعليم، كما قاس (Iacobucci et al. 2021)<sup>115</sup> دور الثقافة الإعلامية في تقليل الميل إلى مشاركة مقاطع الفيديو، ومن ثم الحد من انتشار

مقاطع الفيديو المزيفة بعمق، وتوصل إلى نتيجة مفادها أن التعرف على مقاطع الفيديو المزيفة بعمق يؤدي إلى انخفاض مشاركتها، ومن ثم الحد من تأثيرها السلبي، كما أكدت نتائج دراسة ( Sou Hyun Jang, Kyoung Eun Jung, Yong Jeong Yi, )<sup>116</sup> (2023)، أن الجمهور في نهاية المطاف لا يبدو مهتماً بتصحيح الأخبار المزيفة، ومن الضروري زيادة الوعي العام بأهمية تصحيح الأخبار الكاذبة كجزء أساسي من الثقافة الإعلامية لمنع إيصال الأخبار الكاذبة.

### ثالثاً تقنياً:

جاءت عبارة "إنشاء منصات ومبادرات رقمية لمواجهة الأخبار الزائفة والعمل على تشعبها بين المواقع الأكثر استخداماً ورواجاً" في الترتيب الأول بوزن نسبي 90.6٪، ثم "الاعتماد على صحفيين من ذوي الخبرات بالتقنيات الحديثة في مجال العمل الصحفي بالمواقع الإلكترونية" في الترتيب الثاني بوزن نسبي 88.9٪، ثم "توظيف آليات التعامل الأولى لاكتشاف مقاطع الفيديو التي يتم فبركتها بتقنيات التزييف العميق" في الترتيب الثالث بوزن نسبي 88.3٪.

يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء أهمية المنصات الرقمية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار، ليس من خلال إنشائها فحسب، وإنما من خلال نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، بحيث لا تعطي فرصة للأفراد تصديق كل ما ينشر عبر المواقع والصفحات التي تعتمد على تزييف الحقائق، وقد أطلقت مؤسسات إعلامية وتعليمية مبادرات عدة لتعزيز مبادئ التحقق من المعلومات، ومواجهة الأخبار الزائفة والمضللة، كما سعت مؤسسات إخبارية عالمية ومحلية لإنشاء هذه النوعية من المنصات في إطار مبادرات التحقق من الأخبار لمواجهة الوجود المتزايد للأخبار الزائفة؛ بهدف تعزيز المعرفة من خلال البحث عن الحقائق المزعومة والإبلاغ عنها، إضافة إلى أن الصحفيين في جميع أنحاء العالم يتجهون إلى منصات تقصي صحة الأخبار بشكل متزايد للتمكن من مواجهة التحديات الصعبة المتمثلة بانتشار المعلومات الخاطئة والهجمات والاعتداءات التي يتعرض لها المرسلون، ووفقاً لدراسة أجراها المركز الدولي للصحفيين<sup>117</sup>، تبين ارتفاع استخدام أدوات تقصي الحقائق والتحقق على وسائل التواصل الاجتماعي.

## الخاتمة ومناقشة أهم النتائج:

يسلط هذا البحث الضوء على الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، من خلال مستويين؛ الأول: يتمثل في تحليل اثنتين من المنصات الرقمية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار لرصد نوعية الأخبار الأكثر عرضة للتزييف، وكيفية معالجتها والتقصي عنها شكلاً ومضموناً، بينما يتمثل المستوى الثاني في استطلاع آراء عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية لرصد اتجاهاتهم نحو العوامل المسببة في استمرار انتشار الأخبار الزائفة رغم التطور التكنولوجي في مجال الصحافة، وتوظيف أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عمليات تقصي صحة الأخبار، إلى جانب الكشف عن أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الإخبارية في توظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة، وأهم سبل المواجهة.

وقد كشفت نتائج الدراسة التحليلية استمرار مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر المواقع الرقمية التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وبصفة خاصة موقع فيس بوك، ولكن ليس ذلك فحسب، وإنما بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تزييف الأخبار، وخاصة في أوقات الأزمات، وهو ما يعزز من نتائج دراسة (إيمان عبد الرحيم، 2024م)<sup>118</sup>، التي أشارت إلى أن تطبيق فيس بوك جاء في مقدمة التطبيقات التي تؤدي سياستها إلى تحيز وزيف فيما يُنشر في أثناء الأزمات، وأن العقد المقبل سيشهد ازدياد تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات مواقع التواصل الاجتماعي خاصة وقت الأزمات.

وفي إطار تحليل موقع خدمة رويترز لتقصي الحقيقة، وموقع تقصي صحة الأخبار لفرانس برس؛ كشفت النتائج أن الحرب الإسرائيلية في قطاع غزة، والحرب الروسية في أوكرانيا، أثرتا بعمق في الأخبار والمواد التي تم تناولها بالبحث والتفنيد، فقد باتت الحربان موضوعاً رئيسياً، واستهدفتها الأخبار المزيفة بكثرة لعام 2024م، وكانت بانتظام موضوعاً لمعلومات مضللة وقاعدة لتقنيات "التزييف العميق" وتوجيه معلومات المحتوى البصري، وتعد هذه الأزمات من القضايا الجدلية التي تتخذ حيزاً وفرصاً أكبر،

وتؤثر بطبيعتها في الترويج للمعلومات الزائفة، بصفتها مادة إثارة وفضول، وكونها أيضاً أخباراً سوداء، إذ تدرج المواد الزائفة التي كشفت عنها نتائج التحليل تحت ما يطلق عليه الأجنحة السوداء أو التحيز للأخبار السلبية *Bad News bias*، مثل أخبار الحروب والكوارث والصراعات والخلافات السياسية والأزمات الاقتصادية والاجتماعية، ووفقاً لما أشارت إليه نتائج دراسة (Alberto Ardevol-abreu, 2022)<sup>119</sup>، فإن الأجنحة السوداء تحظى بفرصة أكبر من رغبة القارئ في متابعتها عن التعرض للأخبار البيضاء التي تبتعد عن المشكلات، ويعود السبب في ذلك إلى طبيعة الأخبار السلبية التي تجذب الانتباه، ودورها في زيادة نسبة المشاهدة والقراءة، ولكنها تعمل على زيادة القلق والخوف والنظرة المتشائمة للعالم، لذا عمد مروجو الأخبار المضللة إلى انتقاء المواد التي تعمل على الإثارة السلبية، والمواد التي تنطوي على قيم الصراع والضخامة والدراما، التي تعد من أكثر القيم رواجاً وانتشاراً في الصحافة الصفراء، وتعزز هذه النتيجة ما توصلت إليه نتائج دراسة (راللا أحمد عبد الوهاب، 2024م)<sup>120</sup>، بأن الجمهور المصري يفضل متابعة الأخبار التي تحتوي على قيم الصراع.

التفسير الآخر المحتمل لهذه النتيجة هو أن الأخبار السلبية التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما تلك التي تستغل أسماء وكيانات صحفية معروفة، أكثر مصداقية بالنسبة للجمهور، لأنها تعكس دوراً صحفياً محترفاً، لكون الصحافة مكلفة بشكل معياري بإلقاء منظور نقدي، على سبيل المثال، لكونها رقيباً على النخب/ المؤسسات القوية وضامناً للديمقراطية، فإن الدور الرقابي للصحافة يجبر الصحفيين على الإشارة إلى المشكلات والقضايا، مما يؤدي حتماً إلى التركيز على التغطية السلبية، ومن ثم، قد ينظر الجمهور إلى الأخبار السلبية على أنها أكثر مصداقية أيضاً لأنها تلمح دور الصحفيين في المجتمع، على اعتقاد منهم أن الصفحات والمواقع الإلكترونية التي يتابعونها حقيقية، ويقوم عليها صحفيون مهنيون، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (Toni G.L.A., 2024)<sup>121</sup>.

وعلى مستوى الشأن المصري، كشفت نتائج الدراسة أن الأخبار المضللة التي تم تنفيذها والكشف عنها جاءت صدى وانعكاساً للأخبار الحقيقية التي نشرت وقت

الأزمات التي شهدتها مصر، وخاصة الأزمة الاقتصادية، والموقف المصري من أحداث العدوان على غزة، واتسمت تلك المواد بالكذب والتضليل الإعلامي، واتخذت صور عدة، منها: قلب الحقائق، أو التضليل بالمعلومات التي ليست لها علاقة بالحدث، أو استخدام مفردات تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة وشحن المواطن ضد نظام الحكم، وقد بدا ذلك واضحاً باتباع أسلوب الانتقائية المتحيزة التي تجتزئ وتتقي بعض الجمل والحقائق وتهمل الأخرى.

وإذ تقترض نظرية الهاكولوجيا، وفقاً لـ Leon ، أن مؤسسات الإعلام الإخبارية المرموقة والمؤثرة تعتمد على الموقع الإلكتروني لنشر المعلومات التي يمكنها التحقق منها، فقد كشفت نتائج التحليل عن تماثلات وتشابهات بين موقعي الدراسة في الاهتمام بانتقاء المواد المضللة ذات الذبوع والانتشار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وإخضاعها للبحث والتفنيد، والوصول إلى الحقيقة ووضعها بين يدي القارئ أولاً بأول، فقد تشابهت طبيعة الأخبار المضللة التي كُشِف عنها، وبدا هذا التشابه واضحاً في المواد السياسية والاقتصادية على وجه التحديد، ويمكن توضيح آلية عمل موقعي الدراسة فيما يلي:

- يقوم موقعاً الدراسة بعمل تقارير مفصلة عن المحتويات الإخبارية الزائفة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، للوقوف على أسباب انتشارها وما يمكن أن تحدثه من تأثيرات.
- يوضح كلا الموقعين زيف المحتوى الإعلامي من خلال العنوان، والانتهاكات المهنية والأخلاقية التي ارتكبتها مروج المحتوى، ويعد التلاعب في العناوين من أبرز الأساليب التي يعتمد عليها مروجو الأخبار والمعلومات المضللة، خصوصاً في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، لأن عدداً كبيراً من القراء لا يكملون قراءتهم لخبر ما بتفاصيله، ويكتفون فقط بقراءة العنوان الرئيسي دون تكلف عناء النقر على الرابط وقراءة الموضوع كاملاً، بحيث يشكلون فكرتهم من خلال العنوان الذي تتعمد بعض المواقع أن يكون أبعد ما يكون عن الحقيقة، ولذلك يعتمد الموقعان على جذب القارئ بانتهاج الآلية نفسها، بتوضيح صحة الخبر من خلال العنوان.



- كلا الموقعين يحرصان على تناول المحتوى الإعلامي الزائف بالبحث والتفنيد من خلال الأدلة والبراهين، والاعتماد على المصادر البشرية وغير البشرية، كالكتب والوثائق والأرقام والإحصائيات، كذلك المسؤولين ذوي الصلة بالحدث، في حين تميز موقع خدمة رويترز بحرصه على التواصل المباشر مع المسؤولين عبر رسائل البريد الإلكتروني، وبخاصة فيما يتعلق بالأزمات السياسية.
  - اعتمد كلا الموقعين على كشف الحقائق استناداً إلى الروابط والصور ومقاطع الفيديو والصور الملتقطة من الشاشة والمنشورات والتغريدات المدعومة لتقصي صحة الخبر، في حين اختلف أسلوب الطرح بين الموقعين، فاعتمد موقع رويترز على صياغة الخبر من خلال وضع روابط عديدة لكلمات تقود إلى مواقع وصفحات أخرى تساعد القارئ على الفهم الواسع لتفاصيل الخبر وأبعاده، فيما اعتمد موقع تقصي صحة الأخبار لفرانس برس على صياغة التقرير من خلال إدراج الصور ومقاطع الصوت والفيديو مباشرة داخل التقرير، والاعتماد على الروابط فقط في حالة أراد القارئ الحصول على تفاصيل أكثر.
  - في حال ما إذا كان الخبر متعلقاً بالشؤون الدينية أو الطبية أو العلمية، يعتمد كلا الموقعين على الرجوع إلى المتخصصين ذوي الصلة الوثيقة بموضوع الخبر، مع ذكر اسمه المسؤول وصفته.
- وفي إطار نتائج الدراسة الميدانية؛ أرجع الصحفيون عينة الدراسة أهم العوامل المسببة في استمرارية انتشار الأخبار الزائفة رغم التطور التكنولوجي إلى عدة عوامل وتحديات، أبرزها غياب الوعي المجتمعي بطرق التزييف المتبعة لتضليل المتلقي، واعتقاد الأفراد بوجود مصادر خارجية كاشفة لما تعتم عليه وسائل الإعلام الرسمية، إضافة إلى غياب التطبيق الفعلي للتشريعات والقوانين الرادعة لمروجي الأخبار الزائفة، التي من شأنها أن تجعل مشاركة الأخبار الزائفة أمراً لا ضوابط عليه، وكذلك عدم القدرة على السيطرة على كل ما يتعلق بالمضمون الإعلامي الزائف بما يحول دون تحقيق هدف القضاء على انتشار الأخبار الزائفة.

كما بينت النتائج أن انتشار الأخبار الزائفة يؤثر سلباً في نجاح عمل منصات تقصي صحة الأخبار بدرجة كبيرة، فكثرة المنصات الإخبارية وتنوعها، ومشاركة المستخدمين فيما تنشره أي منصة دون التحقق من مصداقيتها، يزيد من فرص انتشارها، ويحد من فرص نجاح المؤسسات الإخبارية التي تنشر الأخبار بموضوعية ومهنية، ويجب النظر إلى هذه النتيجة بعين الاعتبار، إذ يفرض ذلك على المؤسسات الإخبارية العالمية والمحلية الاستمرارية والتطوير والتمكين بالأدوات التقنية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في دحض الأخبار الزائفة السلبية ومواجهة حملات التضليل، خاصةً وقد أشارت دراسة (Alberto Ardevol-abreu, 2022)<sup>122</sup> إلى أن الأفراد يستخدمون تعرضهم للمحتوى الإخباري المزيف أداة إرشادية لاستنتاج جودة عمل وسائل الإعلام الإخبارية، ومن هنا قد توفر وسائل الإعلام ومدققو الحقائق أدوات قوية لتقليل تأثيرات النشر المتعمد الأخبار الكاذبة، والتصورات السلبية لوسائل الإعلام عامة، ويعزز من ذلك نتائج دراسة (مجدي الداغر، 2024م)<sup>123</sup>، التي أفادت أن الجمهور يعتمد في أساليب تفاعله مع الشائعات والأخبار الزائفة على اللجوء إلى مصادر ذات ثقة للتأكد من صحة الخبر.

أما فيما يتعلق بدوافع التضليل الإعلامي التي يستهدفها مروجو الأخبار الزائفة، فقد تمثلت في زعزعة الأمن والاستقرار المجتمعي، وإحداث نوع من البلبلة وتشويش الرأي العام، إضافة إلى نزع الثقة في المؤسسات والسلطات، وعن أبرز آليات التضليل المتبعة من قبل مروجي الأخبار الزائفة، فقد تمثلت في الاجتزاء وإخراج الحديث من سياقه، بهدف إحداث تأويلات كلامية على لسان مسؤولين، وهو ما يؤكد أن نزع الثقة في المسؤولين وتشويش الرأي العام تعد من أهم الدوافع التي تكمن وراء مروجي الأخبار الزائفة.

كما كشفت نتائج الدراسة عن محدودية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإخبارية لتقصي صحة الأخبار، بسبب بعض المعوقات التي تواجه توظيفه في عمليات تقصي الحقائق، مثل كونها تحتاج إلى صحفيين ماهرين في استخدام الأدوات الرقمية للتحقق من صحة المعلومات، قادرين على التعامل مع خوارزميات الذكاء الاصطناعي، وهو ما لا يتوافر في بعض المؤسسات الإخبارية بسبب عدم استحداث وظائف إعلامية تواكب العصر، إضافة إلى إغفال بعض المؤسسات الإخبارية

لاستخدامات الذكاء الاصطناعي والإبقاء على الأدوار التقليدية للصحافة، في حين أشاروا إلى أن الذكاء الاصطناعي قد وفّر أدوات لتحسين محتوى الوسائط المتعددة المدعومة لتوضيح صحة الخبر وصياغة التقارير الإخبارية؛ مثل: التحرير الآلي للفيديو، والتعرف على الصور، وسرعة ترجمة الخبر المصحح إلى لغات مختلفة، واعتماد عديد من وكالات الأنباء والمؤسسات الصحفية والتلفزيونية العالمية على استخدام أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أداء أعمالها اليومية، من خلال الاستعانة بالخوارزميات في توليد الأخبار التلقائية من دون تدخل البشر، أو الاعتماد على الردود الآلية على المتلقين من خلال الدردشة عبر الروبوتات والتحقق من الأخبار المزيفة، وقد أحدثت تغييرات كبيرة في معدل إنتاجها اليومي من المحتوى الإعلامي، وتلبية احتياجات المتلقين المعتمدين في تلقيهم للأخبار على الإعلام الرقمي.

كذلك بينت النتائج أن أبرز أشكال التلاعب والتضليل في المحتوى الإخباري التي رصدتها المؤسسات الإخبارية تمثلت في استخدام الفيديوهات المفبركة "التزييف العميق Deep fakes Video"، وتعد هيمنة الوسائط الرقمية وتقنياتها المختلفة لا سيما "التزييف العميق" السمة المميزة لعصرنا، إذ يمكن بسهولة إنشاء المعلومات الرقمية ونقلها وقراءتها عالمياً، ما يجعل من الصعب بشكل متزايد على المواطنين التحقق من هذه المعلومات والثقة بها، وهو ما يستهدفه مستخدمو تقنية التزييف العميق في تزييف الأخبار، فقد أشارت دراسة (Cristian Vaccari, 2020)<sup>124</sup> إلى أن التزييف العميق، وبخاصة السياسي، قد لا يكون بالضرورة لخداع الأفراد، لكنهم قد يزرعون عدم اليقين الذي قد يؤدي بدوره إلى تقليل الثقة في الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، فمن خلال إنشاء فيديو بتقنية التزييف العميق مرفق برسالة جديّة تناسب فئة معينة يمكن تشويه السمعة وخلق صور قريبة من الواقع من شأنها أن تثير غضب المواطنين، بل وخلق واقع زمني مزيف بالأحداث والصور التي تؤيده، وبحلول الوقت الذي ينكشف فيه فإنه قد خدم غرضه، ومن ثمّ يعد فهم توظيف الوسائط الرقمية والذكاء الاصطناعي في حالة التزييف العميق وتأثيرها في المجتمع الحديث أمراً ضرورياً إذا أردنا وضع هذه

التكنولوجيا بشكل صحيح في السياق، ومعالجة التحديات التي تطرحها، وأن تُعالج بطريقة فعالة.

وقد أكدت عينة الدراسة أهمية دعم موارد المؤسسات الإخبارية لاقتناء تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في كشف الأخبار الزائفة، وعقد ورش عمل لتدريب الصحفيين على التوظيف الأمثل لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف زيف الأخبار، وكذا في رصدتها، وتؤكد هذه النتيجة حاجة المؤسسات الإخبارية ليس فقط لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وإنما إلى الاعتماد على صحفيين من ذوي الخبرة في استخدام التقنيات الحديثة، وهو ما يعزز نتيجة دراسة المركز الدولي للصحفيين لعام 2020م<sup>125</sup>، التي أُجريت على صحفيين ومديري أخبار في 149 دولة، وأشارت إلى أن الخبراء التقنيين ما زالوا قليلين في غرف الأخبار، وقليل منهم لديهم خبرة متقدمة مثل المعرفة بالأمن السيبراني أو التحليلات، فقد أشار 4% فقط من موظفي غرف الأخبار إلى أنهم من المهنيين التقنيين، مثل مطوري المحتوى، بزيادة بنسبة 2% عن عام 2017م.

كما أكدت نتائج الدراسة أهمية الثقافة الإعلامية، من خلال توعية الجمهور بالمخاطر المرتبطة بالبنية التحتية الحيوية للمعلومات، ودعم إقامة المؤتمرات والندوات العلمية داخل الجامعات والمراكز لتوعية الشباب بجرائم الفضاء السيبراني وتداعيات نشر الأخبار الزائفة، وتعزيز المسؤوليات والالتزامات الأخلاقية لدى الشباب في استخدامه للمنصات الرقمية لتلقي الأخبار، وهو ما يعزز نتائج دراسة ( Sarah El Mokadem, 2023)<sup>126</sup>، التي أشارت إلى فاعلية التثقيف الإعلامي في مكافحة التضليل الإعلامي لكل من الرسائل المكتوبة ومقاطع الفيديو، وخاصة في مجال الإعلام، في إطار استكشافها لتأثير الثقافة الإعلامية لتدعيم استراتيجية التنفيذ ضد مقاطع الفيديو المزيفة العميقة والمعلومات الخاطئة والتحقق فيها، وما إذا كان تقديم محاضرات التثقيف الإعلامي يمكن أن يزيد المقاومة بفاعلية للرسائل الخادعة، من خلال تسليط الضوء على مصداقية الرسائل البصرية مقابل الرسائل النصية ودور التثقيف الإعلامي في مكافحة التزييف العميق والمعلومات الخاطئة.

نستخلص مما سبق، أنه في ظل استمرارية وتزايد انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، حتى إن بعض العلماء جادلوا بأننا ندخل عصر ما بعد الحقيقة مع نظرية معرفية بديلة، ومن ثمَّ الواقع البديل، وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام الدولية وشبكات التواصل الاجتماعي قد قطعت أشواطاً كبيرة للتحوّل نحو تفعيل الذكاء الاصطناعي في تآدية خدماتها الرقمية، فإن أنظمة الذكاء الاصطناعي المستحدثة لا تزال في مراحلها التجريبية الأولى، وقد برزت تساؤلات عديدة عن درجة نجاحها وقدرتها على نيل ثقة الجمهور، وإسهامها في تطوير منظومة العمل داخل غرف الأخبار، وأدائها لعدد من المهام اليومية الروتينية من خلال الخوارزميات القادرة على العمل كأنظمة كاشفة للأخبار الزائفة، ليتفرغ الصحفيون لأداء أدوار أعمق ترتبط بالتحليل والتفسير والبحث والاستقصاء.

وأخيراً؛ قد يكون لهذه النتائج آثار مهمة على الصحفيين والمؤسسات الإخبارية عامة، ففي ظل البيئة الإعلامية الحالية، وينبغي للصحافة المهنية أن تكون بمثابة ثقل موازن للأخبار المزيفة، فالصحفيون يتحملون المسؤولية الأخلاقية المتمثلة في التحقق من قصصهم الإخبارية، وتقديمها لجمهورهم بتقارير دقيقة ومتوازنة، وينبغي لوسائل الإعلام الإخبارية المهنية أن تكون كذلك، بحيث ينظر إليها على أنها مصادر مرجعية يمكن من خلالها مقارنة دقة وصحة الأخبار والمحتوى الإخباري المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد، تعد المشاركة المستتيرة للأخبار الزائفة وتفنيدها من خلال الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي إحدى الركائز الأساسية للقضاء على هذه الظاهرة، ولكن الأهم من ذلك أيضاً هو أن يصل المحتوى المصحح للجمهور على نطاق واسع من خلال استغلال منصات التواصل الاجتماعي المختلفة وتوظيفها أولاً في تقصي صحة الأخبار وعدم الاكتفاء على الموقع الإلكتروني، والعمل على سرعة انتشارها ووصولها ليد القارئ، حتى يصبح أمامه المصادر الرسمية التي يمكن الاعتماد عليها للتأكد من صحة الأخبار المتداولة، ويعزز من ذلك ما توصلت إليه نتائج دراسة (أحمد جمال، 2021م)<sup>127</sup>، بأن الجمهور يعتمد على التعرض للمصادر المؤسسية للتأكد من صحة المعلومات.

## توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة، يمكن الخروج ببعض التوصيات على النحو الآتي:

- ← التركيز على مفاهيم التربية الإعلامية وتنمية وعي مستخدمي المواقع في التعامل مع مصادر المعلومات وتقييمها، من أهم عناصر مكافحة انتشار المعلومات المضللة، لأنه على الرغم من تعدد الطرق التقنية لمواجهة هذه الحسابات المضللة فإن ثقافة الأمن السيبراني بين الأفراد تبقى الحل الأمثل والأمن لمواجهةها، بحيث يكون الشخص نفسه هو الدرع الحصين لنفسه ومجتمعه.
  - ← يمكن للمؤسسات الإعلامية مكافحة هذا التحيز في انتشار الأخبار المضللة السلبية من خلال تعزيز الصحافة الموجهة نحو الحلول والتغطية الإخبارية المتنوعة، وهذا سوف يسهم في تكوين تصور عام أكثر استنارة.
  - ← نشر منصات تقصي صحة الأخبار على نطاق واسع، وخلق روابط لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لتكون رادعاً قوياً للمنصات الرقمية القائمة على نشر الأخبار والمواد المضللة.
  - ← منع المعلومات الخاطئة والسيطرة عليها مسبقاً، من خلال فهم قواعد نشر المعلومات الخاطئة، للحد من انتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة أكثر فاعلية، ومن ثم تقليل الضرر الناجم عنها.
  - ← توظيف أنظمة الذكاء الاصطناعي كأجهزة رادار أو نظم إنذار مبكر، لرصد التهديدات المعلوماتية مثل الأخبار الكاذبة، أو الشائعات أو غيرها، وتحديد منشأها، والمواقع التي انتشرت عبرها، بل توجيه مستخدمي الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي إلى المواقع التي تقند هذه الأخبار الكاذبة.
  - ← تبني المؤسسات الإخبارية لصحافة الروبوت في مواجهة الأخبار الزائفة مما يعمل على توفير الوقت والجهد للصحفيين المكلفين بهذه الخدمة.
- ويمكن تصنيف التوصيات على النحو الآتي:
- تقنيا:
- استخدام الذكاء الاصطناعي: لتطوير أدوات تكشف الأخبار الزائفة من خلال تحليل النصوص والصور والفيديوهات.

تحديث الخوارزميات: تحسين خوارزميات منصات التواصل الاجتماعي لتحديد المحتوى المشكوك فيه والحد من انتشاره.

التحقق من المصادر: تطبيق تقنيات للتحقق من موثوقية المصادر قبل نشر المحتوى. تطوير المؤسسات الصحفية للأدوات التكنولوجية المستخدمة لرصد وتحليل الأخبار المنشورة ومعرفة المزيف بينها وتعديله أو تكذيبه.

#### قانونياً:

تشريعات صارمة: سنّ قوانين تجرم نشر الأخبار الزائفة وتفرض عقوبات على المتورطين لمنع الأفراد من نشر أي شيء مزيف، أو التكاثر عن التأكد من صحة ما ينشرون.

تعزيز التعاون الدولي: لتبادل المعلومات والتنسيق لمكافحة الأخبار الزائفة العابرة للحدود.

#### إعلامياً:

تدريب الصحفيين: على التحقق من المعلومات ومصادر الأخبار.

زيادة الشفافية: من خلال نشر معلومات موثوقة وسهلة الوصول للجمهور، وعدم تجهيل القنوات لمصادر المعلومات، فالأهم هو إتاحة مصادر المعلومة، لأن إخفاء المعلومات يساعد على فبركة الأخبار الزائفة والشائعات وانتشارها.

تكثيف الجهود من أجل تدريب الصحفيين على الأمن السيبراني واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوفيرها للصحفيين، وخصوصاً الشباب وحديثي التخرج.

#### تربوياً:

التعليم الإعلامي: إدخال مواد تعليمية تركز على التفكير النقدي والتحقق من المصادر.

التوعية العامة: حملات توعية لزيادة فهم الجمهور لأهمية التحقق من الأخبار.

التدريب العملي: تدريب الكوادر الإعلامية والطلاب بكليات وأقسام الإعلام على الاستفادة من التقنيات الحديثة في الكشف عن الأخبار والمعلومات المحرفة والمزيفة.

إضافة مناهج تشتمل على أهم المعلومات الخاصة بكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة للتأكد من صحة المعلومات والأخبار ونفي المزيف منها.

وتوجد عدة توصيات لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقصي صحة الأخبار:

1. تطوير أدوات لكشف التزييف السمعي والبصري: استخدام تقنيات التعلم العميق لتحليل المحتوى المرئي والصوتي لاكتشاف التلاعب والتزييف.

2. بناء نماذج لتحليل السياق والمصادر: تطوير نماذج ذكاء اصطناعي قادرة على فهم السياق والتحقق من المصادر لتقييم مصداقية المحتوى الإخباري.
3. تطوير محركات بحث متخصصة في تقصي الحقائق: استخدام الذكاء الاصطناعي لبناء محركات بحث قادرة على تتبع مصادر المعلومات والكشف عن التناقضات.
4. التحليل التنبؤي للانتشار: استخدام نماذج التعلم الآلي لتحليل نمط انتشار الأخبار والتنبؤ بانتشار المحتوى المزيف.
5. تطوير أنظمة تصنيف وتبويب تلقائية: بناء أنظمة ذكاء اصطناعي قادرة على تصنيف المحتوى الإخباري، وإصدار تنبيهات تحذيرية في حال اكتشاف مؤشرات على كذب أو تضليل.

#### هوامش الدراسة:

<sup>1</sup> ليون برخو، "الهياكلولوجيا ودورها في تفسير الهجمات الإلكترونية وتأثيرها على الممارسة الصحفية"، قطر، مركز الجزيرة للدراسات، *دراسات إعلامية*، 2 نوفمبر 2017م، ص4.

<sup>2</sup> Matthew Hindman, Vlad Barash, "Disinformation, 'Fake News' and Influence Campaigns on Twitter" 2018 BY Knight Foundation, George Washington University, p7. Retrieved from:

<https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282762&p=5213331>

<sup>3</sup> Maximilian Haug, Authors Info & Claims, "Mass Communication on Social Media: The Case of Fake News", ACM Digital Library, *Proceedings of the 2020 on Computers and People Research Conference June 2020*, p.169. Retrieved from: <https://doi.org/10.1145/3378539.3393852>

<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3378539.3393852>

<sup>4</sup> Retrieved from:

[https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2024.pdf](https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf) p.8-11

<sup>5</sup> Van der Meer, T. G. L. A., & Hameleers, M., "Misinformation perceived as a bigger informational threat than negativity: A cross-country survey on challenges of the news environment", Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, Vol.5, No.3, 2024, pp. 1- 11. Retrieved from:

<https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-perceived-as-a-bigger-informational-threat-than-negativity-a-cross-country-survey-on-challenges-of-the-news-environment/>

<sup>6</sup> Duong Hoai Lan, Tran Minh Tung, "Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users", *COGENT SOCIAL SCIENCES*, VOL. 10, NO. 1, 2024, pp. 1- 24. Retrieved from:

<https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/23311886.2024.2302216?needAccess=true>



<sup>7</sup> Francis L. F. Lee, "Disinformation Perceptions and Media Trust: The Moderating Roles of Political Trust and Values", *International Journal of Communication*, Vol. 18 (2024), pp. 2388 -2410.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21052>

<sup>8</sup> Nermin Elsherif, Tasniem Anwar, "From Emancipation to Confusing the Nation: Social Media and Figurations of Disinformation a Decade After the Arab Uprisings", *International Journal of Communication*, Vol 18 (2024), pp. 1473–1493.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20310>

<sup>9</sup> Raghu Raman, Vinith Kumar Nair, Prema Nedungadi, "Fake news research trends, linkages to generative artificial intelligence and sustainable development goals", *Heliyon*. 2024 Feb 15, Vol.10, No.3, 2024, pp. 1-17.

Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10844021/>

**DOI:**<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24727>

<sup>10</sup> Agama, J. O., & Okpoko, C. C., "Mass Media and Challenges of Fake News: a Focus on Security in Nigeria", *Esut Journal Of Social Sciences*, Vol 9, No.1, 2024, pp. 56- 73.

Retrieved from: <https://esutjss.com/index.php/ESUTJSS/article/view/186>

<sup>11</sup> Algabri, M., Abu Huliqah, E. N. A., Ghurab, M., Al-Khulaidi, A. A. G., & Al Gaphari, G. H., "Fake News Detection On Social Media:Review of Literature", *Sana'a University Journal of Applied Sciences and Technology*, Vol.2, No.1, 2024. pp. 7–15.

Retrieved from: <https://doi.org/10.59628/jast.v2i1.369>.

<https://journals.su.edu.ye/index.php/jast/article/view/369>

<sup>12</sup> مجدي الداغر، "اتجاهات الجمهور نحو الشائعات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على تنامي الأزمات الاقتصادية في مصر عقب الحرب الروسية - الأوكرانية 2022م"، *مجلة بحوث الرأي العام*، المجلد 23، العدد 2، أبريل 2024م، ص 73- 168.

<sup>13</sup> Stefano Ruggieri, Rubinia C. Bonfanti, Gianluca Santoro, Alessia Passanisi, and Ugo Pace, "Fake News and the Sleeper Effect in Social Media Posts: the Case of Perception of Safety in the Workplace", *Behavior and Social Networking*, Vol.26 Iss.7 Jul, 2023, pp. 554-562.

Retrieved from: <http://doi.org/10.1089/cyber.2022.0199>

<sup>14</sup> Sijing Chen, Lu Xiao, Akit Kumar, "Spread of misinformation on social media: What contributes to it and how to combat it", *Computers in Human Behavior*, Vol.141, April, 2023, (Online). Dio: 10.1016/j.chb.2022.107643

Also Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563222004630?via%3Dihub>

<sup>15</sup> Giancarlo Ruffo, Alfonso Semeraro, Anastasia Giachanou, Paolo Rosso, "Surveying the Research on Fake News in Social Media: a Tale of Networks and Language", *Computer Science Review*, Vol 47, February 2023, pp. 1 – 43.

Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S157401372200065X>

<sup>16</sup> Rana Ali Adeeb, Mahdi Mirhoseini, "The Impact of Affect on the Perception of Fake News on Social Media: A Systematic Review", *Soc. Sci.*, Vol. 12(12), 2023, p.674. Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/socsci12120674>

<https://www.mdpi.com/2076-0760/12/12/674>

<sup>17</sup> Carlos Diaz Ruiz, "Disinformation on digital media platforms: A market-shaping approach", *new media & society*, 2023, pp. 1–24.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448231207644>

<sup>18</sup> Sarah Shawky El Mokadem, "The Effect of Media Literacy on Misinformation and Deep Fake Video Detection", *Journal of Arab Media & Society*, August 13, 2023, pp. 53- 78.

Retrieved from: <https://www.arabmediasociety.com/the-effect-of-media-literacy-on-misinformation-and-deep-fake-video-detection/>

<sup>19</sup> Moran Yarchi, Tal Samuel-Azran, Tsahi Zack Hayat, (2023), " Perceived Versus Actual Ability to Identify Fake News: Evidence From Israel's 2019–2020 Elections", *International Journal of Communication*, Vol 17 (2023), pp. 4974–4996.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20796>

<sup>20</sup> Sou Hyun Jang, Kyoung Eun Jung, Yong Jeong Yi, "The Power of Fake News: Big Data Analysis of Discourse About COVID-19–Related Fake News in South Korea", *International Journal of Communication*, Vol. 17, 2023, pp. 5527–5553.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21040>

<sup>21</sup> Homero Gil de Zúñiga, Manuel Goyanes, Chris Skurka, "Understanding Fake News Corrective Action: A Mixed-Method Approach", *International Journal of Communication* Vol.17, 2023, pp. 3428–3450.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19885>

<sup>22</sup> سحر عبد المنعم محمود الخولي، "دور الصحف الإلكترونية المصري في مواجهة الأخبار الكاذبة: دراسة حالة لصحيفة المصري اليوم"، جامعة الأهرام الكندية – كلية الإعلام، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد 43، أكتوبر/ ديسمبر 2023م، ص ص 171- 236.

<sup>23</sup> سالمة أحمد محمود شرف، مصطفى نبيل محمود النشار، "أطر تقديم المعلومات الزائفة عن الأزمات المجتمعية وأثرها في ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي"، جامعة الأهرام الكندية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد 43، أكتوبر/ ديسمبر 2023م، ص 477.

<sup>24</sup> إلهام يونس أحمد، "تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية الزائفة والتحقق منها على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة لاستراتيجيات التحقق البصرية المستخدمة في غرف الأخبار"، جامعة القاهرة – كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 22، العدد 2، أبريل يونيو 2023م، ص 236 – 292.

<sup>25</sup> شيماء محمد حامد علي، "الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية في تشريعات الإعلام في ضوء المسؤولية الاجتماعية"، جامعة عين شمس – كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، *مجلة بحوث*، المجلد 3، العدد 7، يوليو 2023م، ص 120-144.

<sup>26</sup> Lawson, M. A., Anand, S., & Kakkar, H. (2023). Tribalism and tribulations: The social costs of not sharing fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol. 152 (3), pp. 611–631.

Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/fulltext/2023-51689-001.html>

<sup>27</sup> Aïmeur, E., Amri, S. & Brassard, G (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, Vol. 13, No.30, pp. 1- 36.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>

<sup>28</sup> كريم دواجي، سحنون نسيم، " آليات محاربة الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي"، جامعة الجزائر، *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، المجلد 7، العدد 1، مارس 2023م، ص ص 349- 359.

<sup>29</sup> Sadiq Muhammed T, Saji K. Mathew, (2022). The disaster of misinformation: a review of research in social media, *Int J Data Sci Anal. International Journal of Data Science and Analytics*; Vol.13, No.4, pp. 271–285.

Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8853081/>

<sup>30</sup> Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E.O, et al., (2022). "Fake news on Social Media: the Impact on Society", *information Systems Frontiers*, 19 January, pp. 443- 458.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z>

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10796-022-10242-z>

<sup>31</sup> Saifuddin Ahmed, MSc, Muhammad Ehab Rasul, "Social Media News Use and COVID-19 Misinformation Engagement: Survey Study", *J Med Internet Res*, Sep, 24 (9), 2022, pp.1- 15.

Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9533200/>

<sup>32</sup> أميرة سمير طه درويش، "الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرية الآخرين"، جامعة القاهرة – كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 81، أكتوبر/ ديسمبر 2022م، ص ص 323- 372.

<sup>33</sup> Meng Cai, Ying Cui, (2021). "Spread of Misinformation in Social Networks: Analysis Based on Weibo Tweets, *Security and Communication Networks*, Vol.2021, pp. 23.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1155/2021/7999760>

<https://www.hindawi.com/journals/scn/2021/7999760/>

<sup>34</sup> Adiella Yankie Lubis, Prasetya Yoga Santoso, Ressa Uli Patrissia, Henry Sianipar, Examining Sleeper Effect Resulted from Text and Photograph: A New Perspective on Exemplification Theory", *Proceedings of the 1st International Conference on Research in Communication and Media (ICORCOM 2021)*, pp. 139–148.

Retrieved from: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icorcom-21/125985795>

<sup>35</sup> مصطفى عبد الحي عبد العليم، "دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين: دراسة ميدانية"، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 58، الجزء 2، يوليو 2021م، ص ص 758- 812.

<sup>36</sup> يسرا حسني عبد الخالق، "اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١- ٢٠٣٠م)، جامعة القاهرة- كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 77، أكتوبر 2021م، ص ص 691-743.

<sup>37</sup> أحمد جمال حسن محمد، "آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الكاذبة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، جامعة الأزهر – كلية الإعلام، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد 59، أكتوبر 2021م، ص ص 1004- 1062.

<sup>38</sup> Kim B, Xiong A, Lee D, Han K, "A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions", *PLoS ONE* , Vol.16(12), 2021, pp. 1-25.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080>

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0260080>

<sup>39</sup> Maximilian Haug, Authors Info & Claims, "Mass Communication on Social Media: The Case of Fake News", *ACM Digital Library, Proceedings of the 2020 on Computers and People Research Conference June 2020*, P.169. Retrieved from: <https://doi.org/10.1145/3378539.3393852>

<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3378539.3393852>

<sup>40</sup> Skarzauskiene, A., Maciulienė, M., & Ramasauskaite, O., "The Digital Media in Lithuania: Combating Disinformation and Fake News", *Acta Informatica Pragensia*, Vol.9 (2), 2020, pp.74-91. Retrieved from:

doi: 10.18267/j.aip.134

Retrieved from: [https://aip.vse.cz/artkey/aip-202002-0001\\_the-digital-media-in-lithuania-combating-disinformation-and-fake-news.php](https://aip.vse.cz/artkey/aip-202002-0001_the-digital-media-in-lithuania-combating-disinformation-and-fake-news.php)

<sup>41</sup>Shalini Talwar , Amandeep Dhir , Dilraj Singh,Gurnam,Singh Virk , Jari Salo, "Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.57, 2020, November, pp. 102-197.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920306433>

<sup>42</sup> Hameleers, M., Powell, T. E., Van Der Meer, T. G. L. A., & Bos, L. "A picture paints a thousand lies? The effects and mechanisms of multimodal disinformation and rebuttals", *disseminated via social media. Political Communication*, Vol. 37, No.2, 2020, pp. 281-301.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>

<https://dare.uva.nl/search?identifier=a27a4957-6fd9-4a8f-b6d2-e21185fddc43>

<sup>43</sup> Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E., & Wilson, C.m "Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power", *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. May, Vol.1, Iss.4, 2020, pp. 1- 19.

Retrieved from: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-024>

<https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-in-action-fake-news-exposure-is-linked-to-lower-trust-in-media-higher-trust-in-government-when-your-side-is-in-power/>

<sup>44</sup> ممدوح عبد الله مكاوي، "الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة تحليلية نقدية لعينة من البحوث في الفترة من (2016م: 2020م)، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 2، أبريل 2020م، ص 237 - 291.

<sup>45</sup> هاني نادي عبد المقصود محمود، "تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020م"، *جامعة القاهرة - كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 21، العدد 1، يناير 2022م، ص 331-364.

<sup>46</sup> Santosh Kumar Biswal, "Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane"? Springer Nature Singapore, In book: Optimization in Machine Learning and Applications, 2020, pp. 155- 167.

Retrieved from: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-0994-0\\_10](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-0994-0_10)

<sup>47</sup> Waleed Alli & Mohamed Hassoun, "Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ". International

Journal of Media, **Journalism and Mass Communications** (IJMJC), Vol. 5, No. 1, 2019, p. 40:49.

<https://www.arcjournals.org/international-journal-of-media-journalism-and-mass-communications/volume-5-issue-1/4>

<sup>48</sup> Rubal Kanozia, (2019). "Analysis of digital tools and technologies for Debunking Fake News", *Journal of Content, Community & Communication*, Vol. 9 Year 5, June – 2019, pp. 114- 122.

Retrieved

from:

[https://www.academia.edu/100412082/Analysis\\_of\\_digital\\_tools\\_and\\_technologies\\_for\\_Debunking\\_Fake\\_News?uc-sb-sw=53439002](https://www.academia.edu/100412082/Analysis_of_digital_tools_and_technologies_for_Debunking_Fake_News?uc-sb-sw=53439002)

<sup>49</sup> إيمان محمد حسني عبد الله، "آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخيري للصفحات الزائفة المتنحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيسبوك"، جامعة القاهرة – كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 18، العدد 1، يناير 2019م، ص 1-50.

<sup>50</sup> Matthew Hindman, Vlad Barash, **Op.Cit**, p. 2-62.

Retrieved from: <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282762&p=5213331>

<sup>51</sup> رجعت الباحثة في هذه الجزئية إلى الدراسة الآتية:

- Edson C Tandoc, Jr, Richard Ling, Lim Zheng Wei, et al., "Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework", *New Media & Society*, Vol. 20 (8), 2018, p.2745–2763.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/1461444817731756/10.1177>

<sup>52</sup> Balleza, Maureen and Zernike, Kate, 'The 2004 Campaign: National Guard; memos on Bush are fake but accurate, typist says', *The New York Times* 2004, Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2004/09/15/us/the-2004-campaign-national-guard-memos-on-bush-are-fake-but-accurate.html>

<sup>53</sup> Leon Barkho, "Haktology, trump, and news practices: The Trump Presidency", *Journalism and Democracy*, Taylor and Francis, 2018, pp. 77-98.

Retrieved from: <https://qspace.qu.edu.qa/handle/10576/13857?show=full>.

- Robert E Gutsche, Jr (Ed.), "The Trump Presidency, Journalism, and Democracy", *European Journal of Communication*, Vol.36, Iss.1, 2021, pp.3-106.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0267323120987122a>  
<https://doi.org/10.1177/0267323120987122a>

- Robert E Gutsche, (Ed.) *The Trump Presidency, Journalism, and Democracy*, Routledge: London; New York, 2018.

<sup>54</sup> Leon Barkho, "Towards a theory of haktology", *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, Vol.6, No.1, 2017, p6.

<sup>55</sup> Leon Barkho (2017), **OP.Cit**, p8.

<sup>56</sup> Shoemaker, P. J., & Vos, T., *Gatekeeping Theory*. Routledge. 2009, P21.  
<https://doi.org/10.4324/9780203931653>

<sup>57</sup> Leon Barkho (2017), **OP.Cit**, p.3-10.

<sup>58</sup> ليون برخو، مرجع سابق، ص6.

<sup>59</sup> Leon Barkho (2017), **Op. cit**, p8.

<sup>60</sup> Leon Barkho, "Towards a theory of haktology", *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, Vol.6, No.1, 2017, pp. 3-10.

- السادة الأساتذة الذين تفضلوا بتحكيم أدوات الدراسة، (الأسماء مرتبة أبجدياً وفقاً للدرجة العلمية):<sup>61</sup>
- أ.د. عبد العزيز السيد: أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
  - أ.د. عبد الهادي أحمد النجار: أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنصورة.
  - أ.د. محمد عثمان: أستاذ ورئيس قسم الصحافة ووكيل معهد الإسكندرية العالي للإعلام.
  - أ.د. ممدوح عبد الله مكاي: أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
  - أ.د. حسام إلهامي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الاتصال وعلوم الإعلام جامعة زايد بالإمارات العربية المتحدة.

<sup>62</sup> Baptista, João Pedro, and Anabela Gradim, "A Working Definition of Fake News" *Encyclopedia 2*, No. 1, 2022, pp 632-645.

Retrieved from:

<https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010043>

<https://www.mdpi.com/2673-8392/2/1/43>

<sup>63</sup> <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/about/>

<sup>64</sup> <https://factcheckarabic.afp.com/n-mlna>

<sup>65</sup> إلهام يونس أحمد، "تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية الزائفة والتحقق منها على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة لاستراتيجيات التحقق البصرية المستخدمة في غرف الأخبار"، جامعة القاهرة – كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 22، العدد 2، أبريل يونيو 2023م، ص 235.

<sup>66</sup> راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور، "دور صفحات مقاومة الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي في تصحيح الشائعات المنشورة لدى الرأي العام في ضوء مفهوم حروب الجيل الخامس: دراسة تحليلية وميدانية"، جامعة الأهرام الكندية، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد 21، أكتوبر- ديسمبر 2020م، ص 404.

<sup>67</sup> إلهام يونس أحمد، "آليات تشكيل وتدفق المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية وطرح استراتيجية التصدي والمواجهة"، جامعة القاهرة، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، العدد (17) – يناير/ يونيو 2019م، ص 223.

<sup>68</sup> مجدي الداغر، مرجع سابق، ص 73.

<sup>69</sup> Buchanan K, Sandstrom GM, "Buffering the effects of bad news: Exposure to others' kindness alleviates the aversive effects of viewing others' acts of immorality", *PLoS ONE* 18(5), 2023, p20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284438>

<sup>70</sup> Saifuddin Ahmed, MSc, Muhammad Ehab Rasul, *Op.cit*, p10.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9533200/>

<sup>71</sup> Lawson, M. A., Anand, S., & Kakkar, H., "Tribalism and tribulations: The social costs of not sharing fake news", *Journal of Experimental Psychology: General*, 152 (3), 2023, p16.

Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/fulltext/2023-51689-001.html>

<sup>72</sup> مجدي الداغر، مرجع سابق، ص 113.

<sup>73</sup> Wardle, C., & Derakhshan, H., "Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. Ireton, Cherilyn; Posetti, Julie. Journalism, 'fake news' & disinformation", Paris: Unesco, 2018, pp. 43-54.

<sup>74</sup> Rana Ali Adeeb, Mahdi Mirhoseini, *Op.cit*, p14.

<sup>75</sup> الذكاء الاصطناعي ومخاطر التزييف العميق، مجلس الوزراء المصري، مركز معلومات ودعم اتخاذ القرار، 25 مايو 2023م، ص 1.

<sup>76</sup> Cristian Vaccari, Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News", *Social Media + Society*, January-March 2020, p 9- 10.

Retrieved from: <https://doi.org/2056305120903408/10.1177>

<sup>77</sup> Hameleers, Michael, Toni Van Der Meer, and Tom Dobber, "You Won't Believe What They Just Said! The Effects of Political Deepfakes Embedded as Vox Populi on Social Media." *Social Media + Society*, 2022, pp. 12-1. Retrieved from: doi:20563051221116346/10.1177

<sup>78</sup> إيمان محمد حسني، "آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة فيس بوك": دراسة حالة على صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين"، *مجلة القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، عدد 1، يناير 2019م، ص44.

<sup>79</sup> Rubin, V.R., Conroy, N. J., Chen, Y. & Cornwell, S., Fake News or Truth? Using Satirical Cues to Detect Potentially Misleading News. **In the Proceedings of the Workshop on Computational Approaches to Deception Detection at the 15th Annual Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies (NAACL-CADD2016)**, San Diego, California, June 17, 2016, p10.

<sup>80</sup> Francis L. F. Lee, **Op. cit**, p2403.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21052>

<sup>81</sup> Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., et al, (2023) Negativity drives online news consumption, *nature human behavior*, 7(5): 819.

Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC/10202797>

<sup>82</sup> Ngange, K. L., Mesumbe, N. N., & Nnode, S. N., "Effects of Bad News Reports on Media Audience: What Implications for Journalism Practice in Cameroon?" *Journalism and Communication*, 12, 2024, p165.

Retrieved from: <https://doi.org/10.4236/ajc.2024.121008>

<https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=131933>

<sup>83</sup> Ngange, K. L., Mesumbe, N. N., & Nnode, S. N., **OP. Cit**, p152.

<sup>84</sup> Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., et al, (2023) Negativity drives online news consumption, *nature human behavior*, 7(5), p 817.

Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC/10202797>

<sup>85</sup> مجدي الداغر، مرجع سابق، ص124.

<sup>86</sup> إلهام محمود مرسي، العوامل المؤثرة في نشر الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي بالقضايا الاجتماعية والسياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي، مصر، معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، *مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال*، العدد 15، يوليو 2022م، ص27-28.

<sup>87</sup> إلهام يونس أحمد، مرجع سابق، ص267.

<sup>88</sup>Shalini Talwar, Amandeep Dhir, Dilraj Singh, Gurnam, Singh Virk , Jari Salo, .

"Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.57, November, 2020, p7.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920306433>

<sup>89</sup> Toni G.L.A. van der Meer, and Anna Brosius, "Credibility and shareworthiness of negative news", *Journalism* 2024, Vol. 25(1), 2024, p72.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221110283>

<sup>90</sup> Kim B, Xiong A, Lee D, Han K, "A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions", *PLoS ONE* 16(12), 2021, p17. Retrieved from:

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC/8659320>

<sup>91</sup> Duong Hoai Lan, Tran Minh Tung, "Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users", *COGENT SOCIAL SCIENCES*, VOL. 10, NO. 1, p13, 2024, Retrieved from:

<https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/23311886.2024.2302216?needAccess=true>

<sup>92</sup> Moran Yarchi, Tal Samuel-Azran, Tsahi (Zack) Hayat, **Op.cit**, p.4988.

<sup>93</sup> إيمان عبد الرحيم السيد الشرفاوي، "رؤية الخبراء لمستقبل دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات: دراسة استشرافية خلال العقد القادم (2024: 2034م)، جامعة الأزهر، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 70، الجزء 2، أبريل 2024م، ص1872.

<sup>94</sup> Philipp Brauner Alexander Hick ralf philipsen Martina Ziefle, "what does the public think about AI? A criticality map to understand bias in the public perception of AI", *Front compute Sci.*, 16 March 2023, Vol. 5, p9.

Retrieved from: <https://osf.io/f9ek6/>

<sup>95</sup> Yi- Ning Katherine Chen and Chia- Ho Ryan Wen, (2021), Impacts of attitudes toward government and corporations on public trust in artificial intelligence, *Communication Studies*, Vol.72, Issue 1, P115.

Retrieved from: [https://ah.lib.nccu.edu.tw/item?item\\_id=154321](https://ah.lib.nccu.edu.tw/item?item_id=154321)

<sup>96</sup> أمل فوزي منتصر، إيمان طاهر سيد عباس، "اتجاهات الجمهور المصري نحو تكنولوجيا وتطبيقات الذكاء الاصطناعي"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 23، العدد 2، أبريل 2024م، ص1.

<sup>97</sup> Ngange, K. L., Mesumbe, N. N., & Ndode, S. N. **Op.cit**, p.165.

<sup>98</sup> Hameleers, M., Powell, T. E., Van Der Meer, T. G. L. A., & Bos, L., **Op. cit**, p297.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>

<sup>99</sup> Rubal Kanozia, **Op.Cit**, p. 114.

<sup>100</sup> فتحي إبراهيم إسماعيل، "اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم - مصراوي - القاهرة 24"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 21، العدد 4، الجزء الأول، أكتوبر/ ديسمبر 2022م، ص75.

<sup>101</sup> Skarzauskienė, A., Maciulienė, M., & Ramasauskaite, O., **Op.cit**, 83.

<sup>102</sup> <https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF The Global Risks Report 2024.pdf>

(p8)

<sup>103</sup> محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، "تبني المؤسسات الصحفية المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مجلد(20)- العدد 3، الجزء الثاني، يوليو 2021م، ص32-33.



104 عصمت تلجي حداد، "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين" كلية الإعلام – جامعة القاهرة، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، المجلد 23، العدد 25، الجزء الأول، يناير 2023م، ص50.

105 محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، "تبني المؤسسات الصحفية المصرية لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في إنتاج وتحرير الأخبار والموضوعات الصحفية في ضوء تجارب بعض الصحف الأجنبية"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 20- العدد 3، الجزء الثاني، يوليو 2021م، ص1-68.

106 Dan, Viorela, Britt Paris, Joan Donovan, Michael Hameleers, Jon Roozenbeek, Sander van der Linden, and Christian von Sikorski., "Visual Mis- and Disinformation, Social Media, and Democracy.", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 98 (3), 2021, p 651.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10776990211035395>

107 Sarah Shawky El Mokadem, "Reporting Conflict in the Middle East: A Visual and Editorial Analysis of Arabic vs. English News Channels Reports in 2017", *Scientific Journal for Radio and Television Research*, No.15, 2018, pp. 29-52.

Retrieved from: [https://ejsrt.journals.ekb.eg/article\\_117302.html](https://ejsrt.journals.ekb.eg/article_117302.html)

- Dan, Viorela, Britt Paris, Joan Donovan, Michael Hameleers, Jon Roozenbeek, Sander van der Linden, and Christian von Sikorski, **Op.cit**, p 651.

108 Thaw, Nyein, Thin July, Aye Nu Wai, Dion Hoe-Lian Goh, and Alton Y. K. Chua., "How Are Deepfake Videos Detected? An Initial User Study.", *23rd HCI International Conference*. Switzerland: Springer Nature, 2021, pp. 631-636.

Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/352935206\\_How\\_Are\\_Deepfake\\_Videos\\_Detected\\_An\\_Initial\\_User\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/352935206_How_Are_Deepfake_Videos_Detected_An_Initial_User_Study)

109 Shin, Soo Yun , and Jiyoun Lee., "The Effect of Deepfake Video on News Credibility and Corrective Influence of Cost-Based Knowledge about Deepfakes", *Digital Journalism* 10 (3), 2022, 412-432. Retrieved from: doi:10.1080/21670811.2022.2026797.

[https://www.researchgate.net/publication/359773193\\_The\\_Effect\\_of\\_Deepfake\\_Video](https://www.researchgate.net/publication/359773193_The_Effect_of_Deepfake_Video)

110 Hwang, Yoori , Ryu Ji Youn, and Se-Hoon Jeong, "Effects of Disinformation Using Deepfake: The Protective Effect of Media Literacy Education." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 24 (3), 2021, 1-22. doi:10.1089/cyber.2020.0174.

Retrieved from: [https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2020.0174?journalCode=cyber\\_on\\_News\\_Credibility\\_and\\_Corrective\\_Influence\\_of\\_Cost-Based\\_Knowledge\\_about\\_Deepfakes](https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2020.0174?journalCode=cyber_on_News_Credibility_and_Corrective_Influence_of_Cost-Based_Knowledge_about_Deepfakes)

111 Ng, Yu-Leung. 2022. "An Error Management Approach to Perceived Fakeness of Deepfakes: The Moderating Role of Perceived Deepfake Targeted Politicians' Personality Characteristics." *Current Psychology*. doi:0.1007/s12144-022-03621-x.

112 يسرا حسني عبد الخالق، مرجع سابق، ص 691.

<sup>113</sup> Rubal Kanozia, (2019). "Analysis of digital tools and technologies for Debunking Fake News", *Journal of Content, Community & Communication*, Vol. 9 Year 5, June – 2019, pp. 114- 122.

Retrieved

from:

[https://www.academia.edu/100412082/Analysis\\_of\\_digital\\_tools\\_and\\_technologies\\_for\\_Debunking\\_Fake\\_News?uc-sb-sw=53439002](https://www.academia.edu/100412082/Analysis_of_digital_tools_and_technologies_for_Debunking_Fake_News?uc-sb-sw=53439002)

<sup>114</sup> Nurcahyani, M T, F Junaedi, and E Sudiwijaya., "Digital Literacy: How Social Media Prevent Misinformation During Pandemic", Vol. 1655, 2022. in *HCI International 2022 – Late Breaking Posters*, by C Stephanidis, M Antona, S Ntoa and G Salvendy. Cham: Springer. doi:10.1007/978-3-031-19682-9\_8.

<sup>115</sup> Iacobucci, Serena, Roberta De Cicco, Francesca Michetti, Riccardo Palumbo, and Stefano Pagliaro., "Deepfakes Unmasked: The Effects of Information Priming and Bullshit Receptivity on Deepfake Recognition and Sharing Intention." *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING* 24 (3), 2022, pp. 194-202. doi:10.1089/cyber.2020.0149.

<sup>116</sup> Sou Hyun Jang, Kyoung Eun Jung, Yong Jeong Yi, **Op.Cit**, p. 5527.

117

<https://ijnet.org/ar/resource/%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%82%D8%A7%D8%B7->

[%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3%D9%8A%D8](#)

[%A9-%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-](#)

[%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%AD%D8%A7%D9%84%D8%A9-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%8](#)

[8%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D9%81%D9%8A-](#)

[%D8%BA%D8%B1%D9%81-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-](#)

[%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%](#)

[A9-%D8%B9%D8%A7%D9%85-2019](#)

<sup>118</sup> إيمان عبد الرحيم السيد الشراقوي، "رؤية الخبراء لمستقبل دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في إدارة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات: دراسة استشرافية خلال العقد القادم (2024: 2034)، جامعة الأزهر، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد (70) - ج2، أبريل 2024م، ص1827.

<sup>119</sup> Alberto Ardevol-abreu, "Influence of Fake News Exposure on Perceived Media Bias: The Moderating Role of Party Identity", *International Journal of Communication*, Vol 16, 2022, p4115.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/19618/3872>

<sup>120</sup> راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور، "توظيف المؤسسات الصحفية للصفحات الإخبارية على تطبيقات التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال"، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، العدد 27، يناير- مارس 2024م، ص45.

<sup>121</sup> Toni G.L.A. van der Meer, and Anna Brosius, "Credibility and shareworthiness of negative news", *Journalism*, Vol. 25 (1), 2024, p75.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221110283>

<sup>122</sup> Alberto Ardevol-abreu, **Op.Cit**, p4129.

<sup>123</sup> مجدي الداغر، مرجع سابق، ص126.

<sup>124</sup> Cristian Vaccari, Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News", *Social Media + Society*, January-March 2020, p 9- 10.

Retrieved from: <https://doi.org/2056305120903408/10.1177>

<sup>125</sup> <https://ijnet.org/ar/resource/%D%8AF%D%8B%1D%8A%7D%8B%3D%8A9-%D%8AD%D%88%9D84%9-%D%8AD%D%8A%7D%84%9D%8A9-%D%8A%7D%84%9D%8AA%D%83%9D%86%9D%88%9D%84%9D%88%9D%8AC%D8%9A%D%8A7-%D%81%9D8%9A-%D%8BA%D%8B%1D81%9-%D%8A%7D%84%9D%8A%3D%8AE%D%8A%8D%8A%7D%8B1-%D%8A%7D%84%9D%8B%9D%8A%7D%84%9D%85%9D8%9A%D%91%9D%8A2019-9>

<https://masaar.net/ar/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%82-%D9%85%D9%86->

[%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%A6%D9%81%D8%A9/](https://masaar.net/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%A6%D9%81%D8%A9/)

<sup>126</sup> Sarah Shawky El Mokadem, "The Effect of Media Literacy in Detection of and Mitigating the Use of Inaccurate Memes Among Egyptian University Students", *Arab Media & Society*, Issue 35, Winter/Spring 2023, p.131.

Retrieved

from:

[https://www.researchgate.net/publication/373638315\\_The\\_Effect\\_of\\_Media\\_Literacy\\_in\\_Detection\\_of\\_and\\_Mitigating\\_the\\_Use\\_of\\_Inaccurate\\_Memes\\_Among\\_Egyptian\\_University\\_Students](https://www.researchgate.net/publication/373638315_The_Effect_of_Media_Literacy_in_Detection_of_and_Mitigating_the_Use_of_Inaccurate_Memes_Among_Egyptian_University_Students)

<sup>127</sup> أحمد جمال حسن محمد، مرجع سابق، ص 1036.

## References

- Barkho, L. (2017). "alhaktulujja wadawruha fi tafsir alhajamat al'iiliktruniat watathiriha ealaa almunarasat alsahafiati", Qatar, markaz Aljazirat lildirasati, dirasat 'ielamiatun, 2(1).
- Matthew Hindman, Vlad Barash, "Disinformation, 'Fake News' and Influence Campaigns on Twitter" 2018 BY Knight Foundation, George Washington University, p7. Retrieved from: <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282762&p=5213331>
- Maximilian Haug, Authors Info & Claims, "Mass Communication on Social Media: The Case of Fake News", ACM Digital Library, *Proceedings of the 2020 on Computers and People Research Conference June 2020*, p.169. Retrieved from: <https://doi.org/10.1145/3378539.3393852>  
<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3378539.3393852>
- Retrieved from: [https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2024.pdf](https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf) p.8-11
- Van der Meer, T. G. L. A., & Hameleers, M., "Misinformation perceived as a bigger informational threat than negativity: A cross-country survey on challenges of the news environment", Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, Vol.5, No.3, 2024, pp. 1- 11. Retrieved from: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-perceived-as-a-bigger-informational-threat-than-negativity-a-cross-country-survey-on-challenges-of-the-news-environment/>
- Duong Hoai Lan, Tran Minh Tung, "Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users", *COGENT SOCIAL SCIENCES*, VOL. 10, NO. 1, 2024, pp. 1- 24. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/23311886.2024.2302216?needAccess=true>
- Francis L. F. Lee, "Disinformation Perceptions and Media Trust: The Moderating Roles of Political Trust and Values", International Journal of Communication, Vol. 18 (2024), pp. 2388 -2410.  
Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21052>
- Nermin Elsherif, Tasniem Anwar, "From Emancipation to Confusing the Nation: Social Media and Figurations of Disinformation a Decade After the Arab Uprisings", International Journal of Communication, Vol 18 (2024), pp. 1473–1493. Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20310>
- Raghu Raman, Vinith Kumar Nair, Prema Nedungadi, "Fake news research trends, linkages to generative artificial intelligence and sustainable development goals", Heliyon. 2024 Feb 15, Vol.10, No.3, 2024, pp. 1-17.  
Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10844021/>  
DOI:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24727>

Agama, J. O., & Okpoko, C. C., "Mass Media and Challenges of Fake News: a Focus on Security in Nigeria", *Esut Journal Of Social Sciences*, Vol 9, No.1, 2024, pp. 56- 73.

Retrieved from: <https://esutjss.com/index.php/ESUTJSS/article/view/186>

Algabri, M., Abu Huliqah, E. N. A., Ghurab, M., Al-Khulaidi, A. A. G., & Al Gaphari, G. H., "Fake News Detection On Social Media:Review of Literature", *Sana'a University Journal of Applied Sciences and Technology*, Vol.2, No.1, 2024. pp. 7–15.

Retrieved from: <https://doi.org/10.59628/jast.v2i1.369>.

<https://journals.su.edu.eg/index.php/jast/article/view/369>

Aldaaghar, M. (2024). "aitijahat aljumphur nahw alshaayieat almutadawalat eabr shabakat altawasul alajitmaeaa watathiratiha ealaa tanami al'azamat alaiqtisadiat fi misr eqib alharb alruwsiat - al'uwkraniat 2022m", *jamieat Alqahira*, majalat buhuth alraay aleami, 2(1).

Stefano Ruggieri, Rubinia C. Bonfanti, Gianluca Santoro, Alessia Passanisi, and Ugo Pace, "Fake News and the Sleeper Effect in Social Media Posts: the Case of Perception of Safety in the Workplace", *Behavior and Social Networking*, Vol.26 Iss.7 Jul, 2023, pp. 554-562.

Retrieved from: <http://doi.org/10.1089/cyber.2022.0199>

Sijing Chen, Lu Xiao, Akit Kumar, "Spread of misinformation on social media: What contributes to it and how to combat it", *Computers in Human Behavior*, Vol.141, April, 2023, (Online). Dio: 10.1016/j.chb.2022.107643

Also Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563222004630?via%3Dihub>

Giancarlo Ruffo, Alfonso Semeraro, Anastasia Giachanou, Paolo Rosso, "Surveying the Research on Fake News in Social Media: a Tale of Networks and Language", *Computer Science Review*, Vol 47, February 2023, pp. 1 – 43.

Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S157401372200065X>

Rana Ali Adeeb, Mahdi Mirhoseini, "The Impact of Affect on the Perception of Fake News on Social Media: A Systematic Review", *Soc. Sci.*, Vol. 12(12), 2023, p.674. Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/socsci12120674>

<https://www.mdpi.com/2076-0760/12/12/674>

Carlos Diaz Ruiz, "Disinformation on digital media platforms: A market-shaping approach", *new media & society*, 2023, pp. 1–24.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448231207644>

Sarah Shawky El Mokadem, "The Effect of Media Literacy on Misinformation and Deep Fake Video Detection", *Journal of Arab Media & Society*, August 13, 2023, pp. 53- 78.

Retrieved from: <https://www.arabmediasociety.com/the-effect-of-media-literacy-on-misinformation-and-deep-fake-video-detection/>

- ˆ Moran Yarchi, Tal Samuel-Azran, Tsahi Zack Hayat, (2023), " Perceived Versus Actual Ability to Identify Fake News: Evidence From Israel's 2019–2020 Elections", *International Journal of Communication*, Vol 17 (2023), pp. 4974–4996. Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20796>
- ˆ Sou Hyun Jang, Kyoung Eun Jung, Yong Jeong Yi, "The Power of Fake News: Big Data Analysis of Discourse About COVID-19–Related Fake News in South Korea", *International Journal of Communication*, Vol. 17, 2023, pp. 5527–5553. Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21040>
- ˆ Homero Gil de Zúñiga, Manuel Goyanes, Chris Skurka, "Understanding Fake News Corrective Action: A Mixed-Method Approach", *International Journal of Communication* Vol.17, 2023, pp. 3428–3450. Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19885>
- Sharaf, S. (2023), "atar taqdim almaelumat alzaayifat ean al'azamat almujtamaeiat wa'atharuha fi mumarasat khitab alkarahiat bayn mustakhdimi mawaqie altawasul alaijtimaeii", *jamieat Al'ahram Alkanadia*, *almajalat Alearabiat libuhuth al'ielam walaitisali*, 43(1).
- Ali, S. (2023), "al'akhbar alzaayifat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii: dirasatan maydaniatan fi tashrieat al'ielam fi daw' almasyuwliat alaijtimaeiati", *jamieat eayn shams - kuliyat albanat liladab waleulum waltarbiati*, *majalat buhuthi*, 7(5). 120-144.
- ˆ Lawson, M. A., Anand, S., & Kakkar, H. (2023). Tribalism and tribulations: The social costs of not sharing fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol. 152 (3), pp. 611–631. Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/fulltext/2023-51689-001.html>
- ˆ Aïmeur, E., Amri, S. & Brassard, G (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, Vol. 13, No.30, pp. 1- 36. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Douaji, K. (2023). " aliat muharabat al'akhbar alkadhibat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii", *jamieat Aljazayar*, *majalat alrisalat lildirasat al'ielamiati*, 1(4). 349-359.
- ˆ Sadiq Muhammed T, Saji K. Mathew, (2022). The disaster of misinformation: a review of research in social media, *Int J Data Sci Anal. International Journal of Data Science and Analytics*; Vol.13, No.4, pp. 271–285. Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8853081/>
- ˆ Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E.O, et al., (2022). "Fake news on Social Media: the Impact on Society", *information Systems Frontiers*, 19 January, pp. 443- 458. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z> <https://link.springer.com/article/10.1007/s10796-022-10242-z>
- ˆ Saifuddin Ahmed, MSc, Muhammad Ehab Rasul, "Social Media News Use and COVID-19 Misinformation Engagement: Survey Study", *J Med Internet Res*, Sep, 24 (9), 2022, pp.1- 15. Retrieved from:<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9533200/>

-Darwish, A. (2022). "al'akhbar alzaayifat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii wata'athuriat alakhrin", jamieat alqahirat - kuliyyat al'ielami, almajalat Almisriat libuhuth al'ielami, 81(1). 323- 372.

- Meng Cai, Ying Cui, (2021). "Spread of Misinformation in Social Networks: Analysis Based on Weibo Tweets, *Security and Communication Networks*, Vol.2021, pp. 23.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1155/2021/7999760>

<https://www.hindawi.com/journals/scn/2021/7999760/>

- Adiella Yankie Lubis, Prasetya Yoga Santoso, Ressa Uli Patrissia, Henry Sianipar, Examining Sleeper Effect Resulted from Text and Photograph: A New Perspective on Exemplification Theory", *Proceedings of the 1st International Conference on Research in Communication and Media (ICORCOM 2021)*, pp. 139–148.

Retrieved from: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icorcom-21/125985795>

- Abdel-Aleem, M. (2021). "dawr almubadarat alraqamiyat almutakhasisat fi tanqiat almuhtawaa alsuhufii min al'akhbar alzaayifat eabr minasaat altawasul alaijtimaeii min wijhat nazar alsahafiiyn almisriiyna: dirasatan maydaniatan", jamieat al'azhar, kuliyyat al'ielami, majalat albuḥuth al'ielamiati, 58(4). 758- 812.

- Abd Alkhalīq, Y. (2021). "aitijahat alnukhbat nahw mustaqbal aintishar al'akhbar alzaayifat bimawaqie altawasul alaijtimaeii khilal aleaqd (2021- 2030mi), jamieat alqahirati- kuliyyat al'ielami, almajalat Almisriat libuhuth al'ielami, 77(2). 691-743.

- Muhamad, A. (2021). "alyat aljumphur almisrii fi altahaquq min al'akhbar alkadhibat waealaqatih bi'anmatihim altafaeuliat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii", jamieat al'azhar - kuliyyat al'ielami, majalat albuḥuth al'ielamiati, 59(4). 1004- 1062.

- Kim B, Xiong A, Lee D, Han K, "A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions", *PLoS ONE* , Vol.16(12), 2021, pp. 1-25.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080>

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0260080>

- Maximilian Haug, Authors Info & Claims, "Mass Communication on Social Media: The Case of Fake News", *ACM Digital Library, Proceedings of the 2020 on Computers and People Research Conference June 2020*, P.169. Retrieved from:

<https://doi.org/10.1145/3378539.3393852>

<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3378539.3393852>

- Skarzauskiene, A., Maciuliene, M., & Ramasauskaite, O., "The Digital Media in Lithuania: Combating Disinformation and Fake News", *Acta Informatica Pragensia*, Vol.9 (2), 2020, pp.74-91. Retrieved from:

doi: 10.18267/j.aip.134

Retrieved from: [https://aip.vse.cz/artkey/aip-202002-0001\\_the-digital-media-in-lithuania-combating-disinformation-and-fake-news.php](https://aip.vse.cz/artkey/aip-202002-0001_the-digital-media-in-lithuania-combating-disinformation-and-fake-news.php)

Shalini Talwar , Amandeep Dhir , Dilraj Singh,Gurnam,Singh Virk , Jari Salo, "Shar ing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the

third-person effect hypothesis", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.57, 2020, November, pp. 102-197.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920306433>

· Hameleers, M., Powell, T. E., Van Der Meer, T. G. L. A., & Bos, L. "A picture paints a thousand lies? The effects and mechanisms of multimodal disinformation and rebuttals", *disseminated via social media. Political Communication*, Vol. 37, No.2, 2020, pp. 281-301.

Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>

<https://dare.uva.nl/search?identifier=a27a4957-6fd9-4a8f-b6d2-e21185fddc43>

· Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E., & Wilson, C.m "Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power", *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. May, Vol.1, Iss.4, 2020, pp. 1- 19.

Retrieved from: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-024>

<https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-in-action-fake-news-exposure-is-linked-to-lower-trust-in-media-higher-trust-in-government-when-your-side-is-in-power/>

- Makawi, M. (2020). "al'akhbar alzaayifa "Fake News" bayn al'ielam altaqlidii walraqmii: dirasat tahliliatan naqdiatan lieayinatan min albuḥuth fi alftrat min (2016m: 2020mi), almajalat almisriat libuḥuth alraay aleami, jamieat Alqahirat - kuliyat al'ielam - markaz buḥuth alraay aleami, 2(4). 237 - 291.

- Mahmud, H. (2020). "taearad alshabab lil'akhbar alzaayifat eabr alshabkat alaijtimaeiat waealaqatiha biaitijatihim nahw almusharakt fi alaintikhabat albarlamaniat 2020m", jamieat Alqahira - kuliyat al'ielami, almajalat Almisriat libuḥuth alraay aleami, 1(4).

· Santosh Kumar Biswal, "Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane "? Springer Nature Singapore, In book: Optimization in Machine Learning and Applications, 2020, pp. 155- 167.

Retrieved from: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-0994-0\\_10](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-0994-0_10)

· Waleed Alli & Mohamed Hassoun, "Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities ". *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJC)*, Vol. 5, No. 1, 2019, p. 40:49.

<https://www.arcjournals.org/international-journal-of-media-journalism-and-mass-communications/volume-5-issue-1/4>

· Rubal Kanozia, (2019). "Analysis of digital tools and technologies for Debunking Fake News", *Journal of Content, Community & Communication*, Vol. 9 Year 5, June – 2019, pp. 114- 122.

Retrieved

from:

[https://www.academia.edu/100412082/Analysis\\_of\\_digital\\_tools\\_and\\_technologies\\_for\\_Debunking\\_Fake\\_News?uc-sb-sw=53439002](https://www.academia.edu/100412082/Analysis_of_digital_tools_and_technologies_for_Debunking_Fake_News?uc-sb-sw=53439002)

- Abd allah, I. (2019). "alyat altadlilu al'ielamiu fi alkhitaḥ alkhbarii lilsafahat alzaayifat almunṭahilat li'asma' alsuhuf almisriat ealaa shibkt



alfisbuk", *jamieat alqahirat - kuliyyat al'ielami, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami*, 1(4). 1-50.

Retrieved from: <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282762&p=5213331>

- Edson C Tandoc, Jr, Richard Ling, Lim Zheng Wei, et al., "Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework", *New Media & Society*, Vol. 20 (8), 2018, p.2745–2763.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/1461444817731756/10.1177>

- Balleza, Maureen and Zernike, Kate, 'The 2004 Campaign: National Guard; memos on Bush are fake but accurate, typist says', *The New York Times* 2004, Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2004/09/15/us/the-2004-campaign-national-guard-memos-on-bush-are-fake-but-accurate.html>

- Leon Barkho, "Haktology, trump, and news practices: The Trump Presidency", *Journalism and Democracy*, Taylor and Francis, 2018, pp. 77-98.

Retrieved from: <https://qspace.qu.edu.qa/handle/10576/13857?show=full>.

- Robert E Gutsche, Jr (Ed.), "The Trump Presidency, Journalism, and Democracy", *European Journal of Communication*, Vol.36, Iss.1, 2021, pp.3-106.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0267323120987122a>  
<https://doi.org/10.1177/0267323120987122a>

- Robert E Gutsche, (Ed.) *The Trump Presidency, Journalism, and Democracy*, Routledge: London; New York, 2018.

- Leon Barkho, "Towards a theory of haktology", *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, Vol.6, No.1, 2017, p6.

- Shoemaker, P. J., & Vos, T., *Gatekeeping Theory*. Routledge. 2009, P21.  
<https://doi.org/10.4324/9780203931653>

- Leon Barkho, "Towards a theory of haktology", *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, Vol.6, No.1, 2017, pp. 3-10.

- Baptista, João Pedro, and Anabela Gradim, "A Working Definition of Fake News" *Encyclopedia 2*, No. 1, 2022, pp 632-645.

Retrieved from:

<https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010043>

<https://www.mdpi.com/2673-8392/2/1/43>

- <https://www.reuters.com/fact-check/arabic/about/>

- <https://factcheckarabic.afp.com/n-mlna>

- Buchanan K, Sandstrom GM, "Buffering the effects of bad news: Exposure to others' kindness alleviates the aversive effects of viewing others' acts of immorality", *PLoS ONE* 18(5), 2023, p20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284438>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9533200/>

- Lawson, M. A., Anand, S., & Kakkar, H., "Tribalism and tribulations: The social costs of not sharing fake news", *Journal of Experimental Psychology: General*, 152 (3), 2023, p16.

Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/fulltext/2023-51689-001.html>

- Wardle, C., & Derakhshan, H., "Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. Ireton, Cherylyn; Posetti, Julie. *Journalism, 'fake news' & disinformation*", Paris: Unesco, 2018, pp. 43-54.
- Cristian Vaccari, *Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News*", *Social Media + Society*, January-March 2020, p 9- 10.  
Retrieved from: <https://doi.org/2056305120903408/10.1177>
- Hameleers, Michael, Toni Van Der Meer, and Tom Dobber, "You Won't Believe What They Just Said! The Effects of Political Deepfakes Embedded as Vox Populi on Social Media." *Social Media + Society*, 2022, pp. 12-1. Retrieved from: doi:.20563051221116346/10.1177
- Hosni, I. (2019). "aliat altadlil al'ielamii fi alkhitar alkhbarii lilsafahat alzaayifat almunthahilat li'asma' alsuhuf almisriat ealaa shabakat fis buk": dirasat halat ealaa safhati alyawm alsaabie walbawaabat alzaayifatayni", *jamieat Alqahira, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami*, 1(3).
- Rubin, V.R., Conroy, N. J., Chen, Y. & Cornwell, S., Fake News or Truth? Using Satirical Cues to Detect Potentially Misleading News. **In the Proceedings of the Workshop on Computational Approaches to Deception Detection at the 15th Annual Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies (NAACL-CADD2016)**, San Diego, California, June 17, 2016, p10.  
Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21052>
- Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., et al, (2023) Negativity drives online news consumption, *nature human behavior*, 7(5): 819.  
**Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC/10202797>**
- Ngange, K. L., Mesumbe, N. N., & Nnode, S. N., "Effects of Bad News Reports on Media Audience: What Implications for Journalism Practice in Cameroon?" *Journalism and Communication*, 12, 2024, p165.  
Retrieved from: <https://doi.org/10.4236/ajc.2024.121008>  
<https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=131933>
- Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., et al, (2023) Negativity drives online news consumption, *nature human behavior*, 7(5), p 817.  
**Retrieved from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC/10202797>**
- Morsi, E. (2022). aleawamil almuathirat fi nashr al'akhbar alzaayifat waltadlil al'ielamii bialqadaya al'ijtima'iat walsiyasiat eali mawaqie altawasul alaijtima'ii, masr, maehad aljizirat aleali lil'ielam waeulum alaitisali, *majalat buhuth al'ielam waeulum alaitisali*, 15(5).
- Shalini Talwar, Amandeep Dhir, Dilraj Singh, Gurnam, Singh Virk, Jari Salo, . "Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.57, November, 2020, p7.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920306433>

- Toni G.L.A. van der Meer, and Anna Brosius, "Credibility and shareworthiness of negative news", *Journalism* 2024, Vol. 25(1), 2024, p72.  
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221110283>
- Kim B, Xiong A, Lee D, Han K, "A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions", *PLoS ONE* 16(12), 2021, p17. Retrieved from:  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260080>  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC/8659320>
- Duong Hoai Lan, Tran Minh Tung, "Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users", *COGENT SOCIAL SCIENCES*, VOL. 10, NO. 1, p13, 2024, Retrieved from:  
<https://www.tandfonline.com/doi/epub/10.1080/23311886.2024.2302216?needAccess=true>
- Philipp Brauner Alexander Hick ralf philipsen Martina Ziefle, "what does the public think about AI? A criticality map to understand bias in the public perception of AI", *Front compute Sci.*, 16 March 2023, Vol. 5, p9.  
Retrieved from: <https://osf.io/f9ek6/>
- Yi- Ning Katherine Chen and Chia- Ho Ryan Wen, (2021), Impacts of attitudes toward government and corporations on public trust in artificial intelligence, *Communication Studies*, Vol.72, Issue 1, P115.  
**Retrieved from: [https://ah.lib.nccu.edu.tw/item?item\\_id=154321](https://ah.lib.nccu.edu.tw/item?item_id=154321)**
- Muntasir, A. (2024). "aitijahat aljumbuh almisrii nahw tiknulujia watatbiqat aldhaka' alaistinaeii", *jamieat alqahirat, kuliyyat al'ielami, almajalat Almisriat libuhuth alraay aleami*, 2(3).  
Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>
- Ismaeil, F. (2022). "aitijahat alsahafiiyn nahw aistikhdam aldhaka' alaistinaeii fi tatwir almuhtawaa alsuhufii bialsuhuf walmawaqie almisriati: dirasatan maydaniatan limawaqie almisri alyawm - misrawiun - alqahirat 24", *almajalat almisriat libuhuth alraay aleami*. 4(3).  
[https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2024.pdf](https://encc.org.eg/Images/Filelib/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf) (p8)
- Hadad, E. (2023). "tawzif tiqniaat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat alsahufiat al'urduniyat wainekash ealaa almumarasat almihniat lilsahafiiyna" *kuliyyat al'ielam - jamieat alqahirati, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati*, 25(3).
- Abdel Latif, M. (2021). "tabni almuasasat alsahufiat almisriat litiknulujia aldhaka' alaistinaeii fi 'iintaj watahrih al'akhbar walmawdueat alsahufiat fi daw' tarjib baed alsuhuf al'ajnaabiati", *kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami*, 3(2).
- Dan, Viorela, Britt Paris, Joan Donovan, Michael Hameleers, Jon Roozenbeek, Sander van der Linden, and Christian von Sikorski., "Visual Mis- and Disinformation, Social Media, and Democracy.", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 98 (3), 2021, p 651.  
Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10776990211035395>

· Sarah Shawky El Mokadem, "Reporting Conflict in the Middle East: A Visual and Editorial Analysis of Arabic vs. English News Channels Reports in 2017", *Scientific Journal for Radio and Television Research*, No.15, 2018, pp. 29-52.

Retrieved from: [https://ejrst.journals.ekb.eg/article\\_117302.html](https://ejrst.journals.ekb.eg/article_117302.html)

· Thaw, Nyein, Thin July, Aye Nu Wai, Dion Hoe-Lian Goh, and Alton Y. K. Chua., "How Are Deepfake Videos Detected? An Initial User Study.", *23rd HCI International Conference*. Switzerland: Springer Nature, 2021, pp. 631-636.

Retrieved from:

[https://www.researchgate.net/publication/352935206\\_How\\_Are\\_Deepfake\\_Videos\\_Detected\\_An\\_Initial\\_User\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/352935206_How_Are_Deepfake_Videos_Detected_An_Initial_User_Study)

· Shin, Soo Yun , and Jiyoung Lee., "The Effect of Deepfake Video on News Credibility and Corrective Influence of Cost-Based Knowledge about Deepfakes", *Digital Journalism* 10 (3), 2022, 412-432. Retrieved from: doi:10.1080/21670811.2022.2026797.

[https://www.researchgate.net/publication/359773193\\_The\\_Effect\\_of\\_Deepfake\\_Video](https://www.researchgate.net/publication/359773193_The_Effect_of_Deepfake_Video)

· Hwang, Yoori , Ryu Ji Youn, and Se-Hoon Jeong, "Effects of Disinformation Using Deepfake: The Protective Effect of Media Literacy Education." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 24 (3), 2021, 1-22. doi:10.1089/cyber.2020.0174.

Retrieved from:

[https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2020.0174?journalCode=cyber\\_on\\_News\\_Credibility\\_and\\_Corrective\\_Influence\\_of\\_Cost-Based\\_Knowledge\\_about\\_Deepfakes](https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2020.0174?journalCode=cyber_on_News_Credibility_and_Corrective_Influence_of_Cost-Based_Knowledge_about_Deepfakes)

· Ng, Yu-Leung. 2022. "An Error Management Approach to Perceived Fakeness of Deepfakes: The Moderating Role of Perceived Deepfake Targeted Politicians' Personality Characteristics." *Current Psychology*. doi:0.1007/s12144-022-03621-x.

· Rubal Kanozia, (2019). "Analysis of digital tools and technologies for Debunking Fake News", *Journal of Content, Community & Communication*, Vol. 9 Year 5, June – 2019, pp. 114- 122.

Retrieved from:

[https://www.academia.edu/100412082/Analysis\\_of\\_digital\\_tools\\_and\\_technologies\\_for\\_Debunking\\_Fake\\_News?uc-sb-sw=53439002](https://www.academia.edu/100412082/Analysis_of_digital_tools_and_technologies_for_Debunking_Fake_News?uc-sb-sw=53439002)

· Nurcahyani, M T, F Junaedi, and E Sudiwijaya., "*Digital Literacy: How Social Media Prevent Misinformation During Pandemic*", Vol. 1655, 2022. in *HCI International 2022 – Late Breaking Posters*, by C Stephanidis, M Antona, S Ntoa and G Salvendy. Cham: Springer. doi:10.1007/978-3-031-19682-9\_8.

· Iacobucci, Serena, Roberta De Cicco, Francesca Michetti, Riccardo Palumbo, and Stefano Pagliaro., "Deepfakes Unmasked: The Effects of Information Priming and Bullshit Receptivity on Deepfake Recognition and Sharing Intention." *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING* 24 (3), 2022, pp. 194-202. doi:10.1089/cyber.2020.0149.

<https://ijnet.org/ar/resource/%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%82%D8%A7%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%AD%D8%A7%D9%84%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D9%81%D9%8A-%D8%BA%D8%B1%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D8%A7%D9%85-2019>

- Alsharqawi, I. (2024). "ruyat alkhubara' limustaqbal dawr khawarizmiaat aldhaka' alaistinaeii fi 'iidarat manshurat wasayil altawasul alaijtimaeei khilal al'azmati: dirasat aistishrafiatan khilal aleaqd alqadim (2024: 2034mu), jamieat al'azhar, majalat albuqhuth al'ielamiati, 70(4)

- Alberto Ardevol-abreu, "Influence of Fake News Exposure on Perceived Media Bias: The Moderating Role of Party Identity", *International Journal of Communication*, Vol 16, 2022, p4115.

Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/19618/3872>

- Mansur, R. (2024). "tawzif almuasasat alsahufiat lilsafahat al'iikhbariat ealaa tatbiqat altawasul alaijtimaeei waitijahat aljumphur nahwaha: dirasat lilmadmun waljumphur walqayim bialaitisali", jamieat Alqahira, kuliyyat al'ielami, almajalat aleilmiat libuqhuth alsahafati, 27(2).

- Toni G.L.A. van der Meer, and Anna Brosius, "Credibility and shareworthiness of negative news", *Journalism*, Vol. 25 (1), 2024, p75.

Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221110283>

- Cristian Vaccari, "Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News", *Social Media + Society*, January-March 2020, p 9- 10.

Retrieved from: <https://doi.org/2056305120903408/10.1177>

<https://ijnet.org/ar/resource/%D%8AF%D%8B%1D%8A%7D%8B%3D%8A9-%D%8AD%D%88%9D84%9-%D%8AD%D%8A%7D%84%9D%8A9-%D%8A%7D%84%9D%8AA%D%83%9D%86%9D%88%9D%84%9D%88%9D%8AC%D8%9A%D%8A7-%D%81%9D8%9A-%D%8BA%D%8B%1D81%9-%D%8A%7D%84%9D%8A%3D%8AE%D%8A%8D%8A%7D%8B1-%D%8A%7D%84%9D%8B%9D%8A%7D%84%9D%85%9D8%9A%D%91%9D%8A2019-9>

<https://masaar.net/ar/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%82%D9%82-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%A6%D9%81%D8%A9/>

- Sarah Shawky El Mokadem, "The Effect of Media Literacy in Detection of and Mitigating the Use of Inaccurate Memes Among Egyptian University Students", *Arab Media & Society*, Issue 35, Winter/Spring 2023, p.131.

Retrieved

from:

[https://www.researchgate.net/publication/373638315\\_The\\_Effect\\_of\\_Media\\_Literacy\\_in\\_Detection\\_of\\_and\\_Mitigating\\_the\\_Use\\_of\\_Inaccurate\\_Memes\\_Among\\_Egyptian\\_University\\_Students](https://www.researchgate.net/publication/373638315_The_Effect_of_Media_Literacy_in_Detection_of_and_Mitigating_the_Use_of_Inaccurate_Memes_Among_Egyptian_University_Students)

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 72 October 2024 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.